



Resultados Anuales 2014

Febrero 2015

HECHOS DESTACADOS 2014

Resultados del Grupo

PRINCIPALES TITULARES

- El Ebitda ajustado a tipo de cambio constante (285 millones de euros) se incrementa un 6,9% (+5,3 % en el cuarto trimestre estanco)
 - la publicidad ajustada en España ha registrado una caída del -0,4% en el año (crecimiento del +4,3% en el 4T); en Portugal, se ha consolidado la recuperación de los últimos meses con un aumento en el año del 11,1%
 - en LatAm continúa el crecimiento en moneda local (tanto en Santillana como en Radio) a pesar de la ralentización en el crecimiento de algunas economías (Chile y Colombia).
 - la reducción de costes y el control de las inversiones continúa en todas las áreas del grupo
- Enfoque en la ejecución del plan de refinanciación:
 - 780 millones de euros de deuda cancelada en el año y acuerdo firmado con Telefónica para la venta de Canal +.
 - Ampliación de capital de 75 millones de Euros a 0,53 € por acción.
- El resultado neto del ejercicio es de -2.237 millones de Euros, por los impactos contables ya anunciados derivados de la venta de Canal+.

La publicidad en España consolida en el 4T un cambio de tendencia positivo

- Los ingresos publicitarios ajustados del Grupo en España crecen en el último trimestre estanco un +4.3%, ayudando a cerrar el total del año prácticamente plano respecto a 2013 (-0,4%).
- En la Radio, la publicidad local consolida su crecimiento anual acumulado (+3,7%), mostrando crecimiento positivo en cada uno de los últimos 12 meses. La publicidad en cadena ha corregido su descenso mostrando crecimientos en el último trimestre.
- La prensa modera su caída progresivamente a lo largo de los cuatro trimestres, cerrando el último trimestre en positivo (+5,0%).
- En Portugal, los ingresos publicitarios de Media Capital crecen un +11,1% (+11,4% en TVI; +9,2% en MC Radio).

Las actividades en Latinoamérica continúan con crecimientos en moneda local pero con impacto negativo del tipo de cambio

- En LatAm, en el año 2014 se observan crecimientos en moneda local, tanto en Educación (+11,9 %) como en Radio (+5,4%).
- En el 4T estanco, se registra crecimiento en Educación (+16,3%) y en Radio (+8,2%), a pesar de la ralentización de la economía en varios países de la zona: Chile y Colombia.
- La evolución de los tipos de cambio en el año, han provocado un impacto negativo en los ingresos ajustados, que alcanzan 80,1 millones de euros y 22,9 millones a nivel de EBITDA ajustado.
- LatAm supone un 72,8% del EBITDA del Grupo (a tipo de cambio constante).

El grupo acelera la transformación digital

- Los ingresos de transformación en el grupo se incrementan un 20% hasta alcanzar los 164 millones de euros.
- Los Sistemas de Educación Digitales (UNO) continúan su desarrollo en Latinoamérica mejorando notoriamente su rentabilidad, alcanzando un EBITDA de 21,3 millones de euros en 2014 versus 2,9 en 2013.
- La publicidad digital ajustada se incrementa en un 13,9% en el año.
- En el negocio de prensa, la publicidad digital representa ya un 30% de los ingresos publicitarios.
- Los navegadores únicos medios en las páginas web crecen hasta el 13%, alcanzando más de 94 millones.

Sigue el esfuerzo en reducción de gastos y control del capex

- Los costes operativos descienden en 21,3 millones de euros en 2014 (-1,6%).
- Los costes de personal ajustados se reducen en 33,5 millones de euros (total Grupo -7,9%; España, -12,4%; Portugal, -4,8%; LatAm, -1,7%).
- Se ha renovado la totalidad de los acuerdos colectivos y se han alcanzado acuerdos nuevos de reducción de personal y de desindexación de remuneración en distintas áreas.
- Se han revisado las inversiones operativas para canalizar recursos hacia las áreas de crecimiento, principalmente Santillana.

El Grupo sigue enfocado en la ejecución del plan de refinanciación

- El Grupo sigue enfocado en la ejecución del plan de refinanciación: cancelación de 780 millones de euros mediante recompra de deuda a descuento (c.25%) con fondos procedentes de:
 - Ampliación de Capital de 100 millones de Euros a 0,53€ por acción.
 - Venta del 13,68% de Mediaset España.

- Acuerdo para la venta del 56% de Canal+ a Telefónica por un precio inicial de 750 millones
- Ampliación de Capital de 75 millones de Euros a 0,53€ por acción.
- La deuda bancaria neta del Grupo se sitúa en 2,580 millones de euros a 31 de diciembre de 2014, frente a 3.306 en diciembre de 2013.

Resultados por unidad de negocio

Educación

- En el **Área Norte**, las campañas de España, México y Brasil, han tenido un comportamiento mejor de lo esperado, teniendo en cuenta los ciclos educativos, especialmente en España y Brasil.
- **España:** La campaña de **2014**, ha terminado con **crecimiento respecto a 2013**, pese a las dificultades de la implantación de la nueva ley de educación, gracias al esfuerzo comercial y de control de costes. Los ingresos crecen un +2,2% y el EBITDA un +6,0%.
- **México:** la campaña ha tenido un buen comportamiento. Los ingresos crecen un +7,4% y el EBITDA un +17.7% en moneda local.
- En 2014, las campañas del **Área Sur** han mostrado en su mayoría un buen comportamiento en moneda local.
- **Brasil:** el buen comportamiento de la **campaña regular**, ha compensado prácticamente el descenso en la **venta institucional**, debido a que el volumen de compras públicas del gobierno ha sido menor de lo esperado y a que los precios no han recogido el impacto total de la inflación.
- **Los sistemas de enseñanza digitales (UNO y Compartir) continúan su desarrollo** en Latinoamérica mejorando notablemente su rentabilidad y creciendo en número de alumnos (más de 630.000 alumnos).
- **La venta de Ediciones generales se materializó en Junio de 2014**, la cual ha supuesto una plusvalía de 21,6 millones de Euros.
- **Los ingresos ajustados a tipo de cambio constante crecen un +10,0%** (España, 2,2%; Brasil, 11,3%; México, 6,5%; Chile, 14,5%; Argentina, 49,6%).
- El tipo de cambio tiene un impacto negativo en ingresos de Santillana en 2014 de 66,7 millones de euros.
- **El EBITDA ajustado crece un 17,6% en moneda local (+4,3% en euros)**, con un impacto FX de 20,2 millones de euros.

Radio

- La publicidad ajustada en España aumenta un +0,6% (+2,5% en el 4T).
- La publicidad en América Latina aumenta en moneda local en todos los países excepto en Chile debido al empeoramiento del ciclo económico y al periodo electoral en el país.
- Los resultados de América Latina resultan afectados por el impacto del tipo de cambio (-12,6 millones en ingresos y -2,5 millones de euros en EBITDA).
- Adicionalmente, se produce un **cambio en criterio de consolidación de México y Costa Rica**, que pasan de consolidarse en 2014 por integración proporcional, a hacerlo por puesta en equivalencia (debido a un cambio en la normativa contable internacional adoptada por la UE). A efectos comparativos se presenta la información correspondiente a 2013 con idéntico criterio y las operaciones de México y Costa Rica se incluyen en la información ajustada en ingresos y EBITDA.
- Los **ingresos de Radio LatAm ajustados** por estos efectos se han incrementado un 5,4% frente a 2013.
- Continúa en 2014 el **esfuerzo en control de costes (-3,8% en términos ajustados)**, principalmente en costes de personal en España y LatAm.
- Destaca la mejora operativa en España, que incrementa su EBITDA un +45% hasta los 18.1 millones de euros, en un escenario de ingresos prácticamente planos, resaltando el elevado apalancamiento operativo existente en este negocio.
- **EL EBITDA ajustado** de la Radio alcanzó en 2014 los **65,6 millones de euros** (+3,4% respecto a 2013), y **68,1 millones de euros ajustado por FX (+7,3%)**.

Prensa

- **Los ingresos** publicitarios ajustados en 2014 se redujeron en un -1,4%, (El País -3,8% y AS +9,9%), creciendo un +5,0% en el 4T.
- La publicidad tradicional se reduce en un -9,6%, compensada en parte por el buen comportamiento de los ingresos de publicidad digital que se incrementan en un 18,4% (representan ya un 30% del total de ingresos publicitarios de la división) y por los ingresos de nuevos negocios (eventos), que crecen un 22,2%. Cabe destacar que en el 4T los ingresos de publicidad digital más que compensan la caída de la publicidad tradicional.
- Destaca la fortaleza de As donde los ingresos de publicidad digital crecen un 19,1% y representan ya el 55% del total de ingreso de publicidad.
- Los **ingresos de circulación** se reducen el -13,4%.
- **Descenso de Otros ingresos** (-4.8%) a pesar del crecimiento de los ingresos por promociones (+31,2%). En 2014 se han generado ingresos por deducciones fiscales, que no se han imputado a ingresos versus 7,4 millones imputados en 2013.

- Fuerte control de costes en todas las partidas (-4,0% en términos ajustados y -8,6% en costes de personal).
- **El EBITDA ajustado de Prensa** asciende a 14,6 millones de euros (-41,8% comparado con 2013, o -17,1% si se ajustan las deducciones fiscales registradas en 2013, pero no activadas en 2014).

Media Capital

- **Los ingresos publicitarios** se incrementan en un +11,1% en cifras acumuladas en 2014 (1T, +5,3%; 2T, +26,4%; 3T, +8,7%; 4T, +4,3%). Muy buen comportamiento, tanto en la televisión (+11,4%) en 2014, como en la radio (+9,2%). Es importante resaltar que la recuperación de la publicidad en Portugal empezó en el 2S del 2013.
- **Descenso de otros ingresos**, en 2014 (-16,9%), fundamentalmente por la caída de las llamadas de valor añadido.
- **El EBITDA ajustado** asciende a 43,8 millones de euros y crece un 6,9% debido no sólo a la estabilidad de los ingresos sino también al esfuerzo de control de costes.

Venta de Canal +

En junio de 2014 **se formalizó con Telefónica el contrato de compraventa del 56% de Canal+** por un importe inicial de **750 millones** de euros.

- **El precio está sujeto a ajustes habituales** en este tipo de operaciones hasta el cierre de la transacción, más un ajuste específico en función de la resolución de un proceso de arbitraje con Mediapro sobre la repercusión de costes de las temporadas 2012-2015.
- La operación ya está aprobada por el panel representativo de los bancos y está únicamente sujeta a la autorización por parte de las autoridades de competencia.
- El expediente de autorización administrativa de la operación ha sido trasladado por parte de las autoridades comunitarias al órgano supervisor español, la CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia). Este expediente se encuentra en fase de tramitación por dicha comisión, quien podría imponer condiciones o exigir compromisos para la aprobación de esta operación.
- La firma del contrato de compraventa generó una **pérdida contable** en las cuentas consolidadas de PRISA de **2.064 millones** de euros y de 750 millones en las cuentas individuales. Esta pérdida en el individual generó un **desequilibrio patrimonial** que fue compensado por una **conversión automática** de parte de la deuda del holding del Tramo 3 en préstamos participativos en **una cuantía suficiente para compensar dicho desequilibrio patrimonial**. Esta conversión estaba contemplada en el acuerdo de refinanciación firmado por el Grupo en Diciembre del 2013.
 - El importe de la conversión de deuda en préstamos participativos (PPL's según la denominación contractual) fue de 507 millones de euros, y tuvo lugar el 15 de Septiembre de 2014.
 - A diciembre de 2014, el Grupo ha revisado el valor del precio de venta de DTS y se ha registrado un deterioro adicional de 23,7 millones de euros por el impacto estimado que la evolución del negocio tendrá en el precio de la operación hasta la fecha en que se materialice la venta.
 - Con el fin de reestablecer la situación de equilibrio patrimonial, como consecuencia de la revisión del precio, se ha puesto nuevamente en marcha el mecanismo de conversión automática de parte del Tramo 3 de la deuda de la compañía en préstamos participativos por una cuantía suficiente para compensar dicho desequilibrio patrimonial en la fecha de conversión
- Los **resultados de esta transacción** se presentan en la cuenta de resultados consolidada en **"Resultado de operaciones en discontinuación"** y los activos y pasivos como **"Activos no corrientes mantenidos para la venta"** y **"Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta"**.

Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada

La comparación de los resultados de 2014 y el de 2013 se ve afectada por una serie de elementos extraordinarios que afectan a ingresos, a gastos de explotación y a amortizaciones y provisiones. A efectos de realizar una comparativa homogénea, a continuación se presenta una cuenta de resultados consolidada del Grupo junto con las principales magnitudes ajustadas de efectos extraordinarios:

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
Ingresos de explotación	1.454,73	1.550,16	(6,2)	385,98	413,09	(6,6)
EBITDA	183,39	257,56	(28,8)	4,00	59,54	(93,3)
Margen EBITDA	12,6%	16,6%		1,0%	14,4%	
EBIT	28,72	99,58	(71,2)	(24,71)	20,81	-
Margen EBIT	2,0%	6,4%		0,0%	5,0%	
Resultado Financiero	(39,07)	(176,96)	77,9	(70,55)	(62,25)	(13,3)
Gastos por intereses de financiación	(114,68)	(106,42)	(7,8)	(29,69)	(14,17)	(109,6)
Otros resultados financieros	75,62	(70,54)	-	(40,85)	(48,08)	15,0
Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones	36,04	5,59	-	(1,10)	(1,59)	30,6
Resultado antes de impuestos	25,70	(71,80)	135,8	(96,36)	(43,02)	(124,0)
Impuesto sobre sociedades	(132,61)	(41,53)	-	(31,09)	(40,74)	23,7
Resultado de operaciones en discontinuación	(2.203,00)	(916,02)	(140,5)	(86,87)	(654,99)	86,7
Resultado atribuido a socios externos	73,08	380,65	(80,8)	61,85	284,87	(78,3)
Resultado Neto	(2.236,83)	(648,70)	-	(152,47)	(453,88)	66,4
Ingresos de explotación ajustados	1.412,87	1.472,45	(4,0)	395,91	390,14	1,5
EBITDA ajustado	261,77	266,30	(1,7)	69,46	66,19	4,9
Margen EBITDA ajustado	18,5%	18,1%		17,5%	17,0%	
EBIT ajustado	134,07	132,05	1,5	54,07	40,55	33,3
Margen EBIT ajustado	9,5%	9,0%		13,7%	10,4%	
Resultado Neto ajustado	n.a.	n.a.				
Resultados ajustados a tipo constante	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
Ingresos de explotación a tipo constante	1.493,00	1.472,45	1,4	402,63	390,14	3,2
EBITDA a tipo constante	284,64	266,30	6,9	69,71	66,19	5,3
Margen EBITDA ajustado	19,1%	18,1%		17,3%	17,0%	
EBIT a tipo constante	152,66	132,05	15,6	54,61	40,55	34,7
Margen EBIT ajustado	10,2%	9,0%		13,6%	10,4%	

Durante 2014, excluyendo efectos extraordinarios y tipo de cambio:

- Los ingresos de explotación crecen un 1,4%.
- El EBITDA ajustado crece un 6,9%.
- Continúa la mejora de márgenes

Índice

1. Entorno de mercado

- a_ Entorno económico en España y Portugal
- b_ Evolución del mercado publicitario
- c_ Entorno económico en Latinoamérica

2. Principales magnitudes operativas

- a_ Resultados operativos del Grupo
- b_ Impactos extraordinarios y cambios en el perímetro de consolidación
- c_ Resultados operativos excluyendo el impacto de Canal+
- d_ Impacto tipo de cambio
- e_ Desglose de inversiones

3. Negocio de Educación

4. Negocio de Radio

5. Negocio de Prensa

6. Media Capital

7. De EBIT a Resultado Neto

- a_ Resultado financiero
- b_ Resultado por puesta en equivalencia
- c_ Resultado atribuido a socios externos

8. Posición financiera del grupo

- a_ Posición financiera del Grupo
- b_ Estado de flujos de efectivo

9. Operaciones de venta de activos

10. Balance de situación

1_ Entorno de mercado

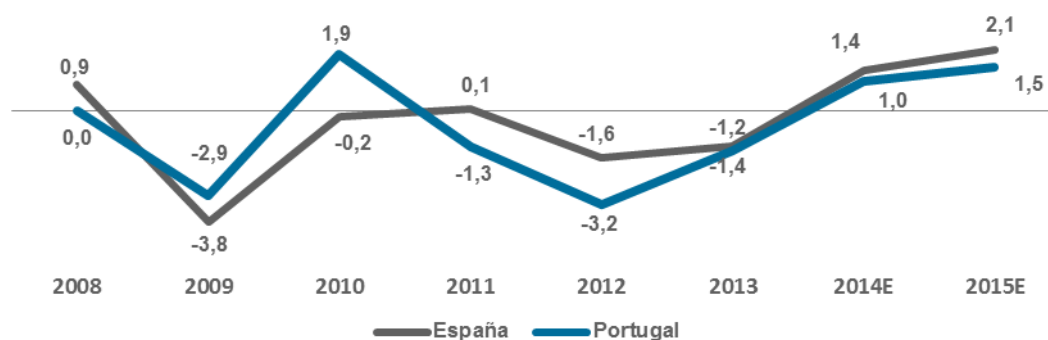
a_ Entorno económico de España y Portugal

A pesar de la adversidad del entorno económico que España y Portugal vienen sufriendo desde los inicios de la crisis en 2007, desde el año 2013 se ha observado trimestralmente un cambio de tendencia.

Durante 2014 se ha confirmado la vuelta de tasas de crecimiento positivas para el conjunto del año (+1,4% en España y +1,0% en Portugal), que se espera se mantengan durante 2015 (+2,1% en España y +1,5% en Portugal):

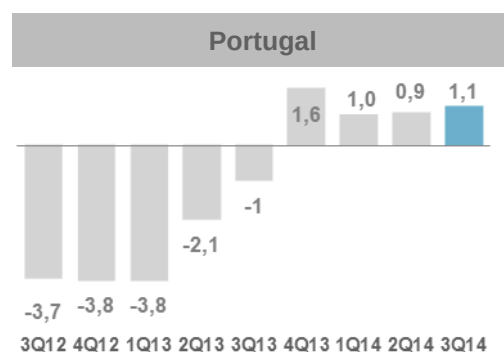
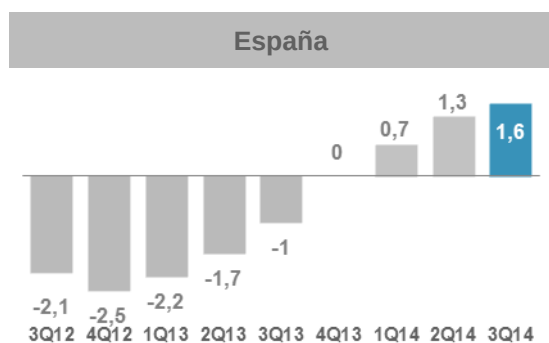
- El PIB de **España** había retrocedido un -1,2% en 2013, si bien el comportamiento trimestral del PIB pasó de decrecer un -2% en el primer trimestre a caer sólo un -0,2% en el cuarto (según INE). En 2014, según los últimos datos disponibles del INE, el PIB ha crecido un +0,7% en 1T, un +1,3% en el 2T y un +1,6% en el 3T (en septiembre de 2014 se procede a cambiar el año base del cálculo desde 2008 a 2010).
- En cuanto a **Portugal**, en 2013 el PIB cayó un -1,4% y se observó la misma tendencia positiva trimestral aunque con mayor volatilidad. El PIB pasó de decrecer un -3,8% en el primer trimestre a crecer un +1,6% en el cuarto (según Banco de Portugal). En 2014 se ha confirmado la recuperación de la senda de crecimiento: en el 1T el crecimiento ha sido del +1,0% y de un +0,9% en el 2T y un 1,1% en el 3T (último dato disponible).

Crecimiento de PIB anual España y Portugal (%)



Fuente: INE, FMI, FUNCAS, Banco de Portugal

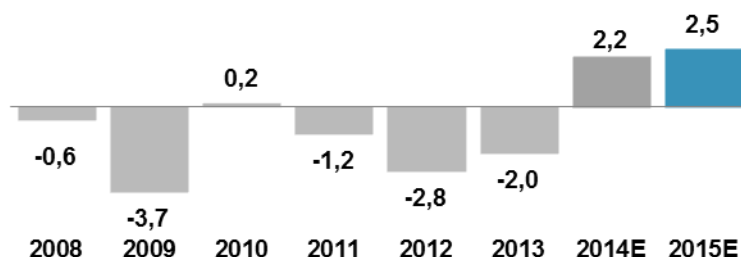
Crecimiento de PIB trimestral España y Portugal (%)



Fuente: INE, Banco de Portugal

La mejora observada en el entorno económico ha tenido su reflejo en el consumo privado. El consumo privado en España pasó de caer un -2,8% en 2012 a caer sólo un -2,0% en 2013 (según INE), tras varios años de caídas. Según los datos de consenso recopilados por la FUNCAS, la mejora observada permite prever un crecimiento del +2,2% para 2014 y un +2,5% para 2015.

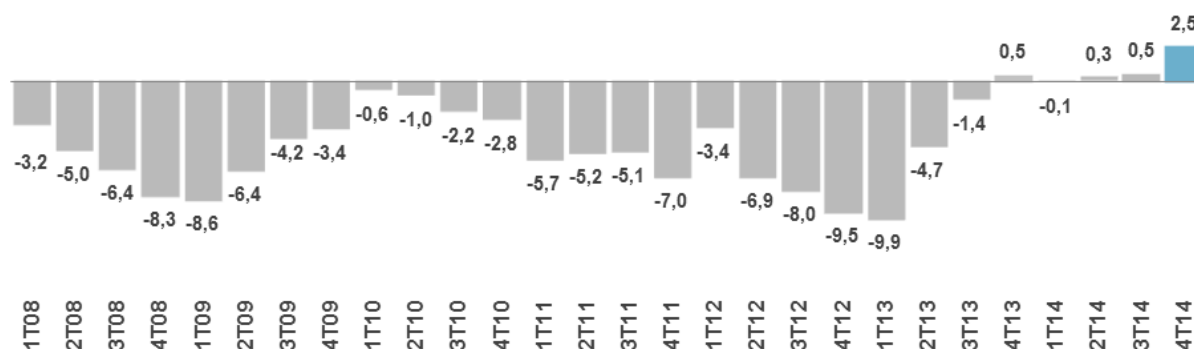
Crecimiento anual del consumo interno en España (variación interanual %)



Fuente: INE, FUNCAS

En términos trimestrales, las ventas al por menor también ha mostrado un importante cambio de tendencia desde 2013, cuando pasó de caer un -9,9% en el 1T, a crecer un +0,5% en el 4T. Según datos de INE, durante el primer trimestre de 2014, el consumo minorista ha mantenido plano (ligero descenso del -0,07%), volviendo a crecer un 0,3% durante el segundo trimestre. Esta tendencia queda confirmada en el tercer y cuarto trimestres con crecimientos del +0,5% y 2,5% respectivamente. Por tanto, 2014 esta variable muestra un ligero crecimiento del 0,8% en el promedio de tasas trimestrales.

Crecimiento trimestral ventas al por menor en España (%)



Fuente: INE

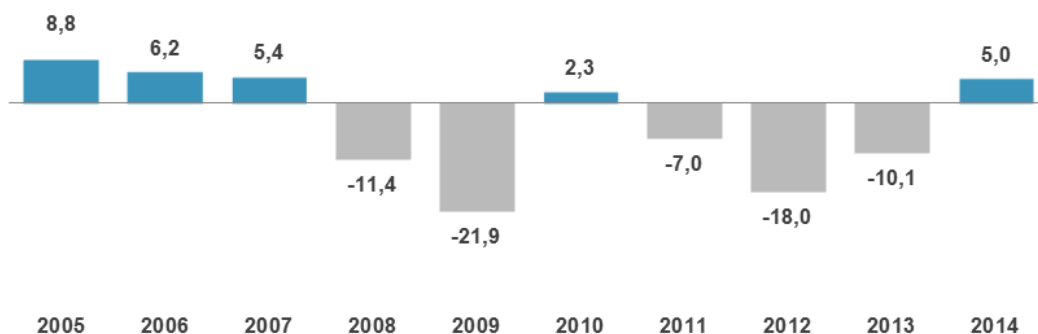
Las expectativas para 2015 son de mejora de la situación económica tanto para España como Portugal. Partiendo de un crecimiento en 2014 de PIB del +1,4% en España (consenso FUNCAS) y +1,0% en Portugal (según FMI), ara 2015 se esperan crecimientos del +2,1% y +1,5% respectivamente.

b. Evolución del mercado publicitario

Los negocios del Grupo están directamente expuestos al mercado publicitario en España a través de las divisiones de Radio, Prensa y Digital, así como en menor medida la televisión de pago y en Portugal a través de sus negocios de TV en abierto (TVI) y radio.

Durante 2013 se observó un cambio de tendencia en la inversión publicitaria de España en línea con el entorno económico. Según fuentes públicas (i2p) la **inversión publicitaria en España se redujo un -10,1% en 2013** comparado con una caída del -18,0% en 2012. Esta mejora progresiva se confirma en 2014, año en que el mercado publicitario ha registrado un crecimiento total del +5%.

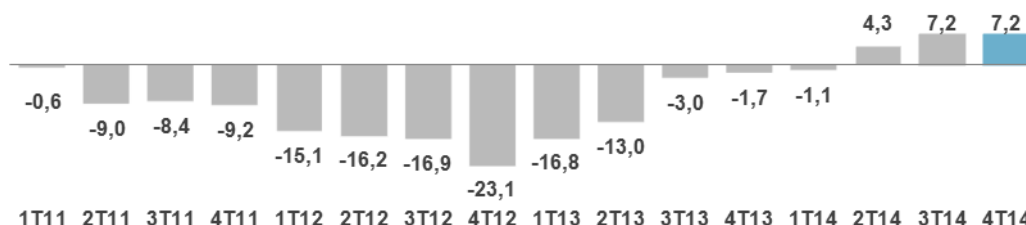
Evolución anual de la inversión publicitaria en España (%)



Fuente: i2p (diciembre 2014)

El comportamiento de la **publicidad en los trimestres estancos de 2013 y 2014 ha mostrado esta importante mejora** de forma paulatina. La inversión publicitaria en España pasó en 2013 de caer un -16,8% en el primer trimestre a caer sólo un -1,7% en el último. En el 1T de 2014, la inversión publicitaria en España todavía mostraba una caída del -1,1%, que se comenzó a corregir en el 2T de 2014 con un incremento del +4,3%. Esta tendencia quedó confirmada en el 3T de 2014, donde se alcanza un crecimiento trimestral del +7,2%, alcanzando la misma cifra de crecimiento en el 4T (+7,2%) de 2014.

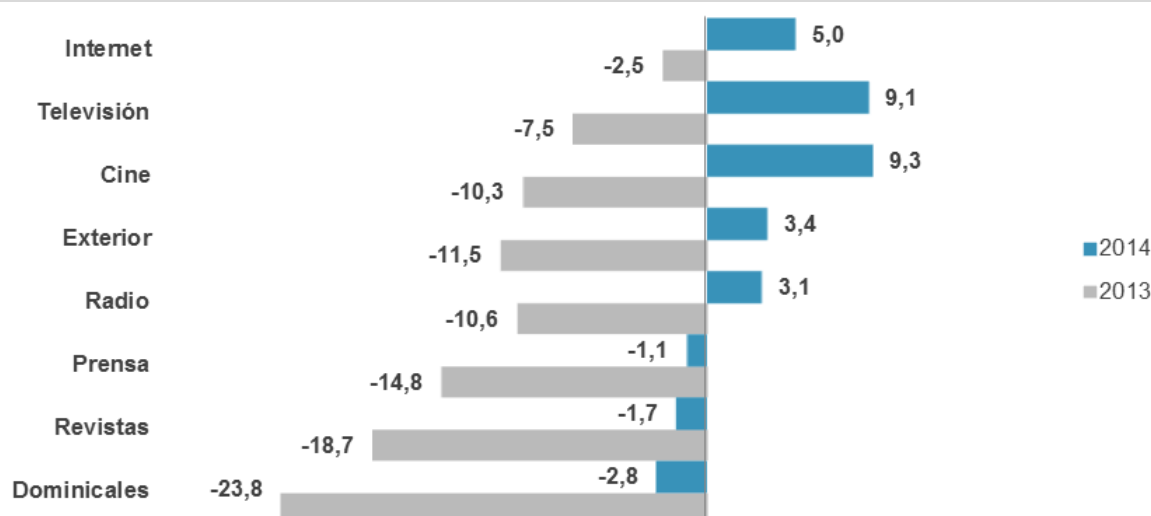
Evolución trimestral de la inversión publicitaria en España (%)



Fuente: i2p (diciembre 2014)

La evolución por sectores muestra en 2014 la mejora, con un crecimiento positivo en todos los sectores salvo en la Prensa, donde se han suavizado las caídas de inversión en comparación con 2013, en el 2T, 3T y 4T de 2014.

Evolución de la inversión publicitaria en España (%)

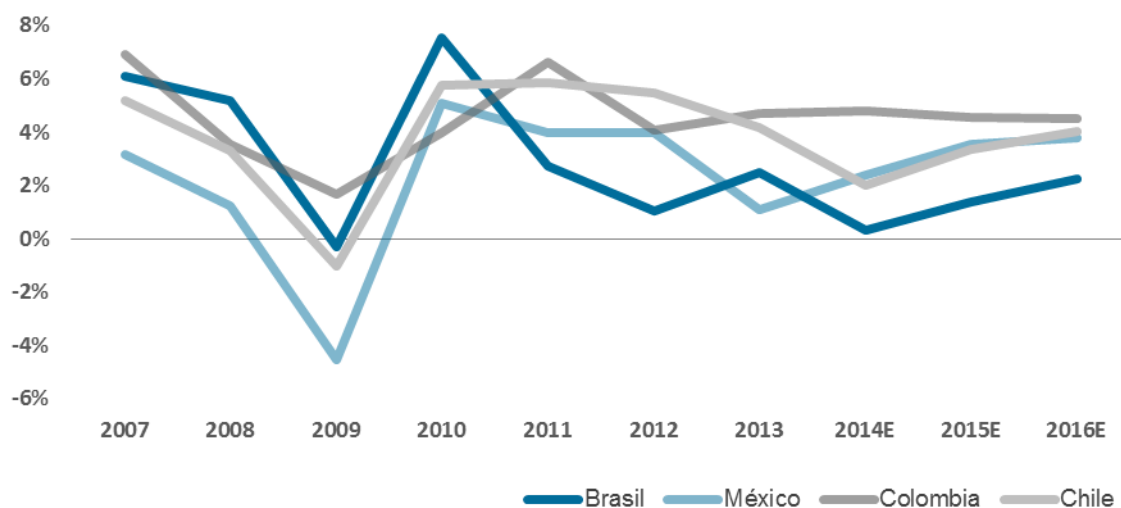


Fuente: i2p (diciembre 2014)

c_ Entorno económico de Latinoamérica

El crecimiento económico de los países en los que se encuentra expuesto el Grupo ha sido desigual, con empeoramiento de las condiciones en algunos países (Brasil, Chile), mientras otros muestran mayores crecimientos (México, Colombia). La senda de crecimiento se recuperará en todos los países en 2014, 2015 y 2016 según las estimaciones del FMI (octubre 2014).

Evolución PIB LatAm (%)



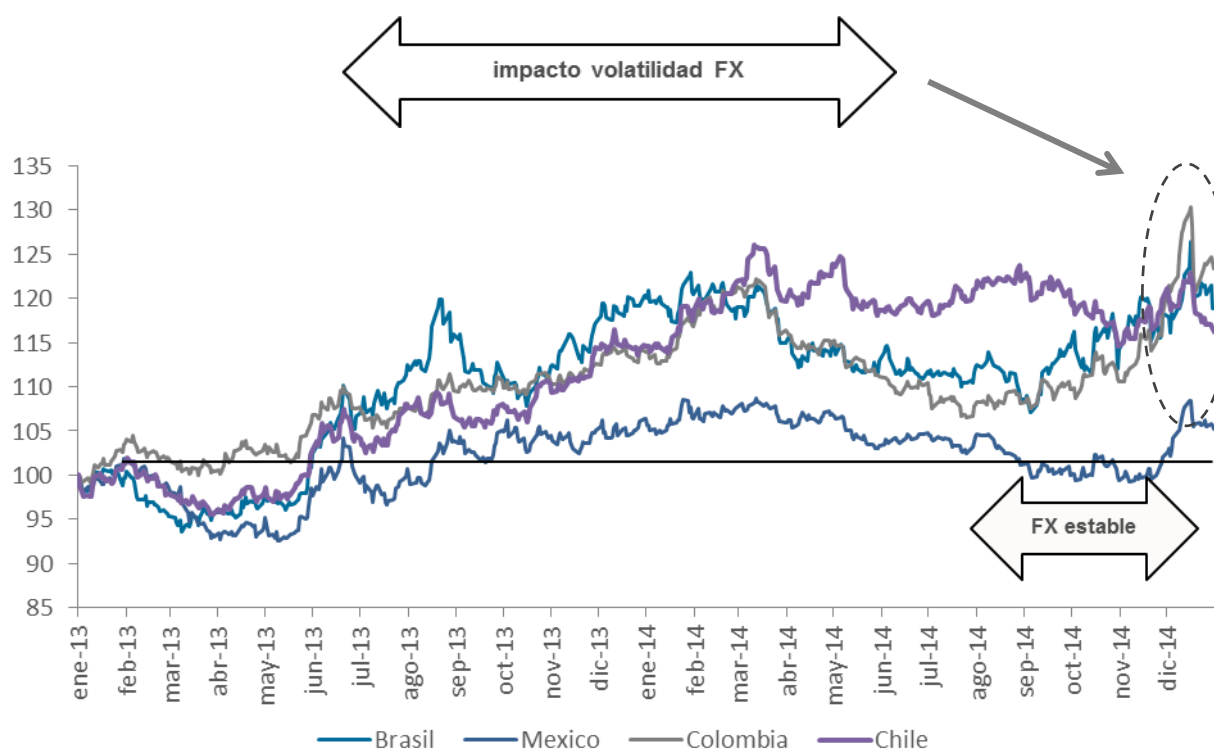
Fuente: FMI (octubre 2014)

Los resultados del Grupo en Latinoamérica se han visto negativamente impactados por la **debilidad del tipo de cambio en la región**. Este impacto negativo alcanza los 79,3 millones de euros en ingresos del grupo y 22,5 millones de euros en EBITDA en 2014. Como resultado, los ingresos recurrentes de Latinoamérica del Grupo han caído un -2,3% comparado con el crecimiento del +9,4% que se habría obtenido a tipo de cambio constante, y el EBITDA ajustado cae un -2,4% frente al incremento del +10,5% que se habría conseguido a tipo de cambio constante (incluyendo el impacto del cambio de perímetro de consolidación del Grupo).

El impacto de la volatilidad por tipo de cambio, se estabilizó para las principales divisas latinoamericanas, en el tercer trimestre de 2014, volviendo la inestabilidad en los últimos meses del año, como muestran el gráfico y tabla adjuntos.

Durante 2014, las divisas de Brasil, Argentina, Chile y Venezuela, han supuesto el 83% del impacto en ingresos y el 85% del impacto en EBITDA.

Evolución tipo de cambio vs Euro 2013 - 2014



	Brasil	México	Colombia	Chile
T1 2013	2,64	16,69	2.365,27	623,76
T2 2013	2,70	16,30	2.433,00	633,41
T3 2013	3,03	17,11	2.526,75	671,48
T4 2013	3,10	17,73	2.604,92	703,54
T1 2014	3,24	18,13	2.747,88	756,11
T2 2014	3,06	17,83	2.624,31	760,69
T3 2014	3,01	17,38	2.531,21	764,94
T4 2014	3,18	17,34	2.720,13	747,23
1T14 / 1T13	22,8%	8,6%	16,2%	21,2%
2T14 / 2T13	13,2%	9,4%	7,9%	20,1%
3T14 / 3T13	-0,5%	1,6%	0,2%	13,9%
4T14 / 4T13	2,6%	-2,2%	4,4%	6,2%
1S14 / 1S13	17,9%	9,0%	11,9%	20,6%
2S14 / 2S13	1,1%	-0,3%	2,3%	10,0%
4T14 / 1T13	20,7%	3,9%	15,0%	19,8%

Fuente: Bloomberg

2_ Principales magnitudes operativas

a_ Resultados operativos del Grupo

Resultados Operativos del Grupo	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
Millones de euros	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
Ingresos de explotación	1.454,73	1.550,16	(6,2)	385,98	413,09	(6,6)
España	580,00	631,72	(8,2)	103,42	137,71	(24,9)
Portugal	183,01	182,23	0,4	50,93	51,17	(,5)
Latam	691,72	736,21	(6,0)	231,63	224,21	3,3
Gastos de explotación	1.271,34	1.292,60	(1,6)	381,98	353,55	8,0
España	614,94	606,87	1,3	180,26	159,05	13,3
Portugal	137,79	141,63	(2,7)	32,76	35,17	(6,9)
Latam	518,61	544,10	(4,7)	168,97	159,33	6,0
EBITDA	183,39	257,56	(28,8)	4,00	59,54	(93,3)
Margen EBITDA	0,13	0,17	(24,1)	(,04)	(,01)	-
España	(34,94)	24,85	-	(76,83)	(21,33)	-
Portugal	45,22	40,60	11,4	18,17	16,00	13,6
Latam	173,11	192,11	(9,9)	62,66	64,88	(3,4)
EBIT	28,72	99,58	(71,2)	-24,71	20,81	-
Margen EBIT	2,0%	6,4%		(,03)	(,01)	
España	(106,74)	(42,95)	(148,5)	(75,46)	(26,51)	(184,7)
Portugal	36,05	30,53	18,1	15,45	13,45	14,9
Latam	99,41	112,00	(11,2)	35,30	33,87	4,2
Ingresos de explotación ajustados	1.412,87	1.472,45	(4,0)	395,91	390,14	1,5
EBITDA ajustado	261,77	266,30	(1,7)	69,46	66,19	4,9
Margen EBITDA ajustado	18,5%	18,1%		17,5%	17,0%	
EBIT ajustado	134,07	132,05	1,5	54,07	40,55	33,3
Margen EBIT ajustado	9,5%	9,0%		13,7%	10,4%	

b_ Impactos extraordinarios y cambios en el perímetro de consolidación

Se muestran a continuación los principales impactos extraordinarios:

Efectos extraordinarios	ENERO - DICIEMBRE		OCTUBRE - DICIEMBRE	
Millones de euros	2014	2013	2014	2013
Efectos extraordinarios en ingresos	41,86	77,71	(9,93)	22,95
Ajuste patrocinios publicidad	5,21	11,78	1,81	6,70
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	(25,11)	(19,58)	(10,05)	(6,03)
Deducciones I+D Digital	(3,25)	0,00	(3,25)	0,00
Ediciones Generales	65,01	85,51	1,56	22,29
Efectos extraordinarios en gastos	120,24	86,45	55,53	29,60
Indemnizaciones	39,91	22,44	7,05	9,63
Ajuste patrocinios publicidad	5,21	11,78	1,81	6,70
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	(13,20)	(11,44)	(3,80)	(3,07)
Sentencia MediaPro	44,99	0,00	44,99	0,00
Ediciones Generales	37,35	63,67	5,48	16,35
Complemento jubilación no recurrente	6,00	0,00	0,00	0,00
Efectos extraordinarios en amort. y provisiones	26,97	23,73	13,32	13,09
Fondo de comercio	7,05	9,33	0,26	9,33
Ediciones Generales	7,77	15,58	0,06	4,03
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	(1,13)	(1,18)	(0,28)	(0,27)
Otros deterioros	13,29	0,00	13,29	0,00

a) Patrocinios de Publicidad: Los ingresos y gastos derivados del patrocinio de determinados eventos se consideran extraordinarios, aunque el ajuste no tiene impacto a nivel EBITDA.

b) Cambio del perímetro de consolidación: desde enero de 2013, las cuentas de 2014 y 2013 pasan a registrar el resultado de las participaciones en México y Costa Rica por puesta en equivalencia. En los datos ajustados se incluye el efecto de estos resultados.

c) En junio de 2014 se ha procedido a la venta de la división de Ediciones Generales y por tanto ha salido del perímetro de consolidación (anteriormente en Santillana).

d) Indemnizaciones: El gasto extraordinario por indemnizaciones, asciende a 39,91 millones de euros en 2014, comparado con los 22,44 millones de euros del mismo periodo del año anterior.

e) Sentencia MediaPro: Ajuste de mayor gasto debido al impacto contable de la sentencia del Tribunal Supremo, por un importe de 45 millones de euros.

f) Otros Deterioros: fundamentalmente en Prensa y en Radio.

c_Impacto del tipo de cambio

Como se ha explicado anteriormente, el tipo de cambio ha tenido un impacto negativo en los resultados operativos del Grupo. El impacto del tipo de cambio ha sido de 80,1 millones de euros a nivel de ingresos de explotación, de 22,9 millones de euros a nivel EBITDA y de 18,6 millones de euros a nivel EBIT.

El crecimiento de ingresos, EBITDA y EBIT a tipo de cambio constante es el siguiente:

- Los ingresos de explotación ajustados habrían crecido un +1,4 % en vez de caer un -4,0%.
- El EBITDA ajustado ha crecido un 6,9% en vez de disminuir en euros un -1,7%

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
Ingresos de explotación ajustados	1.412,9	1.472,5	(4,0)	395,91	390,14	1,5
España	545,8	591,9	(7,8)	107,34	123,84	(13,3)
Internacional	867,1	880,6	(1,5)	288,57	266,30	8,4
Portugal	182,4	182,2	0,1	50,34	51,17	(1,6)
Latam	684,7	698,4	(2,0)	238,23	215,13	10,7
EBITDA ajustado	261,8	266,3	(1,7)	69,46	66,19	4,9
España	30,6	40,0	(23,6)	(21,56)	(15,53)	(38,8)
Internacional	231,2	226,3	2,2	91,02	81,72	11,4
Portugal	46,9	42,7	9,8	18,54	16,55	12,0
Latam	184,3	183,6	0,4	72,48	65,18	11,2
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	<i>19%</i>	<i>18%</i>		<i>17,5%</i>	<i>17,0%</i>	
EBIT ajustado	134,1	132,0	1,5	54,07	40,55	33,3
España	(17,1)	(11,0)	(56,2)	(6,52)	(9,99)	34,7
Internacional	151,2	143,0	5,7	60,59	50,54	19,9
Portugal	37,7	32,6	15,6	15,82	14,00	13,0
Latam	113,5	110,4	2,8	44,78	36,54	22,5
<i>Margen EBIT ajustado</i>	<i>9,5%</i>	<i>9,0%</i>		<i>13,7%</i>	<i>10,4%</i>	

Resultados a tipo de cambio constante Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
Ingresos de explotación ajustados	1.493,0	1.472,5	1,4	402,63	390,14	3,2
España	545,8	591,9	(7,8)	107,34	123,84	(13,3)
Internacional	947,2	880,6	7,6	295,29	266,30	10,9
Portugal	182,4	182,2	0,1	50,34	51,17	(1,6)
Latam	764,8	698,4	9,5	244,95	215,13	13,9
EBITDA ajustado	284,6	266,3	6,9	69,71	66,19	5,3
España	30,6	40,0	(23,6)	(21,56)	(15,53)	(38,8)
Internacional	254,1	226,3	12,3	91,27	81,72	11,7
Portugal	46,9	42,7	9,8	18,54	16,55	12,0
Latam	207,2	183,6	12,9	72,73	65,17	11,6
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	<i>19%</i>	<i>18%</i>		<i>17,3%</i>	<i>17,0%</i>	
EBIT ajustado	152,7	132,0	15,6	54,61	40,55	34,67
España	(17,1)	(11,0)	(56,2)	(6,52)	(9,99)	34,67
Internacional	169,8	143,0	18,7	61,14	50,54	21,0
Portugal	37,7	32,6	15,6	15,82	14,00	13,0
Latam	132,1	110,4	19,6	45,32	36,54	24,0
<i>Margen EBIT ajustado</i>	<i>10,2%</i>	<i>9,0%</i>		<i>13,6%</i>	<i>10,4%</i>	

3_ Negocio de Educación

EDUCACIÓN	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
Ingresos	716,64	738,30	(2,9%)	174,61	175,44	(0,5%)
España	148,71	137,15	8,4%	(20,16)	(8,70)	(131,7%)
Internacional	567,93	601,15	(5,5%)	194,77	184,14	5,8%
Gastos de explotación	545,90	567,35	(3,8%)	159,63	156,05	2,3%
EBITDA	170,74	170,95	(0,1%)	14,99	19,39	(22,7%)
% margen	23,8%	23,2%		8,6%	11,1%	
EBIT	85,15	80,49	5,8%	10,11	7,12	41,9%
% margen	11,9%	10,9%		5,8%	4,1%	
Efectos extraordinarios en ingresos	65,01	85,51		1,56	22,29	
Ediciones Generales	43,40	85,51		4,04	22,29	
Ediciones Generales plusvalía	21,61	0,00		-2,47	0,00	
Efectos extraordinarios en gastos	52,32	66,13		8,13	17,10	
Indemnizaciones	14,65	2,45		2,33	0,75	
Ediciones Generales	37,66	63,67		5,79	16,35	
Efectos extraordinarios en amort. y provs.	14,56	15,58		0,06	4,03	
Fondo de Comercio	6,79	0,00		0,00	0,00	
Ediciones Generales	7,77	15,58		0,06	4,03	
Ingresos ajustados	651,63	652,78	(0,2%)	173,05	153,15	13,0%
España	116,44	113,96	2,2%	(17,7)	(15,5)	(13,8%)
Internacional	535,19	538,83	(0,7%)	190,74	168,70	13,1%
Portugal	6,59	6,86	(3,9%)	0,17	0,65	(73,2%)
Latam	528,60	531,97	(0,6%)	190,56	168,04	13,4%
EBITDA ajustado	158,04	151,56	4,3%	21,55	14,20	51,8%
España	20,41	20,21	1,0%	(31,7)	(30,7)	(3,3%)
Internacional	137,63	131,36	4,8%	53,23	44,85	18,7%
Portugal	0,97	0,70	38,5%	(0,6)	(0,7)	17,1%
Latam	136,66	130,66	4,6%	53,81	45,56	18,1%
% margen ajustado	24,3%	23,2%		12,5%	9,3%	
EBIT ajustado	87,01	76,68	13,5%	16,74	5,97	180,5%
% margen ajustado	13,4%	11,7%		9,7%	3,9%	
Ingresos ajustados a tipo de cambio constante	718,32	652,78	10,0%	177,95	153,15	16,2%
España	116,44	113,96	2,2%	(17,7)	(15,5)	(13,8%)
Internacional	601,88	538,83	11,7%	195,64	168,70	16,0%
Portugal	6,59	6,86	(3,9%)	0,17	0,65	(73,2%)
Latam	595,29	531,97	11,9%	195,46	168,04	16,3%
EBITDA ajustado	178,25	151,56	17,6%	21,47	14,20	51,2%
España	20,41	20,21	1,0%	(31,7)	(30,7)	(3,3%)
Internacional	157,84	131,36	20,2%	53,14	44,85	18,5%
Portugal	0,97	0,70	38,5%	(0,6)	(0,7)	17,1%
Latam	156,87	130,66	20,1%	53,73	45,56	17,9%
% margen ajustado	24,8%	23,2%		12,1%	9,3%	
EBIT ajustado	103,07	76,68	34,4%	16,28	5,97	172,8%
% margen ajustado	14,3%	11,7%		9,1%	3,9%	

En junio de 2014 se ha procedido a la venta de la división Ediciones Generales y por tanto ha salido del perímetro de consolidación.

A partir del mes de julio esta actividad no forma parte de los resultados del Negocio de Educación de Prisa. El impacto de dicha transacción en las cuentas anuales se recoge en la tabla de efectos extraordinarios adjunta más arriba y en tabla de la página 15. Esto supone ajustar las cifras del ejercicio 2014 y 2013, eliminando dicha actividad de las cuentas de Educación.

Los ajustes de Ediciones Generales afectan a ingresos, gastos e incluyen la plusvalía generada por la venta y el deterioro del fondo de comercio de la actividad de Ediciones Generales en Brasil.

a_ Posición de mercado

Santillana, el negocio de educación de mantiene una posición de mercado líder la práctica totalidad de los países en los que opera. En España, Santillana tiene una cuota de mercado del 19,3%.

Se detalla a continuación la cuota y posición de mercado de Santillana en sus principales mercados según los últimos datos disponibles.

Posición de mercado del negocio de educación de PRISA

País	Cuota de mercado	Posición de mercado
España	19,3%	1
Brasil	19,9%	1
México	17,4%	1
Argentina	27,6%	1
Chile	38,8%	1
Colombia	17,2%	1
Portugal	7,1%	3

Fuente: Estimaciones internas, datos a final de 2013, México: 23,4 % incluye UNO

b_ Ingresos de explotación

Los ingresos de Educación en 2014 se han visto afectados por los siguientes factores:

- La venta de la división de Ediciones Generales en el mes de Junio. En la tabla adjunta se recoge la contribución de dicho negocio a las cuentas anuales de Educación (sin indemnizaciones):

Ediciones Generales - Contribución	2014	2013
Efectos extraordinarios en ingresos	65,01	85,51
Ingresos por operaciones	43,40	85,51
Pulsvalía por venta de negocio	21,61	0,00
Efectos extraordinarios en gastos	37,66	63,67
Costes Operativos	37,66	63,67
Efectos extraordinarios en amort. y provs.	14,56	15,58
Fondo de Comercio Objetiva	6,79	0,00
Amortizaciones y Provisiones	7,77	15,58

- Gastos no recurrentes, por indemnizaciones, fundamentalmente derivadas de la operación de Ediciones Generales.
- La evolución de los tipos de cambio, que impactan negativamente en 66,7 millones de euros en ingresos y 20,2 millones de Euros en EBITDA (excluyendo el impacto en Ediciones Generales).

Excluyendo el impacto de los tipos de cambio, los ingresos ajustados (eliminando la contribución de Ediciones Generales e indemnizaciones) crecen un +10% y el EBITDA un +17,6%

En la evolución de ingresos del año 2014 cabe destacar:

- La evolución de las campañas del área sur, que en su conjunto han mostrado una buena evolución.
- En España, la campaña, que comenzó con retraso por las dificultades en la implantación de la nueva ley, ha terminado con un crecimiento respecto a 2013. En 2014 los ingresos crecen un +2,2% y el EBITDA un +6,0%.
- México, ha crecido un 1,4% (+6,5% en moneda local) en línea con lo esperado.
- En Brasil, el crecimiento en la campaña regular ha compensado el descenso en la campaña de venta institucional. Este descenso ha sido debido a tres factores: el menor volumen de compras públicas del gobierno, la menor asignación de libros a Santillana y la falta de total traslación a los precios del impacto de la inflación.

- e) Los **sistemas de enseñanza UNO continúan su crecimiento (+9,3%)** y muestran una notable mejora en márgenes. El EBITDA pasa de +2,9 millones de euros en 2013 a +21,3 millones de euros en 2014.

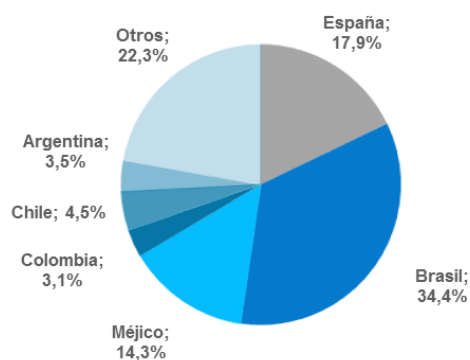
La **contribución a ingresos ajustados de los distintos países** en los que tiene presencia Santillana, separando la contribución de Educación tradicional (incluyendo el sistema de enseñanza Compartir), y el sistema de enseñanza de UNO es la siguiente:

EDUCACIÓN	INGRESOS DE EXPLOTACIÓN			INGRESOS MONEDA LOCAL		
	2014	2013	Var %	2014	2013	Var %
Total Santillana	651,6	652,8	(0,2)			10,0
Educación Tradicional y Compartir	577,6	584,7	(1,2)			
España	116,0	113,5	2,2	115,97	113,47	2,2
Portugal	6,6	6,9	(3,9)	6,59	6,86	(3,9)
Brasil	191,6	191,3	0,1	611,53	561,03	9,0
México	62,6	61,9	1,2	1.102,22	1.025,90	7,4
Argentina	22,8	24,7	(7,9)	248,28	166,01	49,6
Chile	29,0	29,7	(2,1)	21.963,44	19.187,43	14,5
Colombia	10,1	12,9	(22,2)	27,37	32,89	(16,8)
Otros países	139,0	143,8	(3,4)			
Sistema UNO	73,8	67,6	9,3			
España	0,1	0,0	n.a.	0,10	0,00	n.a.
Brasil	32,9	28,4	15,9	102,75	80,66	27,4
México	30,4	29,9	1,8	538,74	514,46	4,7
Colombia	10,4	9,3	12,2	27,87	23,08	20,8
Otros	0,2	0,5	(62,0)	0,2	0,5	(62,0)

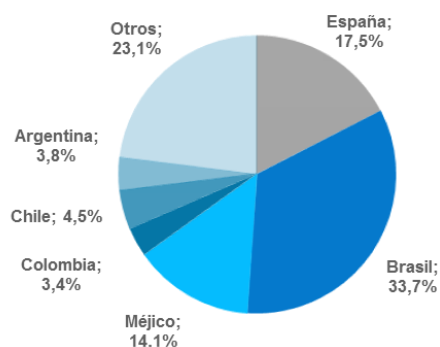
Excluyendo el impacto de los tipos de cambio y el impacto de Ediciones Generales, los ingresos ajustados crecen un 10% y un 17.6% en EBITDA.

Desglose geográfico de ingresos de educación (%)

Enero – Diciembre 2014



Enero – Diciembre 2013



c_ Gastos de explotación y capex

Los gastos de explotación ajustados se reducen en 2014 un -1,5%. Esta reducción responde a:

- **Menores gastos por tipo de negocio**, Gastos Totales: -1,5%, -7,7 millones de euros; Educación tradicional y Compartir: 0,7%, 2,9 millones de euros; Sistema UNO: -18,7%, -12,1 millones de euros; Otros: 9,7%, 1,6 millones de euros.
- **Menores gastos por concepto**, Personal: -2,0%, -3,1 millones de euros; Servicios exteriores: -0,5%, -0,8 millones de euros; Derechos de autor: -2,6%, -0,6 millones de euros; Pérdidas enajenación inmovilizado: -0,3 millones de euros; CMV: -177,4%, -2,9 millones de euros.

En cuanto a las Inversiones, Santillana realiza inversiones totales por 59,6 millones de euros en 2014.

d_ EBITDA

El EBITDA ajustado de educación en 2014 alcanzó 158 millones de euros (+4,3%). Este resultado se ha visto afectado por la evolución de los tipos de cambio.

A tipo de cambio constante, el negocio de educación habría visto crecer su EBITDA ajustado un 17,6% hasta alcanzar 178,3 millones de euros.

La contribución a EBITDA ajustado de los distintos países en los que tiene presencia Santillana, separando la contribución de Educación tradicional (incluyendo el sistema de enseñanza Compartir), y el sistema de enseñanza UNO, es la siguiente:

EDUCACIÓN	EBITDA AJUSTADO			EBITDA AJUSTADO MONEDA LOCAL		
	2014	2014	Var %	2014	2013	Var %
Total Santillana	158,0	151,5	4,3			17,6
Educación tradicional y Compartir	154,5	164,5	(6,1)			
España	37,3	35,0	6,6	37,3	35,0	6,6
Portugal	1,0	0,7	36,1	1,0	0,7	36,1
Brasil	53,0	59,6	(11,1)	175,0	177,5	(1,4)
México	15,0	14,1	6,3	264,0	224,3	17,7
Argentina	4,6	5,4	(14,4)	52,0	28,8	80,5
Chile	9,5	8,7	9,9	7.193,9	5.370,6	33,9
Colombia	(0,4)	0,3	-	(0,5)	1,4	(139,9)
Otros países	34,5	40,6	(15,1)			
Sistema UNO	21,3	2,9	639,7			
España	(0,1)	(,2)	51,2	(0,1)	(0,2)	51,2
Brasil	8,5	(2,2)	-	26,2	(5,3)	-
México	10,1	5,1	97,6	179,9	90,9	98,1
Colombia	2,7	0,2	-	7,3	0,5	-
Otros	(17,8)	(15,9)	(12,0)	(17,8)	(15,9)	(12,0)

e_ Desarrollo Digital – Sistemas de Enseñanza Digitales (UNO y Compartir)

Sistema UNO: Se trata de un servicio integral pedagógico, que se construye en torno a la colaboración con la gestión del colegio, ofreciendo formación y evaluación, una educación bilingüe y la digitalización del sistema educativo (incluyendo la clase). Es un sistema que incluye en el mismo a propietarios del colegio, directores, profesores, alumnos y padres.

La propuesta incluye:

- **Contenido:** material impreso (alumno, profesor, clase) y digital (alumno y profesor)
- **Plataforma digital:** hardware (ipads, servidores, proyectores etc.) y software (apps, soporte, etc.)
- **Evaluación:** exámenes de la escuela o nacionales (MAPCO, PISA, Inglés -Cambridge-)
- **Entrenamiento:** para directores, profesores, alumnos y padres con conferencias, seminarios, eventos, tutoriales, servicios digitales etc.

El modelo de negocio:

- El negocio se hace B2B, con acuerdos directos con los colegios (por 4 años), y pago directo de los padres.
- El precio es mayor que el paquete de libros tradicional a los colegios.
- Se ofrece la digitalización de las clases y la posibilidad de tener una tableta (ipad) por cada alumno.
- Supone una transformación de material impreso con elementos digitales a sistema totalmente digital.

- El desarrollo del proceso educativo está planeado y gestionado en su totalidad a través del sistema UNO.

La presencia geográfica: el sistema UNO se ha lanzado en Brasil, México y Colombia con considerable éxito en los tres países.

Los resultados: En 2014, los resultados de sistema UNO han mostrado un buen comportamiento en moneda local y han mejorado la rentabilidad una vez que se han superado al etapa de implantación e inversión iniciales. El EBITDA pasa de 2,9 millones de euros en 2013 a 21,3 millones de euros en 2014.

Los indicadores operativos:

- **Brasil:** sistema UNO se encuentra presente en 327 colegios y alcanza a 111.505 alumnos.
- **Colombia:** sistema UNO se encuentra presente en 81 colegios y alcanza a 25.748 alumnos.
- **México:** sistema UNO se encuentra presente en 427 colegios y alcanza a 121.509 alumnos.
- **Total sistema UNO:** se encuentra presente en 837 colegios y alcanza a 261.400 alumnos.

Sistema COMPARTIR: Iniciativa dirigida a facilitar la incorporación de tecnología a los colegios de una forma menos radical que Sistema UNO. Supone una introducción al mundo digital en vez de una propuesta educativa alternativa a los colegios. Proporciona a los colegios una solución para enfrentar la necesidad de introducir cambios tecnológicos, cuando son más reacios a abandonar el sistema tradicional de libros de texto.

La propuesta: ofrece libros de texto enriquecidos con componentes digitales y acceso a hardware y software a precios preferentes para ir incrementando la exposición digital del colegio.

- **Contenido:** mismo contenido creado para educación tradicional añadiendo servicios adicionales.
- **Evaluación.**
- **Entrenamiento pedagógico:** incluye consultoría, cursos y certificaciones.
- **Digitalización de clases:** incluyendo hardware para mejorar la experiencia educativa de los alumnos.
- **Contenido Online:** Santillana plus (página web para alumnos y profesores) y Twig (videos educativos de biología, física, química y ciencias naturales).
- **Learning Management System (LMS):** integración de la comunidad de aprendizaje (alumno, profesores y padres) en una plataforma personalizable y que simplifica la gestión educativa.

El modelo de negocio:

- El negocio se hace B2B, con acuerdos con los colegios (3 años) con pago por suscripciones
- Se entrega el sistema directamente a los colegios
- Existen varias opciones para satisfacer las distintas necesidades de los colegios
- Se tiene un acuerdo con proveedores de hardware para los colegios que adopten Compartir

Presencia Geográfica: El sistema Compartir se encuentra mucho más expandido que UNO, con presencia en Argentina, Brasil, Centroamérica Norte y Sur, Chile, Colombia, Ecuador, México y República Dominicana. En febrero de 2015 se lanza en Perú.

La contribución a ingresos y EBITDA de Compartir se encuentra incluida con los ingresos de educación tradicionales mostrados en las tablas anteriores.

En cuanto a sus indicadores operativos, **Sistema Compartir alcanza 1.102 colegios y 370.564 alumnos.**

4_ Negocio de Radio

RADIO	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
Ingresos	305,14	323,85	(5,8%)	91,77	101,71	(9,8%)
Publicidad	272,92	285,93	(4,6%)	80,17	84,57	(5,2%)
España	157,31	161,23	(2,4%)	47,80	49,49	(3,4%)
Internacional	115,30	124,52	(7,4%)	32,26	34,99	(7,8%)
Otros*	0,31	0,17	78,0%	0,11	0,08	33,2%
Otros	32,22	37,92	(15,0%)	11,60	17,15	(32,3%)
Gastos de explotación	259,40	277,08	(6,4%)	72,10	77,34	(6,8%)
EBITDA	45,74	46,77	(2,2%)	19,66	24,38	(19,3%)
% margen	15,0%	14,4%		21,4%	24,0%	
EBIT	24,82	23,27	6,7%	9,74	13,49	(27,8%)
% margen	8,1%	7,2%		10,6%	13,3%	
<i>* Incluye Música y Ajustes de consolidación</i>						
Efectos extraordinarios en ingresos	(24,85)	(14,31)		(10,12)	(3,06)	
Ajuste Patrocinios Publicidad	0,00	4,72		0,00	2,82	
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	(24,85)	(19,03)		(10,12)	(5,88)	
Efectos extraordinarios en gastos	(5,01)	2,36		(1,22)	3,40	
Indemnizaciones	6,55	5,87		2,394	2,785	
Indemnizaciones Colaboradores	1,57	2,66		0,31	0,71	
Ajuste Patrocinios Publicidad	0,00	4,72		0,00	2,82	
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	(13,13)	(10,89)		(3,92)	(2,92)	
Efectos extraordinarios en amort. y provs.	7,91	4,84		8,76	5,75	
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	(0,81)	(1,18)		0,04	(0,27)	
Deterioros y Pérdidas de Inmovilizado	8,73	6,02		8,73	6,02	
Ingresos ajustados	329,98	338,16	(2,4%)	101,89	104,77	(2,8%)
España	195,82	195,44	0,2%	60,54	64,62	(6,3%)
Latam	145,71	150,18	(3,0%)	44,70	42,87	4,3%
Ajustes y Otros	(11,5)	(7,5)		(3,3)	(2,7)	
EBITDA ajustado	65,57	63,43	3,4%	28,57	30,83	(7,3%)
España	18,07	12,46	45,0%	11,68	11,49	1,7%
Latam	47,48	52,32	(9,3%)	16,89	19,63	(13,9%)
Ajustes y Otros	(0,0)	(1,4)		(0,0)	(0,3)	
% margen ajustado	19,9%	18,8%		28,0%	29,4%	
EBIT ajustado	52,57	44,77	17,4%	27,41	25,69	6,7%
% margen ajustado	15,9%	13,2%		26,9%	24,5%	
Ingresos ajustados a tipo de cambio constante	342,56	338,16	1,3%	103,60	104,77	(1,1%)
España	195,82	195,44	0,2%	60,54	64,62	(6,3%)
Latam	158,29	150,18	5,4%	46,40	42,87	8,2%
Ajustes y Otros	(11,5)	(7,5)		(3,3)	(2,7)	
EBITDA ajustado a tipo de cambio constante	68,07	63,43	7,3%	28,85	30,83	(6,4%)
España	18,07	12,46	45,0%	11,68	11,49	1,7%
Latam	49,98	52,32	(4,5%)	17,18	19,63	(12,5%)
Ajustes y Otros	(0,0)	(1,4)		(0,0)	(0,3)	
% margen ajustado	19,9%	18,8%		27,9%	29,4%	
EBIT ajustado	54,68	44,77	22,1%	28,11	25,69	9,4%
% margen ajustado	16,0%	13,2%		27,1%	24,5%	

En 2014, las participaciones en México y Costa Rica, pasan a consolidar por puesta en equivalencia (dejan de consolidarse por integración proporcional). Esta modificación se aplica, tanto a las cuentas de 2013, como a las de 2014.

Esta situación se debe, a un cambio en la normativa contable internacional, (adoptada por la UE) que impacta desde enero 2013.

A efectos de dar una visión del negocio global, el impacto de México y Costa Rica se incluye entre los efectos extraordinarios, tanto en 2014 como en 2013.

a_ Posición de mercado

En España, destaca la fortaleza competitiva de la Radio de a través de sus principales emisoras (Cadena Ser, 40 Principales, Cadena Dial, M-80, Radiolé y Máxima FM). Según el último informe de EGM, **Cadena Ser mantiene el liderazgo absoluto en el mercado con 4.725.000 oyentes** (cuota de mercado del 39,7% de la radio generalista en España). **Cadena 40 y Cadena Dial tienen el primer y segundo puesto en el mercado de Radio musical, con audiencias que alcanzan el 22% y el 16% respectivamente.**

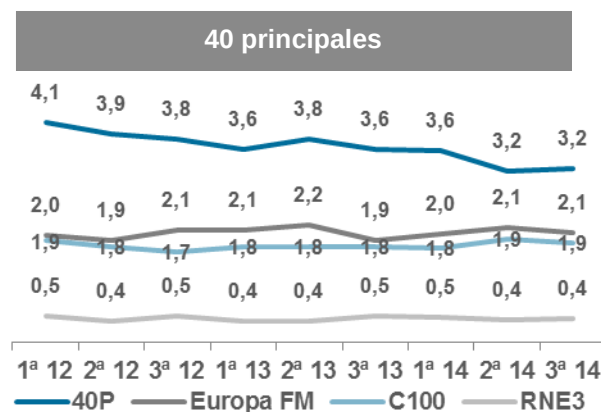
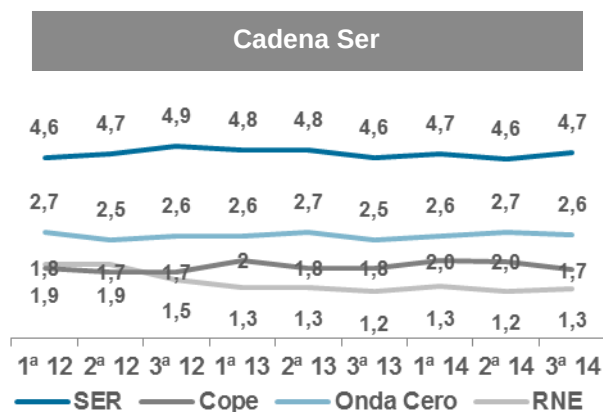
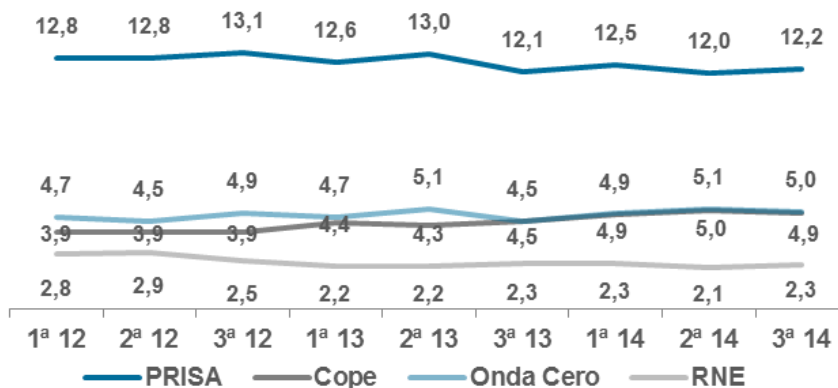
Se detalla a continuación el número de oyentes de las emisoras de Radio en España de:

Miles de Oyentes	Oyentes		
	T4 2014	Posición	Cuota
Radio Generalista	4.725	1	39,7%
Cadena SER	4.725		39,7%
Radio Musical	7.518	1	51,0%
40 Principales	3.245		22,0%
Dial	2.391		16,2%
Máxima FM	705		4,8%
M80	633		4,3%
Radiolé	544		3,7%
Total	12.243		

Fuente: EGM Tercera Ola 2014

La fuerte posición de liderazgo de las emisoras de radio del Grupo en España frente a la competencia es recurrente en el tiempo. Se muestra a continuación la evolución de la posición de audiencia de las emisoras de radio del grupo según EGM.

Evolución de la audiencia de Radio en el mercado de España (millones de oyentes)

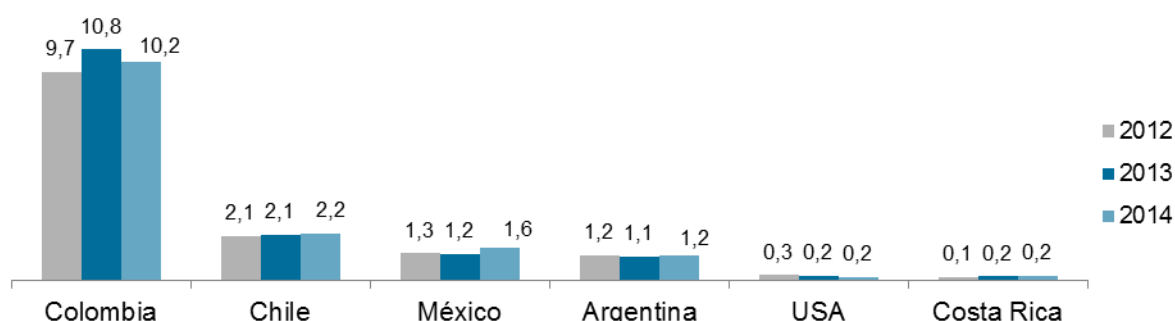


Fuente: EGM tercera Ola 2014

En cuanto a la radio internacional, mantiene el liderazgo en Chile y en Colombia (cuotas de 47,4% y 36,1% respectivamente) y la tercera posición en México (14%). El detalle de la posición de mercado de las emisoras de radio internacionales de se detalla a continuación según la última información disponible (septiembre - diciembre 2014):

Miles de Oyentes	Oyentes		
	2014	Posición	Cuota
Colombia	10.220	1	36,1%
Chile	2.195	1	47,4%
México	1.552	3	14,1%
Argentina	1.155	4	9,6%
Costa Rica	210	n/a	n/a
USA	154	n/a	n/a
Ecuador	36	n/a	n/a

Evolución de la audiencia Radio en el mercado de Radio Internacional (millones de oyentes)



Fuente: ECAR (Colombia), IPSOS (Chile), INRA (México), IBOPE (Argentina), última información disponible a septiembre -diciembre 2014

b_ Ingresos de explotación

En 2014, los ingresos de la radio alcanzaron los 305,1 millones de euros, lo que supone una caída comparados con los ingresos de 2013 del -5,8%. Esta caída se debe principalmente a:

- La existencia de ingresos por patrocinios de publicidad sin impacto en EBITDA en 2013 no registrados en 2014, por 4,7 millones de euros.
- El impacto negativo de los tipos de cambio, que fue de 12,6 millones de euros.

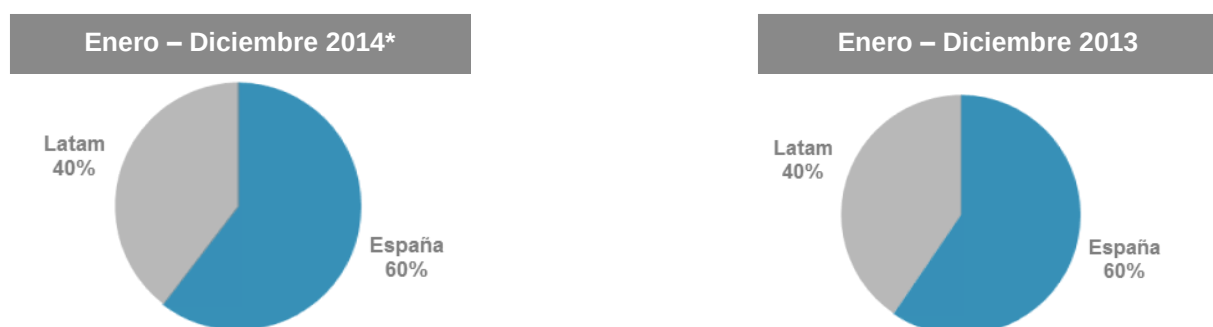
Adicionalmente, Méxicoy Costa Rica han pasado a consolidarse por puesta en equivalencia tanto en 2013 como en 2014.

A tipo de cambio constante y ajustando por el importe de los patrocinios registrados en 2013, y por el impacto adicional de incluir México y Costa Rica, los ingresos ajustados habrían alcanzado 342,6 millones de euros en 2014, creciendo un +1,3% frente a 2013 a tipo de cambio constante.

Ingresos de Radio por origen geográfico:

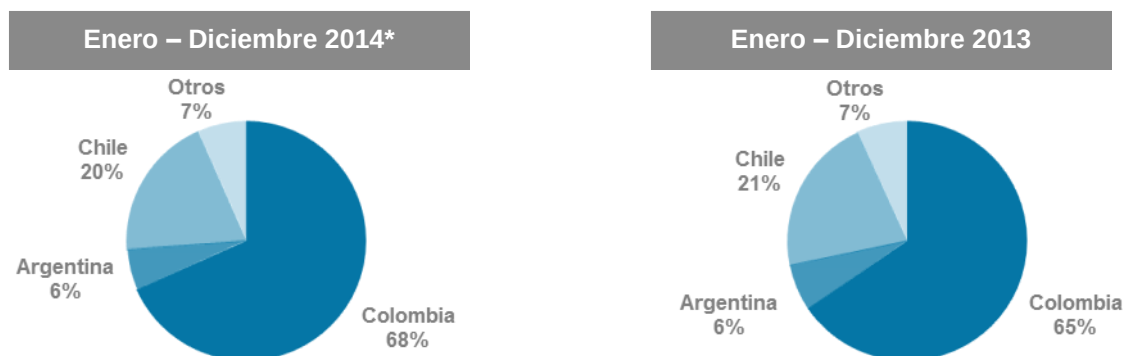
- a) **España:** Los ingresos ajustados (incluyendo Música) de Radio en España alcanzan 195,8 millones de euros en 2014 (+0,2% versus 2013).
- b) **Internacional:** Los ingresos ajustados de Radio Internacional alcanzan **145,7 millones de euros** en 2014 (-3,0% versus 2013). Dicha caída se debe fundamentalmente a la evolución del tipo de cambio. A tipo constante, y ajustando por el impacto de México y Costa Rica, los ingresos internacionales ajustados de Radio habrían alcanzado **158,3 millones de euros** en 2014 **(+5,4 % versus 2013)**.

Ingresos por origen geográfico (%)



* Datos impactados por baja en consolidación de México y Costa Rica. Sin dicho impacto los ingresos de Latinoamérica habrían alcanzado 44,2% del total de ingresos de la división.

Contribución internacional de los distintos países a Radio Internacional (%)



* Datos impactados por la baja en la consolidación de México y Costa Rica. Sin dicho impacto la contribución de los principales países sería: Colombia 56,6% México 16,4% Argentina 4,6% Chile 16,2% Otros 6,3%

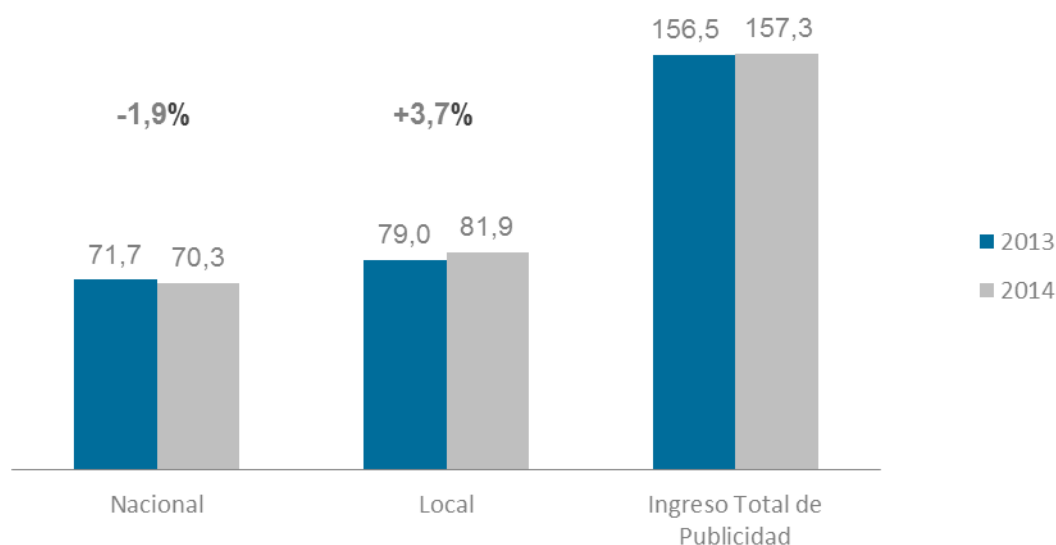
Ingresos de radio por concepto:

- a) **Ingresos publicitarios:** Los ingresos publicitarios de Radio se reducen un -4,6% en 2014 alcanzando 272,9 millones de Euros y representando un 89,4% de los ingresos de la división. Cabe destacar el diferente comportamiento de España y de la Radio Internacional.

Los ingresos publicitarios totales de España (incluyendo publicidad de Música), alcanzan los 157,6 millones de euros y disminuyen un -2,4% y representan un 57,8% del total de ingresos de publicidad.

En términos ajustados, (y excluyendo publicidad de Música) sin embargo, crecen el +0,5% (157,3 millones de euros de ingreso publicitario en 2014 frente a 156,5 millones de euros en 2013), ajustando patrocinios de publicidad en 2013 no registrados en 2014.

La publicidad local consolida su tendencia de crecimiento (+3,7% acumulado, con crecimiento positivo en cada uno de los últimos 12 meses). Publicidad en cadena sigue sin mostrar una tendencia clara a pesar de mejorar en los últimos meses del año (especialmente en octubre, +25% y +3,4% en diciembre).



Los ingresos publicitarios internacionales, que se reducen, un -7,4%, se ven afectados por el impacto negativo del tipo de cambio y por un peor comportamiento en Colombia y Chile (afectado por cambios de gobierno).

Excluyendo el impacto del tipo de cambio e incluyendo México y Costa Rica, los ingresos publicitarios alcanzan los 148,6 millones de euros (+3,3% versus 2013).

- b) **Otros ingresos:** alcanzan 32,2 millones de euros (-15,0% versus 2013). Estos ingresos incluyen prestación de servicios, venta de productos y otros.

En los ingresos de publicidad de Radio de 2013 se ha realizado una **reclasificación de ingresos** por importe de 3 millones de euros correspondientes a publicidad de eventos, que anteriormente estaba incluida dentro de "Otros Ingresos" en la división de Radio. Dicho cambio no tiene impacto a nivel de resultados de la unidad de negocio ni del Grupo.

c_ Gastos de explotación y capex

El Grupo mantiene su importante esfuerzo de control de costes. Los gastos de explotación en 2014 se han reducido un -6,4% con respecto a 2013. Ajustados de efectos no recurrentes (principalmente indemnizaciones) y efectos de perímetro, los gastos de explotación se habrían reducido en un -3,8% y en un -0,1% teniendo en cuenta el impacto del tipo de cambio.

La reducción de gastos continúa, fruto de un proceso de control de costes recurrente, implantado en los últimos años. Mejora la posición de la unidad para aprovechar el apalancamiento operativo de sus actividades, cuando mejore el entorno de mercado, como se espera para 2015.

En cuanto a las **inversiones**, Radio realiza inversiones por valor de 6,4 millones de euros en 2014.

d_ EBITDA

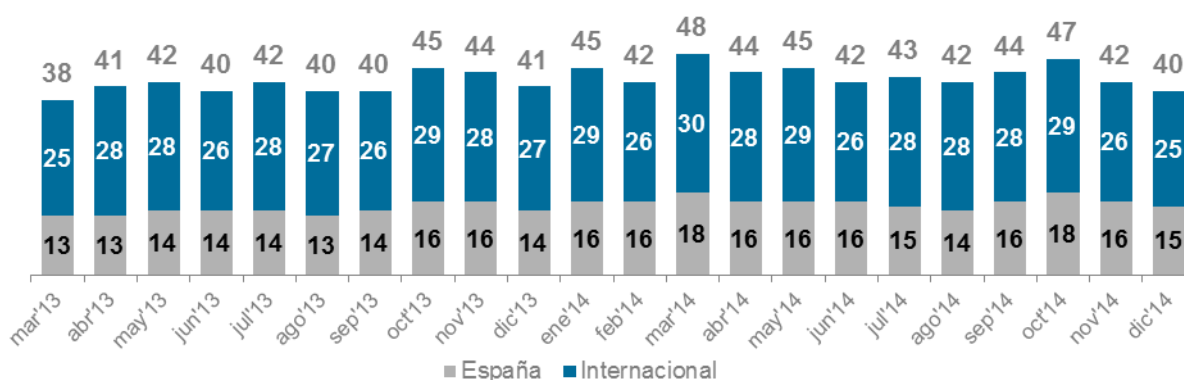
El **EBITDA** de Radio fue positivo en **45,7 millones** de euros 2014, lo que se compara con un EBITDA de 46,8 millones en 2013. **Excluyendo extraordinarios y FX**, el EBITDA hubiera alcanzado **68,1 millones de euros** comparado con 63,4 millones en 2013 (+7,3%).

Destaca la mejora del **EBITDA de España** que pasa de 12,5 millones de euros en 2013 a 18,1 millones de euros en 2014 **en términos ajustados (+45%)**.

e_ Desarrollo Digital

Destaca la solidez y el crecimiento de horas de escucha de radio a través de medios digitales. En el último año, las horas de escucha mensuales han crecido de 38 millones en marzo de 2013 a 40 millones en diciembre de 2014, con una evolución positiva de horas de escucha en España y Radio Internacional.

Evolución de horas de escucha de radio digital (millones de horas)



El apoyo a la actividad digital del negocio de radio tiene como resultado:

- **El fuerte crecimiento de los navegadores únicos** a las páginas web internacionales de radio del Grupo: Los navegadores únicos a las páginas web de Radio en España crecen un +14,6% y alcanzan 8,3 millones de media. En cuanto a la Radio Internacional, los navegadores únicos según Omniture crecen un +16,3% y alcanzan 10,0 millones de media. Los navegadores únicos totales de Radio alcanzan 18,4 millones y crecen un 15,5%.
- **Durante 2013 se lleva a cabo el lanzamiento de Yes.fm:** Yes.fm es una plataforma de escucha de música en “streaming” que busca ser la primera plataforma de difusión de música online en España y Latinoamérica, acercar los usuarios a los artistas desde cualquier soporte, grabado o en vivo y ofrecer la experiencia más completa para la escucha de música y el acceso a los servicios relacionados con ella. Implantado inicialmente en España (2013), se pretende extender a otros países durante 2015. Las principales **ventajas de Radio** para ofrecer el servicio son: Fortaleza de sus marcas en productos musicales, capilaridad comercial, expertos en música en 10 países, conocimiento de la industria musical y sitios web de para promoción y captación (EIPaís, As, Rolling Stone, Meristation, Yomvi).

El **modelo de negocio** de YES.fm se basa en:

- **Publicidad:** Modelo asociado a canales y radios (menor coste de derechos), con mínimos garantizados más bajos, experiencia e implantación territorial de Radio para la venta publicitaria, inteligencia local de música, predominio de usuarios pasivos en el mercado.
- **Subscripción:** Modelo «a la carta» necesario para *heavy-users* o usuarios que no quieren publicidad proporciona además diversificación de los ingresos.
- **E-commerce.**

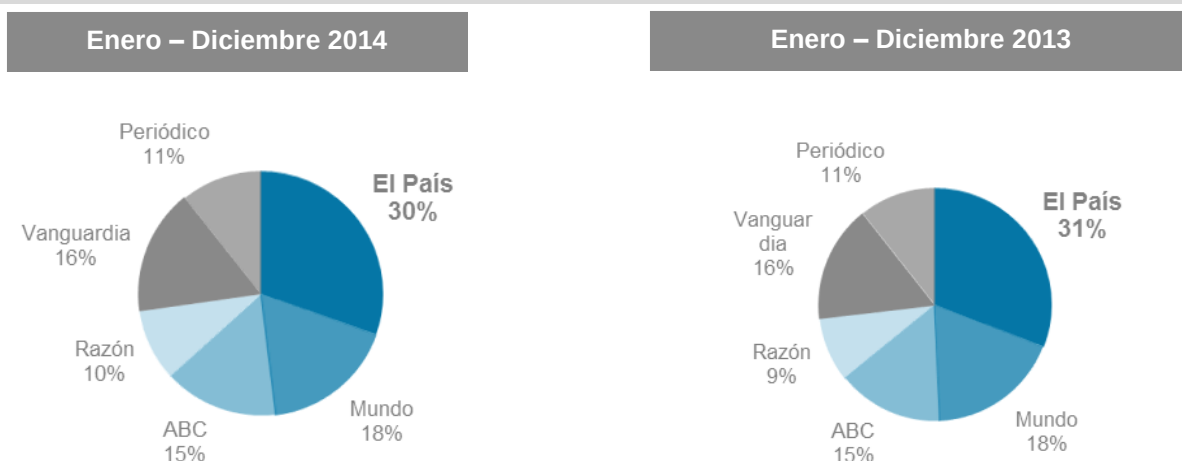
5_ Negocio de Prensa

PRENSA	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
Ingresos	260,22	282,49	(7,9%)	72,30	82,34	(12,2%)
Publicidad	109,37	112,69	(2,9%)	36,48	36,90	(1,1%)
Circulación	109,00	125,85	(13,4%)	26,26	29,28	(10,3%)
Promociones y otros	41,86	43,95	(4,8%)	9,57	16,16	(40,8%)
Gastos de explotación	258,77	265,44	(2,5%)	63,85	74,19	(13,9%)
EBITDA	1,45	17,04	(91,5%)	8,45	8,15	3,7%
% margen	0,6%	6,0%		11,7%	9,9%	
EBIT	(21,59)	(0,17)	---	(0,14)	1,27	(111,0%)
% margen	(8,3%)	(0,1%)		(0,2%)	1,5%	
Efectos extraordinarios en ingresos	5,21	7,06		1,81	3,87	
Ajuste Patrocinios Publicidad	5,21	7,057		1,81	3,87	
Efectos extraordinarios en gastos	18,36	15,09		2,71	8,21	
Indemnizaciones	13,16	8,04		0,90	4,34	
Ajuste Patrocinios Publicidad	5,21	7,06		1,81	3,87	
Efectos extraordinarios en amort. y provs.	4,56	0,00		4,56	0,00	
Otros deterioros	4,56	0,00		4,56	0,00	
Ingresos ajustados	255,02	275,43	(7,4%)	70,49	78,47	(10,2%)
Publicidad	104,17	105,63	(1,4%)	34,66	33,02	5,0%
Circulación	109,00	125,85	(13,4%)	26,26	29,28	(10,3%)
Promociones y otros	41,86	43,95	(4,8%)	9,57	16,16	(40,8%)
EBITDA ajustado	14,61	25,08	(41,8%)	9,35	12,48	(25,1%)
% margen ajustado	5,7%	9,1%		13,3%	15,9%	
EBIT ajustado	(3,9)	7,87	(149,3%)	5,32	5,61	(5,2%)
% margen ajustado	(1,5%)	2,9%		7,5%	7,2%	

a_ Posición de mercado

El País mantiene su posición de liderazgo absoluto en España, con una cuota de mercado del 30% según los últimos datos disponibles de OJD (diciembre 2014).

Posición de mercado del negocio de prensa de PRISA



Fuente: OJD diciembre 2014

b_ Ingresos de explotación

El área de prensa redujo sus ingresos en un -7,9% en 2014 hasta alcanzar los 260,2 millones de euros. Ello se debió, tanto a la debilidad mostrada por el mercado publicitario en prensa escrita, como al descenso de la circulación. Estos descensos fueron compensados, en parte, por el crecimiento de la publicidad digital y el buen comportamiento de los eventos y promociones.

Los ingresos publicitarios cayeron un -2,9% (El País -5,2% y As +7,0%).

- Los ingresos de publicidad en papel disminuyeron un -9,6% (incluyendo nuevos negocios).

- Los ingresos de publicidad digital (incluyendo eventos) crecieron un +18,4% en el periodo y representando ya el 30% del total de ingresos publicitarios de la división (23% a diciembre de 2013).
- Destaca AS, donde el 51% de los ingresos de publicidad son ya del área digital (55% de publicidad ajustada).
- El desarrollo de nuevas líneas de negocio (organización de Eventos) continúa creciendo (+22,2%).
- El buen comportamiento de la publicidad digital y los nuevos negocios, logra casi compensar la caída de la publicidad tradicional.

Ingresos de Publicidad Ajustados

ENERO - DICIEMBRE

Millones de euros

2014

2013

% Chg.

Publicidad

104,17

105,63

(1,4%)

No digital

65,58

73,02

(10,2%)

Digital

31,29

26,65

17,4%

Eventos

7,29

5,97

22,2%

Ajustados por patrocinios de publicidad

Los ingresos por circulación experimentaron una caída del -13,4%. En cuanto a la circulación de ejemplares impresos, la evolución por periódico según los últimos datos disponibles (OJD diciembre 2014) es la siguiente:

	Ene - Dic 2014	Ene - Dic 2013	Var. %
El País	259.775	292.226	(11,1)
AS	149.004	158.164	(5,8)
Cinco Días	26.655	28.911	(7,8)

OJD, cifras Enero - Diciembre no auditadas

Disminuyó la difusión del **El País** en un -11,1%, **AS** cayó un -5,8% y la del **Cinco Días** un -7,8%.

- El resto de ingresos de Prensa alcanzan **41,9 millones de euros** en 2014, lo cual supone un descenso del **(-4,8%)**. El motivo ha sido que en este periodo no se han imputado **deducciones fiscales** a ingresos, frente a 7,4 millones de euros imputados en 2013. Descontando el efecto de las deducciones fiscales, el epígrafe de otros ingresos **habría aumentado un +14,5%**.
Adicionalmente, este **descenso viene compensado** en parte, por la partida de **ingresos por promociones**, cuyo crecimiento respecto a 2013 (**6,5 millones de euros, +31,2%**), se debe al **éxito de algunas promociones**, como la colección "Beatles", "Smartphone" o "Inglés Total" desarrolladas durante 2014.

c_ Gastos de explotación y Capex

Los **gastos de explotación** descienden en un **-2,5%** durante 2014, a pesar del incremento debido a las indemnizaciones de restructuración de personal (13,2 millones de euros comparado con 8,0 millones en 2013). **Excluyendo impactos no recurrentes, los gastos de explotación se habrían reducido en un -4,0%** (9,9 millones de euros).

El Capex de la unidad de prensa se mantiene bajo control, alcanzando 3 millones de euros en 2014.

d_ EBITDA

El **EBITDA** de 2014 ha alcanzado los **1,5 millones de euros**, descendiendo un -91,5%, lo que se explica fundamentalmente por las indemnizaciones llevadas a cabo.

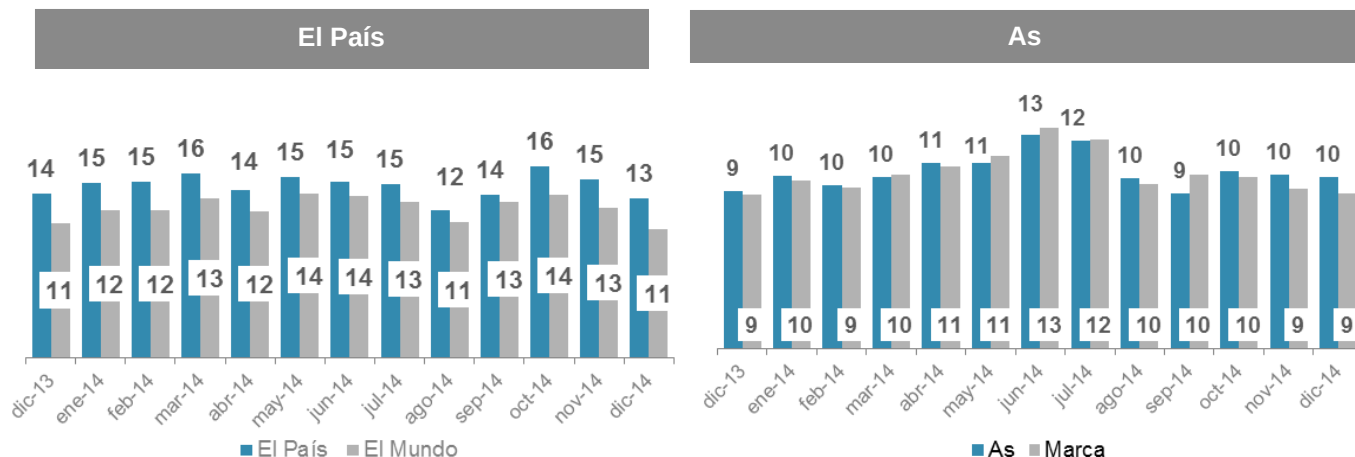
Excluyendo el **impacto de extraordinarios**, el **EBITDA** habría alcanzado **14,6 millones de euros** y excluyendo el impacto de las deducciones fiscales el descenso frente a 2013 habría sido del -17,4%.

e_ Desarrollo Digital

- Los ingresos de publicidad digital ajustada crecen un **+17,4%** y representan ya un 30% de los ingresos publicitarios de la división.

- **Los navegadores únicos** de las páginas web del El País crecieron en 2014 un +14,7%, alcanzando 40,6 millones de media (incluyendo Elpaís.com, Meristation, SModa y Clasificados). En las páginas de As.com, el crecimiento de navegadores únicos fue del 18,5% alcanzando 33,9 millones de media.
- **En términos de usuarios únicos**, según comScore en prensa generalista en 2014, El País mantiene su posición de liderazgo, alcanzando la cifra de 14,6 millones de usuarios promedio mensual. Adicionalmente en prensa deportiva, As mantiene una segunda posición frente a Marca, alcanzando 10,5 millones de usuarios únicos en promedio mensual anual.

Audiencia digital (millones de usuarios únicos)



- Durante 2013 se llevó a cabo el lanzamiento de El País Brasil.
- En 2014 se amplía sustancialmente la redacción digital de El País México.

6_ Media Capital

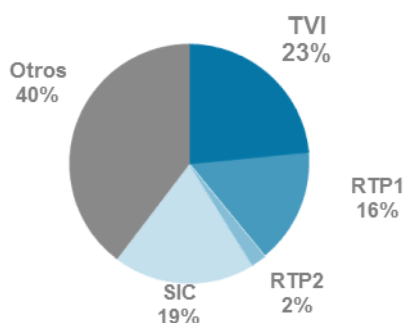
MEDIA CAPITAL	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
Ingresos	179,77	181,72	(1,1%)	51,43	52,20	(1,5%)
Publicidad	114,13	102,69	11,1%	32,74	31,39	4,3%
Otros	65,65	79,03	(16,9%)	18,69	20,81	(10,2%)
Gastos de explotación	137,66	142,64	(3,5%)	33,33	35,84	(7,0%)
EBITDA	42,11	39,07	7,8%	18,10	16,36	10,7%
% margen	23,4%	21,5%		35,2%	31,3%	
EBIT	32,43	29,40	10,3%	15,09	14,01	7,7%
% margen	18,0%	16,2%		29,3%	26,8%	
Efectos extraordinarios en gastos	1,71	1,92		0,31	0,57	
Indemnizaciones	1,71	1,92		0,31	0,57	
EBITDA ajustado	43,82	41,00	6,9%	18,41	16,93	8,7%
% margen ajustado	24,4%	22,6%		35,8%	32,4%	
EBIT ajustado	34,14	31,32	9,0%	15,39	14,58	5,6%
% margen ajustado	19,0%	17,2%		29,9%	27,9%	

a_ Posición de mercado

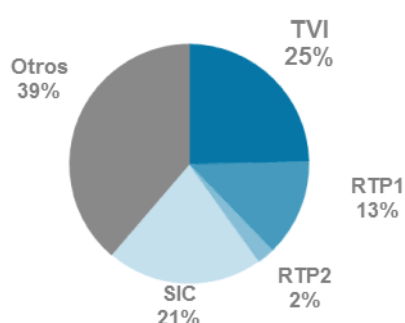
TVI mantiene el liderazgo en 24 horas y prime time, alcanzando una audiencias medias diarias de 23% y 27% respectivamente sobre el total de Televisión.

Audiencia de Media Capital

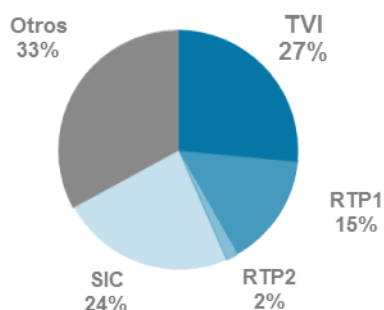
Enero – Diciembre 2014 (24hrs)



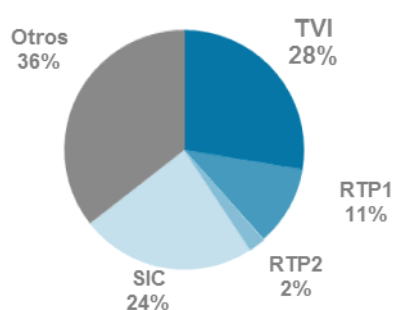
Enero – Diciembre 2013 (24hrs)



Enero – Diciembre 2014 (prime time)



Enero – Diciembre 2013 (prime time)



Fuente: Gfk Diciembre 2014

La cuota de audiencia consolidada de Radio de Media Capital (después del cambio de metodología en la medición de audiencias que tiene en cuenta el nuevo Censo de población), alcanza el 32,8% en el último trimestre de 2014. Por cadenas:

- **Radio Comercial** mantiene el liderazgo del mercado con un share del 22,7%
- **M80**, la cadena de radio musical, mejora su audiencia alcanzando el 5,9%
- **Cidade FM** mantiene el liderazgo entre radios para jóvenes, tiene una audiencia del 3,3%

b_ Ingresos de explotación

Media Capital registró en 2014, unos ingresos de 179,8 millones de euros (-1,1% con respecto a 2013). Dichos ingresos se deben principalmente al crecimiento de los ingresos publicitarios en un +11,1% que compensa la caída de prestación de servicios y otros ingresos.

TVI, líder en televisión en abierto de Portugal alcanzó en 2014 unos ingresos de 147,3 millones de euros, lo que supone un crecimiento del +1,3% respecto a 2013. Este crecimiento se ha conseguido gracias a:

- la mejora en los ingresos publicitarios que crecen un +11,4% en el periodo en comparación con el 7,2% del mercado publicitario de la TV en abierto en Portugal (según estimaciones internas).
- la mejora en venta de derechos y producciones audiovisuales, que crecen en un +25,7% en el periodo, y
- la menor prestación de otros servicios, fundamentalmente debido al impacto de auto-regulación concerniente a programas de televisión, cuya principal fuente de ingresos proviene de concursos de llamadas a tarifa única, que entró en vigor en julio de 2014. Las ventas internacionales compensan parcialmente este descenso.

El negocio de Radio de Media Capital también muestra su fortaleza, con unos ingresos que crecen un +11,4%. Los ingresos publicitarios crecen un +9,2%.

c_ Gastos de explotación y Capex

Los gastos de explotación ajustados se redujeron en un -3,5% en 2014. Media Capital mantiene un capex de 5,2 millones de euros en 2014.

d_ EBITDA

El anterior comportamiento lleva a un crecimiento del EBITDA ajustado, que se incrementa de 43,8 millones de euros en 2013 a 41,0 millones de euros en 2014 (+6,9%).

e_ Desarrollo digital

- Los ingresos de publicidad digitales se incrementan en un 8,2% en 2014, aunque aún tienen un peso limitado en la división.
- Los navegadores únicos de las páginas web de Media Capital decrecieron un -11,4%, alcanzando 5,2 millones de media a diciembre de 2014 (según los datos de Netscope).
- Durante 2014 se han lanzado los siguiente proyectos:
 - Desafío final: emisión online del *reality show* “Casa dos Segredos”, disponible por suscripción
 - Blog cabaredigiucha.pt
 - Nueva página web de Lux
 - Nueva página web de MasterChef Portugal, con contenido online exclusivo

7_ De EBIT a Resultado Neto

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
EBIT	28,72	99,58	(71,2)	(24,71)	20,81	-
Margen EBIT	2,0%	6,4%		0,0%	5,0%	
Resultado Financiero	(39,07)	(176,96)	77,9	(70,55)	(62,25)	(13,3)
Gastos por intereses de financiación	(114,68)	(106,42)	(7,8)	(29,69)	(14,17)	(109,6)
Otros resultados financieros	75,62	(70,54)	-	(40,85)	(48,08)	15,0
Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones	36,04	5,59	-	(1,10)	(1,59)	30,6
Resultado antes de impuestos	25,70	(71,80)	135,8	(96,36)	(43,02)	(124,0)
Impuesto sobre sociedades	(132,61)	(41,53)	-	(31,09)	(40,74)	23,7
Resultado de operaciones en discontinuación	(2.203,00)	(916,02)	(140,5)	(86,87)	(654,99)	86,7
Resultado atribuido a socios externos	73,08	380,65	(80,8)	61,85	284,87	(78,3)
Resultado Neto	(2.236,83)	(648,70)	-	(152,47)	(453,88)	66,4

a_ Resultado financiero:

Mejora en 137,9 millones de euros, incluyendo un decremento en “**Gastos por intereses de financiación**” (+7,8%, 8,3 millones de euros), y una mejora de “**Otros Resultados Financieros**” de 146,2 millones de euros principalmente por las plusvalías de las compras de deuda a descuento, que compensa los mayores gastos de formalización de los pasivos financieros con la banca acreedora y las diferencias de tipo de cambio.

b_ El resultado por puesta en equivalencia

Recoge fundamentalmente la estimación del 3,66% del resultado de Mediaset España en 2014 y las plusvalías generadas por la venta del 13,68% de la citada compañía y la valoración de la inversión resultante a valor razonable. Los resultados por puesta en equivalencia incluyen los resultados de Radio México y Costa Rica, tanto en 2014 como en 2013.

c_ Impuesto de sociedades

Este epígrafe resulta afectado por **deterioros de algunos créditos fiscales** y por el **cambio de tipo de tarifa**, de acuerdo con los cambios de normativa fiscal en España producidos en 2014.

d_ El resultado de operaciones de discontinuación

Este epígrafe recoge el resultado derivado de la operación de formalización del contrato de compraventa del 56% de DTS. La transacción supone una pérdida contable en las cuentas consolidadas de 2.088,7 millones de euros (ver nota de operaciones de venta de activos).

e_ El resultado atribuido a socios externos

Se explica por la participación del 25% de DLJ en el accionariado de Santillana, y por los minoritarios del negocio de la Radio y de DTS.

8_Posición Financiera

a_ Estado de flujos de efectivo

€ Millones	2014	2013	Var.
Inversiones financieras corrientes y Equivalentes de efectivo al inicio del ejercicio	277,13	133,32	143,81
EBITDA (excluyendo indemnizaciones) - provisiones	180,33	244,40	(64,07)
Variación del circulante	(11,43)	(89,58)	78,14
Cash flow operativo	168,90	154,82	14,07
Inversiones/desinversiones operativas (Capex)	(72,52)	(91,72)	19,20
Inversiones/desinversiones en inmovilizado financiero	536,06	(21,44)	557,50
Cash flow de inversión	463,55	(113,15)	576,70
Ampliación de capital y Ejercicio de warrants	99,55	0,29	99,26
Pago de intereses	(50,23)	(59,39)	9,16
Pago de dividendos	(25,75)	(30,21)	4,46
Otros cobros/pagos financieros	(10,11)	(18,06)	7,96
Cash flow de financiación excluyendo disposición / (amortización) de deuda	13,46	(107,37)	120,83
Disposición/ amortización de deuda con entidades de crédito	(544,38)	378,66	(923,03)
Cash flow de financiación	(530,92)	271,28	(802,20)
Pago de impuestos	(33,64)	(51,29)	17,65
Impacto del tipo de cambio	(15,82)	(12,56)	(3,27)
Indemnizaciones	(34,29)	(28,67)	(5,62)
Efecto perímetro	(2,87)	(5,22)	2,35
Otros	(3,81)	(49,04)	45,23
Otros movimientos del cash flow	(90,43)	(146,76)	56,34
Variación de los flujos de tesorería en el ejercicio (I)+(II)+(III)+(IV)	11,10	166,19	(155,08)
Variación de los flujos de tesorería en el ejercicio actividades interrumpidas	(7,91)	(22,38)	14,47
Inversiones financieras corrientes y Equivalentes de efectivo al final del período	280,32	277,13	3,19

Cash flow de inversión

- A continuación se resume el detalle del Capex por unidad de negocio:

CAPEX

	Diciembre 2014	Diciembre 2013	Var.
Audiovisual (Media Capital)	(5,17)	(2,67)	(2,50)
Educación	(59,58)	(76,14)	16,55
Radio	(6,44)	(5,73)	(0,71)
Prensa	(2,99)	(3,17)	0,18
Otros	0,07	(5,93)	6,00
Capex (inversión)	(74,11)	(93,64)	19,53
Capex (desinversión)	1,59	1,92	(0,33)
Total	(72,52)	(91,72)	19,20

Inversiones en inmovilizado financiero

- A diciembre de 2014 se incluye dentro del cash flow de inversión la venta del 13,68% de Mediaset (481,9 millones de euros).
- También se incluye el cobro de la venta de la actividad de Ediciones Generales, así como la salida de caja derivada de la compraventa del 24% de Objetiva.
- En el ejercicio 2013 se recogía el pago derivado del ejercicio de la put sobre Media Capital, financiado en su totalidad con una mayor disposición de deuda con entidades de crédito.

Cash flow de financiación

- El cash flow de financiación refleja el menor pago de intereses en efectivo derivado del nuevo acuerdo de refinanciación.
- El detalle por unidad de negocio de la disposición/amortización de deuda con entidades de crédito es el siguiente:

	Diciembre 2014	Diciembre 2013	Var.
Audiovisual (Media Capital)	7,91	(6,56)	14,47
Educación	27,21	16,85	10,36
Radio	(1,96)	(0,23)	(1,73)
Prensa	(0,18)	0,21	(0,39)
Otros	(577,35)	368,39	(945,74)
Total	(544,38)	378,66	(923,03)

- Otros: refleja en 2014 la amortización de deuda con los fondos procedentes de la venta del 13,68% de Mediaset (pago de 478,13 millones de euros para cancelar 643,54 millones de euros de deuda) y con los fondos procedentes de la ampliación de capital (-133,13 millones de euros, salida de caja -99,8 millones de euros). En 2013 se incluía la mayor deuda destinada a financiar la put de Media Capital. En 2013 se incluye la nueva línea de liquidez obtenida en el proceso de refinanciación.
- Educación: en 2014 en el área de Educación se incluyen 25 millones de euros del préstamo concedido por el Banco Mundial para la financiación de sus sistemas de enseñanza.
- Media Capital: la mayor deuda de 2014 se corresponde con disposición de 9 millones de euros para cancelar un factoring sin recurso incluido en el circulante.

Otros movimientos del cash flow

Impuestos: El menor pago de impuestos se explica por:

- **Educación** (12,7 millones de euros): fundamentalmente Moderna (Brasil), tratándose de un efecto temporal traspasado al ejercicio 2015.
- **Media Capital** (4 millones de euros): fundamentalmente por la bajada del tipo hasta el 23% (25% en 2013) y por medidas de optimización fiscal de los gastos financieros realizadas en la compañía.

Efecto perímetro: se debe al impacto derivado de la venta del negocio de Generales (-2,9 millones de euros). En 2013, al haberse reexpresado la información comparativa, el efecto perímetro es consecuencia de la integración de Radio México por puesta en equivalencia en este ejercicio.

Posición financiera neta

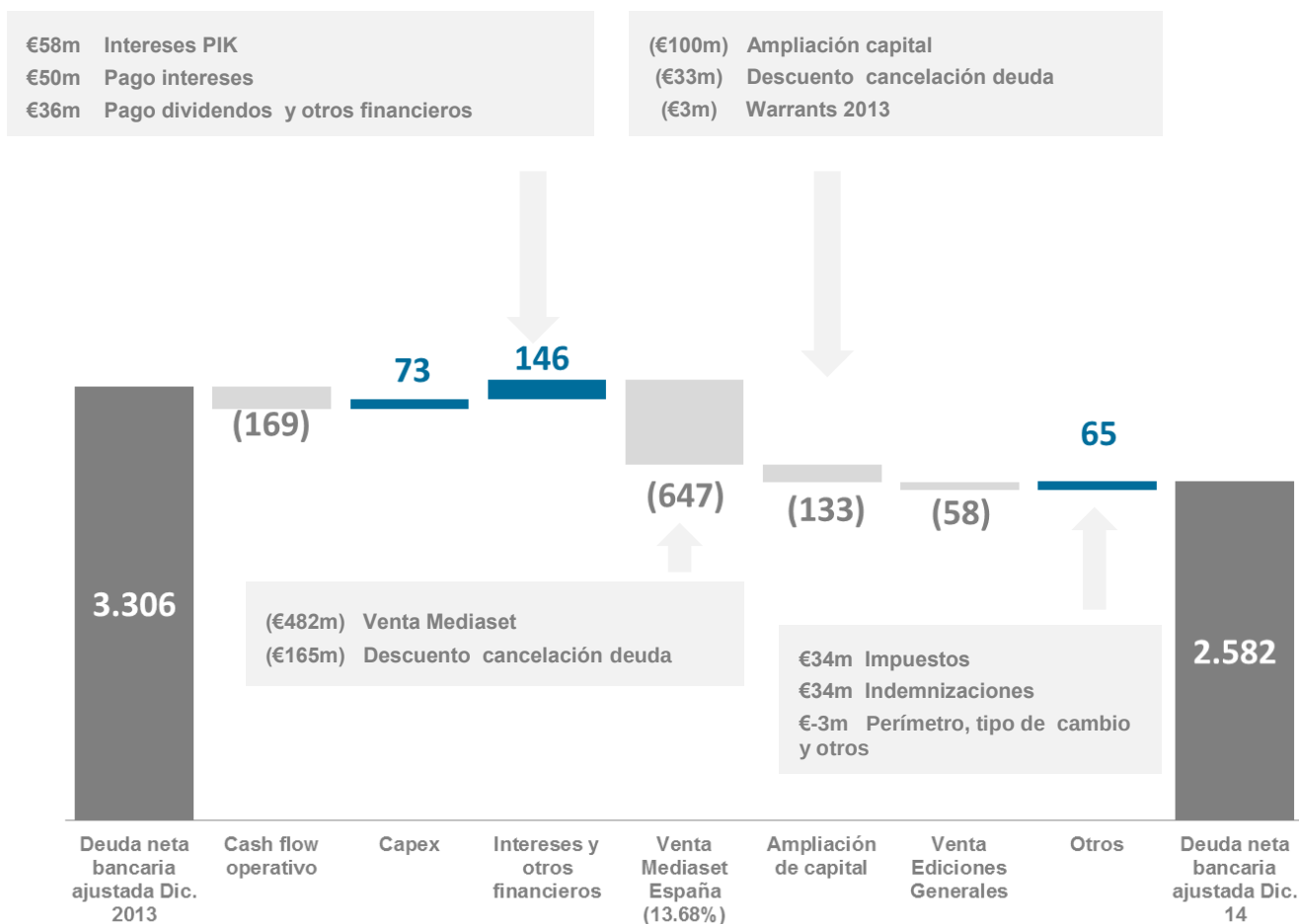
	31/12/2014	31/12/2013
Deuda con entidades de crédito	2.754,26	3.401,08
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes+Inversiones financieras corrientes	(280,32)	(277,13)
Deuda neta bancaria	2.473,94	3.123,95
Gastos de formalización	108,30	182,02
Deuda bancaria Total	2.582,25	3.305,97
Otra deuda financiera	118,40	108,67
Dividendo preferente DLJ	118,21	104,06
Cupón bono convertible	0,00	4,36
Otros	0,19	0,24
Deuda neta total	2.592,34	3.232,62
Deuda neta total ajustada	2.700,65	3.414,64

En el epígrafe “**Otra deuda financiera**” se incluye:

- La obligación de pago de un dividendo preferente a DLJ por su participación del 25% en Santillana, y
- En el mes de julio de 2014 se registra el pago del cupón garantizado a Telefónica por la emisión de bonos convertibles realizada en julio 2012.

Los “**Gastos de formalización**” de la deuda financiera (que incluyen la emisión de warrants 2013 como pago de la comisión de la nueva línea de liquidez) se presentan en el balance de situación minorando la deuda con entidades de crédito. Dichos gastos se imputarán a la cuenta de resultados en un plazo similar al del vencimiento de la deuda asociada.

La evolución de la deuda bancaria neta total ajustada de **Grupo** (excluyendo el impacto de los gastos de formalización) es la siguiente:



- El epígrafe de Intereses y otros financieros incluye:
 - Pago de intereses (50,23 millones de euros), pago de dividendos (25,75 millones de euros) y otros cobros pagos financieros (10,11 millones de euros).
 - El coste fijo capitalizable (PIK) asociado a parte de la deuda refinanciada, por importe de 57,63 millones de euros.
- Venta del 13,68% de Mediaset España Comunicación, S.A:** amortización de deuda con los fondos procedentes de la venta del 13,68% de Mediaset (-643,54 millones de euros, salida de caja -478,13 millones de euros, de lo que se deriva un ingreso financiero por la diferencia).
- Ampliación de capital (-136 millones de euros):** amortización de deuda con los fondos procedentes de la ampliación de capital (-133,13 millones de euros, salida de caja -99,8 millones de euros, de lo que se deriva un ingreso financiero por la diferencia). Adicionalmente se incluyen los fondos procedentes del ejercicio de los warrants de la refinanciación de 2013.
- Venta Ediciones Generales:** fondos procedentes de la venta de Generales y Objetiva (63 millones de euros) compensado por el pago de la compraventa del 24% de Objetiva (-5 millones de euros).

9_Operaciones de Venta de Activos

a_Operación Mediaset España

En abril de 2014, a través de una entidad financiera procedió a la colocación de un paquete de 15 millones de acciones de Mediaset España, representativas del 3,69% del capital social de dicha compañía, a un precio de 8,08 euros por acción, lo que generó una entrada de efectivo de 121.215 miles de euros, dando lugar a una diferencia negativa con el valor en libros de 4.755 miles de euros, que se encuentra registrada en el epígrafe “Resultado puesta en equivalencia” en la cuenta de resultados consolidada.

El importe neto obtenido con esta venta fue destinado a la recompra a descuento de deuda financiera, todo ello mediante un proceso de subasta inversa, habiendo acordado la recompra de un total de 164.959 miles de euros de deuda, con un descuento medio de 0,2762 euros por euro (esto es, a un precio del 72,38%).

Asimismo, en julio de 2014, Prisa vendió 34.583.221 acciones de Mediaset España, representativas del 8,5% de su capital social a un precio de 8,892 euros por acción, esto es, 307.514 miles de euros. Las acciones fueron vendidas a la propia Mediaset España. Esta operación supuso un beneficio de 14.593 miles de euros que se encuentra registrado en el epígrafe “Resultado de sociedades por el método de la participación” en la cuenta de resultados consolidada.

Los fondos procedentes de esta venta se destinaron a la recompra de un importe total de 406.640 miles de euros de deuda con un descuento medio de 0,2505 euros por euro (esto es, a un precio medio del 74,95%)

Adicionalmente, durante los meses de agosto y septiembre se llevó a cabo la venta de 6.060.000 acciones de Mediaset España, lo que supuso la reducción de la participación en dicha sociedad hasta el 3,66%. Estas operaciones supusieron un beneficio de 3.538 miles de euros que se encuentra registrado en el epígrafe “Resultado de sociedades por el método de la participación” en la cuenta de resultados consolidada adjunta. El importe neto obtenido en dichas ventas, que ascendió a 55.192 miles de euros, fue destinado a la recompra de 71.943 miles de euros de deuda con un descuento medio del 25%, esto es a un precio medio del 75%

Tras las citadas operaciones de venta, esta sociedad ha pasado a considerarse un instrumento de patrimonio al no poseer influencia significativa en ella, al bajar del 5%.

b_Operación Venta de DTS

En junio de 2014, el Consejo de Administración de formalizó con Telefónica de Contenidos, S.A.U. el contrato de compraventa de la totalidad de las acciones de DTS de las que es titular, representativas del 56% del capital de la sociedad, por un importe de 750 millones de euros, el cual está sujeto a ajustes habituales en este tipo de operaciones hasta que se cierre la transacción.

Mediaset España, accionista de DTS, contó con un plazo inicial de 15 días naturales a partir de ese momento, ampliado después hasta el 4 de julio de 2014, para ejercitar el derecho de adquisición preferente y el derecho de acompañamiento de conformidad con lo establecido en los estatutos sociales y en el acuerdo entre accionistas de DTS. Transcurrido el plazo, Mediaset España no ejerció ninguno de los derechos citados anteriormente.

La ejecución de la operación está condicionada a la no oposición a la compraventa por parte de un panel representativo de los bancos financiadores y a la preceptiva autorización de las autoridades de la competencia, quien podría imponer condiciones o exigir compromisos para la aprobación de esta operación. Con fecha 20 de junio de 2014, se comunicó a la no objeción a la operación por parte del panel representativo de sus bancos financiadores.

Esta transacción, deducidos los costes necesarios para llevar a cabo la venta, supuso es ese momento, una pérdida contable en las cuentas consolidadas del Grupo de 2.064.921 miles de euros y, en las cuentas individuales de de 750.383 miles de euros, lo que puso a la compañía en situación de desequilibrio patrimonial. El acuerdo de refinanciación de prevé un mecanismo de conversión automática de una parte del Tramo 3 de la deuda de la compañía en préstamos participativos en una cuantía suficiente para compensar dicho desequilibrio patrimonial

El 15 de septiembre de 2014, la utilización de este mecanismo previsto en el contrato de refinanciación, y previo dictamen de un experto independiente, fue aprobado por las entidades financiadoras. El importe de la conversión de deuda procedente del Tramo 3 de dicha deuda que fue convertido en préstamos participativos (PPL's según la denominación contractual), fue de 507 millones de euros.

A diciembre de 2014, el Grupo ha revisado el valor del precio de venta de DTS y se ha registrado un deterioro adicional de 23.789 miles de euros por el impacto estimado que la evolución del negocio tendrá en el precio de la operación hasta la fecha en que se materialice la venta,

A 31 de diciembre de 2014, como resultado de, entre otros, la revisión del precio de la venta de DTS, se produce un desequilibrio patrimonial en la compañía. Con el fin de reestablecer la situación de equilibrio patrimonial, se ha puesto nuevamente en marcha el mecanismo de conversión automática de parte del Tramo 3 de la deuda de la compañía en préstamos participativos por una cuantía suficiente para compensar dicho desequilibrio patrimonial en la fecha de conversión

Tal y como ocurrió con la conversión automática que tuvo lugar en el segundo semestre de 2014, la fecha de conversión de la deuda en préstamo participativo será de cinco días hábiles anteriores a la fecha en la que, de acuerdo con la Ley de Sociedades de Capital, se cumpla el plazo de dos meses para tomar las medidas necesarias para restablecer la situación de equilibrio desde la fecha en la que los Administradores tuvieron conocimiento del desequilibrio, esto es, desde la fecha de aprobación de las cuentas que reflejen dicha situación de desequilibrio.

Los resultados de esta transacción se presentan en la cuenta de resultados consolidada como “Resultado de operaciones en discontinuación” y los activos y pasivos de este negocio como “Activos no corrientes mantenidos para la venta” y “Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta” en el balance de situación consolidado.

El expediente de autorización administrativa de la operación, ha sido trasladado por parte de las autoridades comunitarias al órgano supervisor español, la CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia). CNC. Este expediente se encuentra en fase de tramitación por dicha comisión.

c_Operación venta de Ediciones Generales

El 1 de julio de 2014, Prisa, a través de su filial Santillana Ediciones Generales, S.L., ejecutó la venta de su negocio de ediciones generales por un precio de 55.429 miles de euros a Penguin Random House Grupo Editorial, S.A. Esta transacción se registró contablemente a 30 de junio de 2014, al haberse transmitido a esa fecha todos los riesgos y beneficios asociados a la misma. La operación, tras los ajustes correspondientes, ha supuesto una plusvalía antes de impuestos de 22.110 miles de euros, y se registró en el epígrafe “Otros ingresos” de la cuenta de resultados consolidada.

La operación consistió en la venta de Alfaguara y otros sellos editoriales de Santillana en los 22 países en los que tiene presencia. Quedó excluida de la venta el segmento de obras editoriales dirigidas al canal escolar. Asimismo, quedó aplazada la venta del negocio de generales en Brasil, es decir la sociedad Editora Objetiva, Ltda., hasta que se cumplieran las condiciones específicas establecidas en el contrato, habiéndose valorado la compañía a su valor razonable corregido por los costes estimados de la venta y registrando un deterioro del fondo de comercio asignado a esta sociedad por importe de 6.791 miles de euros en el epígrafe “Pérdidas de valor del fondo de comercio” de la cuenta de resultados consolidada. Finalmente la venta se produjo el 1 de octubre de 2014 a un precio de 7.921 miles de euros, habiéndose registrado una pérdida adicional de 504 miles de euros.

d_Ampliaciones de Capital

- En julio de 2014 se procedió a una ampliación de capital por 100 millones de euros, íntegramente suscrita por Consorcio Transportista Occher, S.A. de C.V. (“Occher”) y desembolsado íntegramente mediante aportación dineraria al tiempo de su suscripción.

El aumento de capital se realizará mediante la emisión y puesta en circulación de 188.679.245 acciones ordinarias Clase A, de 0,10 euros de valor nominal, con una prima de emisión de 0,43 euros por acción y con exclusión del derecho de suscripción preferente. Dicho precio supone una prima de cerca del 40 por ciento sobre el precio medio ponderado de las acciones de PRISA durante los últimos tres meses.

Occher es una sociedad vinculada a don Roberto Alcántara Rojas, consejero de PRISA y miembro de su Comisión Ejecutiva desde 24 de febrero de 2014. El señor Alcántara es firmante del contrato de accionistas de PRISA publicado el 28 de abril de 2014.

- El Consejo de Administración de PRISA celebrado en el día 27 de febrero de 2015 ha aprobado un aumento de capital por un importe total de 74.999.999,49 euros, a un tipo de emisión (valor nominal más prima de emisión) de 0,53 euros por acción. Dicho aumento será suscrito por International Media Group Ltd. (“International Media Group”) y desembolsado íntegramente mediante aportación dineraria al tiempo de su suscripción.

El aumento de capital se realizará mediante la emisión y puesta en circulación de 141.509.433 acciones ordinarias Clase A, de 0,10 euros de valor nominal, con una prima de emisión de 0,43 euros por acción y con exclusión del derecho de suscripción preferente. Dicho precio supone una prima de cerca del 104 por ciento sobre el precio medio ponderado de las acciones de PRISA durante los últimos tres meses.

International Media Group Ltd. es una sociedad íntegramente participada por Sultan Ghanim Alhodaifi Al-Kuwari.

El aumento de capital está condicionado a (i) la obtención del preceptivo informe del auditor de cuentas designado por el Registro Mercantil sobre el valor razonable de las acciones, el valor teórico del derecho de suscripción preferente que se acuerda suprimir y la razonabilidad de los datos contenidos en el informe formulado al respecto por el Consejo de Administración y (ii) la realización de una due diligence legal y financiera. La compañía espera que ambas condiciones se cumplan durante las próximas semanas.

Una vez que el aumento de capital sea suscrito y desembolsado y la correspondiente escritura de ampliación de capital quede inscrita en el Registro Mercantil, se presentará para su registro por la CNMV un Folleto Informativo para la admisión a cotización de las nuevas acciones.

10_Balance de Situación

En junio de 2014, el Grupo llegó a un acuerdo para la venta del 56% de DTS, Distribuidora de Televisión Digital, S.A. con Telefónica de Contenidos, S.A.U por un importe de 750 millones de euros, sujeto a los ajustes habituales en este tipo de operaciones hasta el momento del cierre de la transacción. La ejecución de la operación está condicionada a la preceptiva autorización de las autoridades de la competencia, quien podría imponer condiciones o exigir compromisos para la aprobación de esta operación. La sociedad dominante (Prisa) se registró en este momento una pérdida contable de 750.383 miles de euros por esta operación.

El patrimonio neto de Prisa a 30 de junio de 2014 como consecuencia de la operación de DTS era negativo en 593.513 miles de euros, de manera que, según establece la Ley de Sociedades de Capital, la Sociedad se encontraba incurso en causa de disolución. Con el fin de restablecer el equilibrio patrimonial, se puso en marcha el mecanismo de conversión automática de parte del Tramo 3 de la deuda de la compañía en préstamos participativos por una cuantía suficiente para compensar dicho desequilibrio patrimonial.

Durante este periodo, la compañía materializó las operaciones descritas anteriormente de recompra de deuda a descuento con los fondos procedentes de la ampliación de capital suscrita por Occher y de la venta de Mediaset España, que redujeron el importe del préstamo participativo necesario para restablecer la situación de equilibrio patrimonial.

La formalización del proceso de conversión de deuda en préstamo participativo se produjo el pasado 15 de septiembre, por importe de 506.834 miles de euros, que recogía tanto el impacto de estas operaciones como los resultados operativos hasta el momento de la conversión, lo que permitió igualar el patrimonio neto de la compañía a los dos tercios del capital social.

A diciembre de 2014, el Grupo ha revisado el valor del precio de venta de DTS y se ha registrado un deterioro adicional de 23.789 miles de euros por el impacto estimado que la evolución del negocio tendrá en el precio de la operación hasta la fecha en que se materialice la venta, que según estimaciones de la compañía, podría ocurrir en el segundo trimestre de 2015.

A 31 de diciembre de 2014, como resultado de, entre otros, la revisión del precio de la venta de DTS, el patrimonio neto de la sociedad dominante a efectos de la causa de disolución y/o reducción de capital prevista en la Ley de Sociedades de Capital (incluyendo los préstamos participativos vigentes al cierre del ejercicio), es de 31,5 millones de euros. Con el fin de reestablecer la situación de equilibrio patrimonial, se ha puesto nuevamente en marcha el mecanismo de conversión automática de parte del Tramo 3 de la deuda de la compañía en préstamos participativos por una cuantía suficiente para compensar dicho desequilibrio patrimonial en la fecha de conversión.

Tal y como ocurrió con la conversión automática que tuvo lugar en el segundo semestre de 2014, la fecha de conversión de la deuda en préstamo participativo será de cinco días hábiles anteriores a la fecha en la que, de acuerdo con la Ley de Sociedades de Capital, se cumpla el plazo de dos meses para tomar las medidas necesarias para restablecer la situación de equilibrio desde la fecha en la que los Administradores tuvieron conocimiento del desequilibrio, esto es, desde la fecha de aprobación de las cuentas que reflejen dicha situación de desequilibrio.

Anexos

1_ Balance de situación

2_ Datos financieros acumulados por unidad de negocio

- a_ Desglose de ingresos de explotación.
- b_ Desglose de ingresos publicitarios.
- c_ Desglose de gastos de explotación.
- d_ Desglose de EBITDA.
- e_ Desglose de EBIT

3_ Datos financieros acumulados por concepto

- a_ Ingresos de explotación.
- b_ Gastos de explotación

4_ Otros hechos significativos

5_ Estructura del Grupo

6_ Canal+

1_Balance de Situación

	ACTIVO	
Millones de euros	31/12/2014	31/12/2013
ACTIVO NO CORRIENTE	1.536,75	4.929,07
Inmovilizado material	142,68	262,09
Fondo de comercio	599,96	2.482,22
Inmovilizado inmaterial	137,20	285,48
Inversiones financieras no corrientes	185,65	52,79
Sociedades puestas en equivalencia	46,09	597,26
Activos por impuestos diferidos	421,35	1.244,01
Otros activos no corrientes	3,83	5,22
ACTIVOS CORRIENTES	936,01	1.774,79
Existencias	159,24	240,25
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	496,45	1.252,20
Inversiones financieras corrientes	127,89	142,91
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	152,43	139,43
ACTIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA	1.118,81	0,06
TOTAL ACTIVO	3.591,57	6.703,93
	PASIVO	
Millones de euros	31/12/2014	31/12/2013
PATRIMONIO NETO	-617,77	1.569,33
Capital suscrito	215,81	105,27
Reservas	1.544,59	2.149,98
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	-2.236,83	-648,70
Socios Externos	-141,34	-37,22
PASIVOS NO CORRIENTES	2.984,52	3.524,74
Deudas con entidades de crédito	2.645,50	3.238,86
Otros pasivos financieros no corrientes	118,36	106,81
Pasivos por impuestos diferidos	60,01	29,65
Provisiones	115,96	95,22
Otros pasivos no corrientes	44,68	54,20
PASIVOS CORRIENTES	606,34	1.609,86
Deudas con entidades de crédito	108,76	162,23
Otros pasivos financieros corrientes	0,91	46,18
Acreedores comerciales	317,52	1.092,92
Otras deudas corrientes	133,47	233,28
Ajustes por periodificación	45,68	75,26
PASIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA	618,48	0,00
TOTAL PASIVO	3.591,57	6.703,93

Los Activos y Pasivos mantenidos para la venta incluyen la reclasificación de los activos y pasivos de Ediciones Generales y Canal +.

La cifra de **Patrimonio Neto** muestra signo negativo. Este hecho se deriva de la firma del acuerdo para la venta de Canal+ a Telefónica. Esta situación ha sido corregida con la puesta en marcha del mecanismo de conversión automática de deuda procedente del tramo 3 en préstamos participativos (PPL), lo cual restaura el equilibrio patrimonial de la sociedad.

2_ Datos Financieros Acumulados por Unidad de Negocio

a_ Desglose de ingresos de explotación

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	ENERO - DICIEMBRE			% DEL TOTAL		OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013	Var. %	2014	2013
Millones de euros										
Media Capital	179,77	181,72	(1,1)	12,4%	11,7%	51,43	52,20	(1,5)	13,3%	12,6%
Educación - Editorial	716,64	738,30	(2,9)	49,3%	47,6%	174,61	175,44	(0,5)	45,2%	42,5%
España y Portugal	155,89	144,01	8,3			(19,39)	(8,05)	(140,9)		
Latam y USA	560,75	594,29	(5,6)			194,01	183,49	5,7		
Radio	305,14	323,85	(5,8)	21,0%	20,9%	91,77	101,71	(9,8)	23,8%	24,6%
Radio España	175,48	177,94	(1,4)			53,52	56,52	(5,3)		
Radio Internacional	120,86	131,15	(7,8)			34,58	36,99	(6,5)		
Música	20,34	22,22	(8,5)			7,01	10,92	(35,8)		
Ajustes de consolidación	(11,54)	(7,46)	(54,8)			(3,35)	(2,72)	(23,1)		
Prensa	260,22	282,49	(7,9)	17,9%	18,2%	72,30	82,34	(12,2)	18,7%	19,9%
El País	179,92	192,83	(6,7)			50,58	56,37	(10,3)		
AS	56,80	60,33	(5,8)			14,21	17,05	(16,7)		
Cinco Días	12,31	12,94	(4,8)			3,74	3,78	(1,0)		
Revistas	12,32	17,42	(29,3)			4,07	5,00	(18,5)		
Impresión*	10,33	10,73	(3,7)			2,56	2,68	(4,6)		
Distribución**	n.a.	n.a.	n.a.			-	-	-		
Otros y Ajustes de consolidación	(11,46)	(11,76)	2,5			(2,86)	(2,56)	(12,0)		
Otros y ajustes de consolidación	(7,05)	23,81	(129,6)	(0,5%)	1,5%	(4,14)	1,41	-	(1,1%)	0,3%
Prisa Brand Solutions	18,99	20,39	(6,9)			4,70	4,08	15,0		
Otros***	(26,03)	3,41	-			(8,83)	(2,68)	-		
TOTAL	1.454,73	1.550,16	(6,2)	100%	100%	385,98	413,09	(6,6)	100%	100%

* Impresión se consolida por integración global desde el mes de abril de 2012. Desde enero de 2013 se incluye en la división de Prensa

** Distribución se clasifica como Operación en Discontinuación en la división de Prensa desde enero de 2013 En septiembre 2013 se procede a la venta de la división.

*** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

b_ Desglose de ingresos publicitarios

Detalle por sociedad

PUBLICIDAD	ENERO - DICIEMBRE			% DEL TOTAL		OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013	Var. %	2014	2013
Millones de euros										
Media Capital	114,13	102,69	11,1	23,3%	20,7%	32,74	31,39	4,3	22%	20,8%
Radio*	272,92	285,93	(4,6)	55,7%	57,6%	80,17	84,57	(5,2)	54,4%	56,1%
Radio España	157,31	161,23	(2,4)			47,80	49,49	(3,4)		
Radio Internacional	115,30	124,52	(7,4)			32,26	34,99	(7,8)		
Música	0,33	0,23	44,9			0,11	0,08	44,0		
Ajustes de consolidación	(0,03)	(0,06)	55,4			0,00	0,01	(100,0)		
Prensa	109,37	112,69	(2,9)	22,3%	22,7%	36,48	36,90	(1,1)	24,8%	24,5%
El País	74,68	78,80	(5,2)			25,52	25,29	0,9		
AS	20,24	18,92	7,0			5,79	6,34	(8,6)		
Cinco Días	7,21	7,24	(0,4)			2,48	2,20	12,9		
Revistas	6,22	6,98	(10,8)			2,33	2,65	(12,2)		
Otros y Ajustes de consolidación	1,01	0,75	35,8			0,35	0,41	(15,6)		
Otros y ajustes de consolidación	(6,02)	(4,50)	(33,7)	(1,2%)	(0,9%)	(2,05)	(1,99)	(3,2)	(1,4%)	(1,3%)
TOTAL	490,40	496,80	(1,3)	100%	100%	147,33	150,86	(2,3)	100%	100%

* En los Ingresos de Publicidad de Radio tiene lugar una reclasificación de ingresos correspondientes a Publicidad de Eventos que anteriormente estaba incluida dentro de Otros Ingresos.

Puesta en Equivalencia incluye los negocios de Radio en México y Costa Rica.

Detalle por zona geográfica

PUBLICIDAD	ENERO - DICIEMBRE			% DEL TOTAL		OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013	Var. %	2014	2013
Millones de euros										
TOTAL	490,40	496,80	(1,3)	100,0%	100,0%	147,33	150,86	(2,3)	100%	100,0%
España	260,57	268,16	(2,8)			82,51	84,04	(1,8)		
Internacional	229,83	228,64	0,5			64,82	66,82	(3,0)		
Portugal	114,11	103,52	10,2			32,74	31,39	4,3		
Latam	115,72	125,12	(7,5)			32,08	35,43	(9,5)		
España	260,57	268,16	(2,8)	53,1%	54,0%	82,51	84,04	(1,8)	56,0%	55,7%
Prensa	108,53	112,32	(3,4)			36,20	36,61	(1,1)		
Radio	157,64	161,46	(2,4)			47,91	49,57	(3,4)		
Ajustes de consolidación	(5,60)	(5,62)				(1,60)	(2,14)			
Internacional	229,83	228,64	0,5	46,9%	46,0%	64,82	66,82	(3,0)	44,0%	44,3%
Portugal	114,11	103,52	10,2			32,74	31,39	4,3		
Media Capital	114,13	102,69	11,1			32,74	31,39	4,3		
Prensa	0,00	0,85	-			0,00	(0,02)	-		
Otros y Ajustes de consolidación	(0,02)	(0,01)				0,00	0,02			
Latam	115,72	125,12	(7,5)			32,08	35,43	(9,5)		
Prensa	0,85	0,37	127,4			0,28	0,29	(2,5)		
Radio	115,30	124,52	(7,4)			32,26	34,99	(7,8)		
Otros y Ajustes de consolidación	(0,43)	0,22				0,00	0,00			

Detalle de publicidad ajustada por zona geográfica

PUBLICIDAD - ajustada	ENERO - DICIEMBRE			% DEL TOTAL		OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013	Var. %	2014	2013
Millones de euros										
TOTAL	506,39	504,37	0,4	100,0%	100,0%	151,97	150,13	1,2	100%	100,0%
España	255,36	256,39	(0,4)			80,69	77,34	4,3		
Internacional	251,03	247,99	1,2			71,27	72,79	(2,1)		
Portugal	114,11	103,52	10,2			32,74	31,39	4,3		
Latam	136,92	144,46	(5,2)			38,53	41,40	(6,9)		
España	255,36	256,39	(0,4)	0,0%	50,8%	80,69	77,34	4,3	53,1%	51,5%
Prensa	103,32	105,26	(1,8)			34,38	32,73	5,0		
Radio	157,64	156,75	0,6			47,91	46,75	2,5		
Ajustes de consolidación	(5,60)	(5,62)				(1,60)	(2,14)			
Internacional	251,03	247,99	1,2	49,6%	49,2%	71,27	72,79	(2,1)	46,9%	48,5%
Portugal	114,11	103,52	10,2			32,74	31,39	4,3		
Media Capital	114,13	102,69	11,1			32,74	31,39	4,3		
Prensa	0,00	0,85	-			0,00	0,00	-		
Otros y Ajustes de consolidación	(0,02)	(0,01)				0,00	(0,01)			
Latam	136,92	144,46	(5,2)			38,53	41,40	(6,9)		
Prensa	0,85	0,37	127,4			0,28	0,29	(2,5)		
Radio	136,53	143,87	(5,1)			38,71	40,96	(5,5)		
Otros y Ajustes de consolidación	(0,45)	0,22				(0,46)	0,16			

c_ Desglose de gastos de explotación

Los gastos de explotación incluyen únicamente los gastos operativos (OPEX) sin incluir amortizaciones y provisiones.

GASTOS DE EXPLOTACIÓN	ENERO - DICIEMBRE			% DEL TOTAL		OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013	Var. %	2014	2013
Millones de euros										
Media Capital	137,66	142,64	(3,5)	10,8%	11,0%	33,33	35,84	(7,0)	8,7%	10,1%
Educación - Editorial	545,90	567,35	(3,8)	42,9%	43,9%	159,63	156,05	2,3	41,8%	44,1%
España y Portugal	124,73	120,88	3,2			23,47	27,33	(14,1)		
Latam y USA	421,17	446,47	(5,7)			136,15	128,72	5,8		
Radio	259,40	277,08	(6,4)	20,4%	21,4%	72,10	77,34	(6,8)	18,9%	21,9%
Radio España	164,19	175,23	(6,3)			44,49	49,25	(9,7)		
Radio Internacional	87,11	88,68	(1,8)			24,84	20,68	20,1		
Música	19,64	20,63	(4,8)			6,11	10,13	(39,7)		
Ajustes de consolidación	(11,54)	(7,46)	(54,8)			(3,35)	(2,72)	(23,1)		
Prensa	258,77	265,44	(2,5)	20,4%	20,5%	63,85	74,19	(13,9)	16,7%	21,0%
El País	187,92	187,09	0,4			45,43	53,45	(15,0)		
AS	50,11	50,94	(1,6)			12,39	13,62	(9,0)		
Cinco Días	12,51	12,63	(1,0)			3,32	3,32	(0,3)		
Revistas	11,87	18,52	(35,9)			3,32	4,42	(24,9)		
Impresión*	6,76	7,45	(9,3)			1,79	1,78	0,6		
Distribución**	n.a.	n.a.	n.a.			0,00	0,00	-		
Otros y Ajustes de consolidación	(10,39)	(11,18)	7,1			(2,39)	(2,40)	0,4		
Otros y ajustes de consolidación	69,61	40,08	73,7	5,5%	3,1%	53,07	10,13	-	13,9%	2,9%
Prisa Brand Solutions	18,53	19,58	(5,4)			5,00	5,20	(3,8)		
Otros***	51,08	20,50	149,2			48,06	4,93	-		
TOTAL	1.271,34	1.292,60	(1,6)	100%	100%	381,98	353,55	8,0	100%	100%

* Impresión se consolida por integración global desde el mes de abril de 2012. Desde enero de 2013 se incluye en la división de Prensa

** Distribución se clasifica como Operación en Discontinuación en la división de Prensa desde enero de 2013 En septiembre 2013 se procede a la venta de la división.

*** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

d_ Desglose de EBITDA

EBITDA	ENERO - DICIEMBRE			MARGEN		% DEL TOTAL		OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
Millones de euros	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013	2014	2013	Var. %	2014	2013
Media Capital	42,11	39,07	7,8	23,4%	21,5%	23,0%	15,2%	18,10	16,36	10,7	452,2%	27,5%
Educación - Editorial	170,74	170,95	(0,1)	23,8%	23,2%	93,1%	66,4%	14,99	19,39	(22,7)	374,4%	32,6%
España y Portugal	31,16	23,13	34,7					(36,45)	(29,17)	(25,0)		
Latam y USA	139,57	147,82	(5,6)					51,44	48,56	5,9		
Radio	45,74	46,77	(2,2)	15,0%	14,4%	24,9%	18,2%	19,66	24,38	(19,3)	491,3%	40,9%
Radio España	11,29	2,71	-					9,03	7,28	24,1		
Radio Internacional	33,75	42,47	(20,5)					9,73	16,31	(40,3)		
Música	0,70	1,59	(56,0)					0,91	0,79	15,1		
Prensa	1,45	17,04	(91,5)	0,6%	6,0%	0,8%	6,6%	8,45	8,15	3,7	211,1%	13,7%
El País	(7,99)	5,74	-					5,15	2,92	76,1		
AS	6,70	9,39	(28,7)					1,82	3,44	(47,0)		
Cinco Días	(0,20)	0,31	(164,5)					0,43	0,46	(6,7)		
Revistas	0,44	(1,10)	140,4					0,75	0,58	30,0		
Impresión*	3,57	3,28	8,9					0,77	0,90	(14,7)		
Distribución**	n.a.	n.a.	n.a.							-		
Otros y Ajustes de consolidación	(1,07)	(0,57)	(86,8)					(0,47)	(0,15)	-		
Otros y ajustes de consolidación	(76,66)	(16,27)	-	1088,0%	(68,3%)	(41,8%)	(6,3%)	(57,20)	(8,72)	-	(1429,1%)	(14,6%)
Prisa Brand Solutions	0,46	0,82	(43,7)					(0,31)	(1,12)	72,7		
Otros***	(77,12)	(17,09)	-					(56,90)	(7,60)	-		
TOTAL	183,38	257,56	(28,80)	12,6%	16,6%	100,0%	100,0%	4,00	59,54	(93,28)	100,0%	100,0%

* Impresión se consolida por integración global desde el mes de abril de 2012. Desde enero de 2013 se incluye en la división de Prensa

** Distribución se clasifica como Operación en Discontinuación en la división de Prensa desde enero de 2013 En septiembre 2013 se procede a la venta de la división.

*** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

e_ Desglose de EBIT

EBIT	ENERO - DICIEMBRE			MARGEN		% DEL TOTAL		OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
Millones de euros	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013	2014	2013	Var. %	2014	2013
Media Capital	32,43	29,40	10,3	18,0%	16,2%	112,9%	29,5%	15,09	14,01	7,7	(61,1%)	67,3%
Educación - Editorial	85,15	80,49	5,8	11,9%	10,9%	296,5%	80,8%	10,11	7,12	41,9	(40,9%)	34,2%
España y Portugal	7,40	1,04	-					(23,36)	(17,85)	(30,9)		
Latam y USA	77,74	79,45	(2,1)					33,46	24,97	34,0		
Radio	24,82	23,27	6,7	8,1%	7,2%	86,4%	23,4%	9,74	13,49	(27,8)	(39,4%)	64,8%
Radio España	2,09	(8,32)	125,2					6,62	4,46	48,6		
Radio Internacional	22,62	31,43	(28,0)					2,38	9,46	(74,8)		
Música	0,11	0,16	(33,4)					0,73	(0,43)	-		
Prensa	(21,59)	(0,17)	-	(8,3%)	(0,1%)	(75,2%)	(0,2%)	(0,14)	1,27	(111,0)	0,6%	6,1%
El País	(26,49)	(2,02)	-					(2,88)	1,48	-		
AS	5,75	8,02	(28,3)					1,69	2,92	(42,3)		
Cinco Días	(0,31)	0,04	-					0,40	0,54	(25,7)		
Revistas	(0,26)	(2,29)	88,8					0,76	(0,47)	-		
Impresión*	0,86	(3,34)	125,7					0,29	(3,15)	109,4		
Distribución**	n.a.	n.a.	n.a.							-		
Otros y Ajustes de consolidación	(1,15)	(0,59)	(96,1)					(0,40)	(0,05)	-		
Otros y ajustes de consolidación	(92,09)	(33,41)	(175,6)	1307,0%	(140,4%)	(320,6%)	(33,6%)	(59,50)	(15,08)	-	240,8%	(72,5%)
Prisa Brand Solutions	0,23	0,13	75,8					(0,39)	(1,23)	68,7		
Otros***	(92,32)	(33,55)	(175,2)					(59,12)	(13,85)	-		
TOTAL	28,72	99,58	(71,16)	2,0%	6,4%	100%	100%	(24,71)	20,81	-	100%	100%

* Impresión se consolida por integración global desde el mes de abril de 2012. Desde enero de 2013 se incluye en la división de Prensa

** Distribución se clasifica como Operación en Discontinuación en la división de Prensa desde enero de 2013 En septiembre 2013 se procede a la venta de la división.

*** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

3_Datos financieros acumulados por concepto

a_ Ingresos de explotación

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %	2014	2013
Total ingresos de explotación	1.454,73	1.550,16	(6,2)	385,98	413,09	(6,6)	100,0%	100,0%
Publicidad	490,40	496,80	(1,3)	147,33	150,86	(2,3)	38,2%	36,5%
Libros y formación	673,20	719,11	(6,4)	170,82	168,05	1,6	44,3%	40,7%
Periódicos y revistas	106,81	122,17	(12,6)	25,81	28,34	(8,9)	6,7%	6,9%
Ingresos de abonados	0,00	0,00	-	(0,00)	0,00	n.a.	0,0%	0,0%
Ingresos de abonados otros operadores	0,49	0,35	39,8	0,18	0,09	108,7	0,0%	0,0%
Producción audiovisual	23,76	22,66	4,8	6,37	5,03	26,7	1,7%	1,2%
Other revenues	160,07	189,07	(15,3)	35,47	60,73	(41,6)	9,2%	14,7%
Efectos extraordinarios en ingresos	41,86	77,71		(24,98)	9,40			
Ajuste patrocinios publicidad	5,21	11,78		1,81	6,70			
Ajuste perímetro radio Méjico y Costa Rica	(25,11)	(19,58)		(25,11)	(19,58)			
Deducciones I+D Digital	(3,25)	0,00						
Trade Publishing	65,01	85,51		1,56	22,29			
Total ingresos de explotación ajustados	1.412,87	1.472,45	(4,0)	410,96	403,69	1,8		

b_ Gastos de explotación

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %	2014	2013
Total gastos de explotación	1.271,34	1.292,60	(1,64)	381,98	353,55	8,04	100,0%	100,0%
Compras y consumos	260,58	279,77	(6,9)	79,55	75,94	4,8	20,8%	21,5%
Servicios exteriores	576,65	558,18	3,3	189,37	153,18	23,6	49,6%	43,3%
Gastos de personal	433,24	452,30	(4,2)	112,62	122,88	(8,4)	29,5%	34,8%
Otros gastos de explotación	0,87	2,34	(62,8)	0,44	1,55	(71,4)	0,1%	0,4%
Efectos extraordinarios en gastos	120,24	86,45		45,98	21,23			
Indemnizaciones	38,34	19,78		6,74	8,91			
Indemnizaciones colaboradores	1,57	2,66		0,17	0,71			
Ajuste patrocinios publicidad	5,21	11,78		1,81	6,70			
Ajuste perímetro radio Méjico y Costa Rica	(13,20)	(11,44)		(13,20)	(11,44)			
Complemento jubilación no recurrente	6,00	0,00		0,00	0,00			
Ediciones Generales	37,34	63,67		5,48	16,35			
Total gastos de explotación ajustados	1.151,10	1.206,15	(4,6)	336,00	332,32	1,1	100,0%	100,0%
Compras y consumos	246,23	257,10	(4,2)	75,20	69,18	8,7	22,4%	20,8%
Servicios exteriores	511,28	520,48	(1,8)	150,53	146,48	2,8	44,8%	44,1%
Gastos de personal	392,72	426,24	(7,9)	109,82	115,11	(4,6)	32,7%	34,6%
Otros gastos de explotación	0,87	2,34	(62,8)	0,44	1,55	(71,4)	0,1%	0,5%

c_Gastos por origen geográfico (ajustados por extraordinarios)

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
Compras y consumos	246,23	257,10	(4,23)	75,20	69,18	8,71
España	73,79	84,77	(13,0)	8,03	16,14	(50,2)
Internacional	172,44	172,32	0,1	67,17	53,03	26,7
Servicios exteriores	511,28	520,48	(1,77)	150,53	146,48	2,76
España	223,75	232,42	(3,7)	63,54	63,12	0,7
Internacional	287,53	288,05	(0,2)	86,99	83,36	4,4
Gastos de personal	392,72	426,24	(7,86)	109,82	115,11	(4,60)
España	203,45	232,29	(12,4)	53,10	58,56	(9,3)
Internacional	189,27	193,95	(2,4)	56,72	56,55	0,3
Otros gastos de explotación	0,87	2,34	(62,79)	0,44	1,55	(71,44)
Total gastos de explotación ajustados	1.151,10	1.206,15	(4,56)	336,00	332,32	1,11
España	501,85	551,82	(9,06)	125,11	139,37	(10,23)
Internacional	649,25	654,33	(0,78)	210,89	192,95	9,30

Excluyendo extraordinarios

4_ Otros Hechos Significativos

- 1) Durante el primer trimestre de 2014, como consecuencia de la ejecución parcial de la ampliación de capital dineraria, amplía capital en 99 acciones ordinarias de clase A, lo que se corresponde con las ventanas trigésimo séptima a trigésimo novena de ejercicio de los warrants de (ejercicio de 99 warrants a un precio de 2 euros por acción).

Adicionalmente, durante el primer trimestre de 2014 se ha ejercitado el derecho de conversión de titulares de un total de 0 acciones clase B en igual número de acciones Clase A.

- 2) El 21 de febrero de 2014, formalizó en escritura pública la ejecución de la ampliación de capital correspondiente a los Warrants 2013 ejercitados por determinados Inversores Institucionales durante el mes de enero.

- 3) El 25 de febrero de 2014 y tras la emisión de nuevas acciones anunciada el 21 del mismo mes, el grupo accionarial de control de ha visto reducido su porcentaje de participación en el capital de la por debajo del 30%.

Como consecuencia de este hecho, el derecho que el acuerdo entre accionistas de Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (DTS, sociedad titular del negocio de televisión de pago de) reconoce a Telefónica y Mediaset España a adquirir la participación accionarial ostentada por en DTS será ejercitable durante el plazo de los quince días naturales siguientes al 25 de febrero (cuando la Compañía lo ha comunicado al Consejo de Administración de DTS y a las citadas entidades)

- 4) El 30 de mayo la compañía anunció el inicio del proceso de conversión obligatoria y pago de dividendo de las acciones B's. Las acciones B's han quedado extinguidas y excluidas de cotización y las nuevas acciones A's derivadas de la conversión y pago del dividendo (491.691.220 nuevas acciones A's) ya están cotizando en los sistemas de interconexión bursátil

- 5) El 4 de julio la compañía anuncio la extinción de los warrants emitidos en diciembre 2010 tras la finalización de la cuadragésima segunda ventana.

- 6) En julio de 2014 se procedió a una ampliación de capital por 100 millones de euros, íntegramente suscrito por Consorcio Transportista Occher, S.A. de C.V. ("Occher") y desembolsado íntegramente mediante aportación dineraria al tiempo de su suscripción.

El aumento de capital se realizará mediante la emisión y puesta en circulación de 188.679.245 acciones ordinarias Clase A, de 0,10 euros de valor nominal, con una prima de emisión de 0,43 euros por acción y con exclusión del derecho de suscripción preferente. Dicho precio supone una prima de cerca del 40 por ciento sobre el precio medio ponderado de las acciones de PRISA durante los últimos tres meses.

Occher es una sociedad vinculada a don Roberto Alcántara Rojas, consejero de PRISA y miembro de su Comisión Ejecutiva desde 24 de febrero de 2014. El señor Alcántara es firmante del contrato de accionistas de PRISA publicado el 28 de abril de 2014.

- 7) A 31 de diciembre de 2014, el capital social de PRISA se divide en:
 - a. Acciones ordinarias Clase A: ascienden a 2.158.078.753 acciones y cotizan en las bolsas españolas (Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia).
 - b. Warrants PRISA 2013: en el contexto de la refinanciación de la deuda bancaria de PRISA, la Junta Extraordinaria de Accionistas de PRISA, celebrada el 10 de diciembre de 2013, adoptó un acuerdo de emisión de warrants que incorporan el derecho de suscribir acciones ordinarias Clase A de nueva emisión de la Sociedad. Quedan pendientes de ejecutar 17.562.798, que darán derecho a la emisión de 23.346.097 acciones.

*Acciones ordinarias Clase A (a diciembre 2014) 2.158.078.753

*Acciones procedentes de Warrants de PRISA (pendientes de ejercicio) 23.346.097

- 8) El Consejo de Administración de PRISA celebrado en el día 27 de febrero de 2015 ha aprobado un aumento de capital por un importe total de 74.999.999,49 euros, a un tipo de emisión (valor nominal más prima de emisión) de 0,53 euros por acción. Dicho aumento será suscrito por International Media Group Ltd. ("International Media Group") y desembolsado íntegramente mediante aportación dineraria al tiempo de su suscripción.

El aumento de capital se realizará mediante la emisión y puesta en circulación de 141.509.433 acciones ordinarias Clase A, de 0,10 euros de valor nominal, con una prima de emisión de 0,43 euros por acción y con exclusión del derecho de suscripción preferente. Dicho precio supone una prima de cerca del 104 por ciento sobre el precio medio ponderado de las acciones de PRISA durante los últimos tres meses.

International Media Group Ltd. es una sociedad íntegramente participada por Sultan Ghanim Alhodaifi Al-Kuwari.

El aumento de capital está condicionado a (i) la obtención del preceptivo informe del auditor de cuentas designado por el Registro Mercantil sobre el valor razonable de las acciones, el valor teórico del derecho de suscripción preferente que se acuerda suprimir y la razonabilidad de los datos contenidos en el informe formulado al respecto por el Consejo de Administración y (ii) la realización de una due diligence legal y financiera. La compañía espera que ambas condiciones se cumplan durante las próximas semanas.

Una vez que el aumento de capital sea suscrito y desembolsado y la correspondiente escritura de ampliación de capital quede inscrita en el Registro Mercantil, se presentará para su registro por la CNMV un Folleto Informativo para la admisión a cotización de las nuevas acciones.

5_ Estructura del Grupo

Las actividades del Grupo están organizadas en las siguientes agrupaciones: **Audiovisual**, **Educación-Editorial**, **Radio** y **Prensa**. La actividad **Digital** opera transversalmente en todas las áreas y soporta esta estructura:

Audiovisual	Educación	Radio	Prensa
• Prisa TV • Media Capital ²³⁾	• Educación • Ediciones Generales	• Radio en España • Radio Internacional • Gran Vía Musical	• El País • As • Cinco Días • Revistas ⁽³⁾⁽⁴⁾ • Dédalo ¹²⁾

Desde 2013 el negocio de Distribución se clasifica como Operaciones en Discontinuación dentro de la unidad de negocio de Prensa, mientras que en 2012 estaba incluido dentro del área de Prensa integrado por consolidación Global. En Septiembre de 2013 se procede a la venta de la unidad de Distribución.

(1) Adicionalmente, las actividades correspondientes fundamentalmente a los negocios de comercialización de publicidad e Impresión, Dédalo, se incluyen en el Grupo desde el mes de abril de 2012, consolidándose por integración global a nivel Grupo (comparado con la integración por puesta en equivalencia anterior). Desde 2013, Dédalo se integra dentro de la unidad de Prensa.

(2) **Media Capital** se incluye dentro del área Audiovisual ya que, aunque integra otras actividades, la mayor parte de sus ingresos corresponde a los negocios de TVI (televisión en abierto) y Plural (producción audiovisual).

(3) **Revistas:** desde el 1 de junio de 2013, Revistas en Portugal se deja de consolidar en el Grupo.

(4) **Meristation:** desde el 1 de mayo de 2013, Meristation pasa a consolidar dentro de la unidad de Prensa (Revistas). Hasta la fecha consolidaba en Digital.

6_Canal+

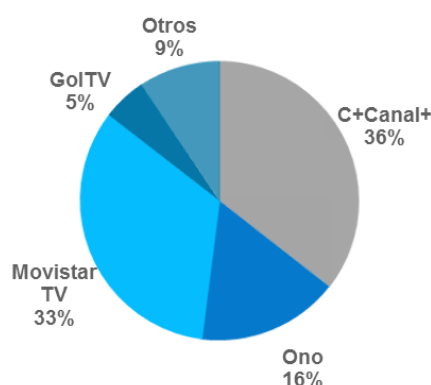
CANAL+	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
Ingresos	1.167,5	1.166,2	0,1%	311,0	297,2	4,7%
Suscriptores DTH	845,6	871,0	(2,9%)	210,6	219,4	(4,0%)
Suscriptores Otras Plataformas	260,4	232,6	12,0%	82,1	58,6	40,2%
Otros	61,5	62,7	(1,8%)	18,3	19,2	(4,5%)
Gastos de explotación	1.143,9	1.138,1	0,5%	295,7	291,9	1,3%
EBITDA	23,6	28,0	(15,6%)	15,4	5,3	189,1%
% margen	2,0%	2,4%		4,9%	1,8%	
EBIT	(62,20)	(65,48)	5,0%	(8,44)	(16,29)	48,2%
% margen	(5,3%)	(5,6%)		(2,7%)	(5,5%)	

a_ Posición de mercado

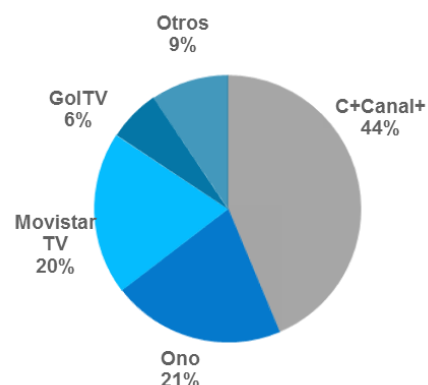
Canal+ mantiene su liderazgo en el mercado, según los últimos datos publicados por la CMT (a diciembre de 2013). Canal+ alcanzó el 36%, manteniendo Canal+ en el 3T de 2014, manteniendo por tanto el liderazgo en el mercado de televisión de pago.

Posición de mercado de Canal+

Enero - Septiembre 2014



Enero - Septiembre 2013



Fuente: CMT (3T 2014, últimos datos disponibles)

b_ Indicadores operativos

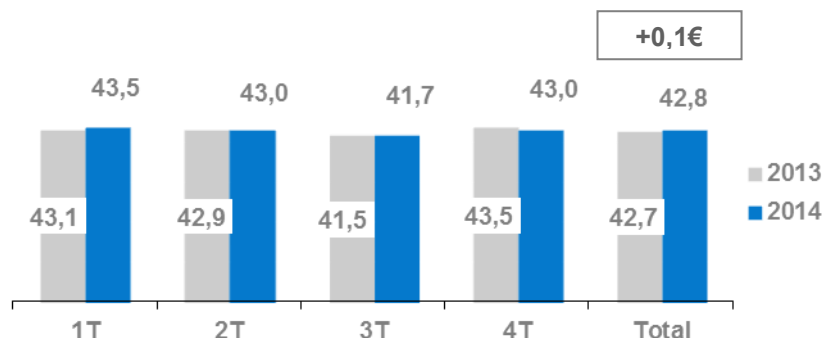
Los **abonados de satélite** (a fin de periodo) disminuyen en 2014 en -67.622 respecto a diciembre de 2013.

Abonados de satélite de Canal+

	Dic 2014	Dic 2013	Var. Abs
Satélite (DTH)	1.553.010	1.620.632	(67.622)

El **ARPU de los abonados del satélite** en 2014 se situó en **42,8 euros** de media, **por encima** de los 42,7 euros de media en **2013**.

Evolución ARPU Canal+ (€)

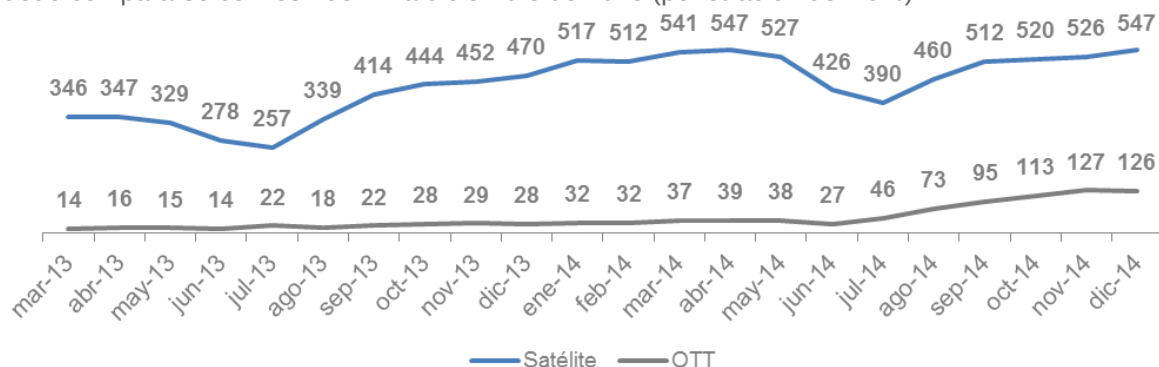


El número de abonados con **iPlus** se siguió incrementando. A diciembre de **2014** el número de abonados de **iPlus** se situó en 660.444, lo que supone un **incremento de 30.439** respecto a diciembre de **2013** y una penetración del 42,5%.

La **tasa de cancelaciones** se situó en **15,0%** a diciembre de 2014, suponiendo una **importante mejora** desde el 18,0% de diciembre de 2013.

Desarrollo Digital: evolución de usuarios de Yomvi (miles de usuarios)

En el desarrollo digital de la plataforma, destaca el comportamiento de **YOMVI** que alcanzó en diciembre los **673 mil usuarios únicos**, de los cuales 547 mil son además abonados de satélite (penetración del 35,2%). Esto puede compararse con los 498 mil a diciembre de 2013 (penetración del 29%).



Por otro lado, también se ha incrementado considerablemente el **uso que hacen los abonados de la plataforma**. Las **descargas catch-up** de contenido han **aumentado** de 4,6 millones en diciembre de **2013**, a **5,6 millones** en diciembre de **2014**.

Desarrollo Digital: evolución de descargas de Yomvi (miles)

