

ATRESMEDIA



RESULTADOS ENERO-MARZO 2015

31 de marzo de 2015



La información consolidada de Atresmedia adjunta ha sido preparada de acuerdo con lo establecido por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), teniendo en consideración la totalidad de los principios y normas contables y los criterios de valoración de aplicación obligatoria, así como las alternativas que la normativa permite a este respecto. De modo adicional se presenta información de la evolución individualizada de las dos principales actividades del Grupo: Televisión y Radio.



1.	ASPECTOS DESTACADOS	3
1.1	Hitos del periodo y principales magnitudes	3
1.2	Entorno económico y de mercado	4
2.	ATRESMEDIA	6
2.1	Cuenta de resultados consolidada	6
2.1.1	Ingresos Netos	7
2.1.2	Gastos de Explotación.....	7
2.1.3	Resultado de Explotación y márgenes	8
2.1.4	Resultado antes de impuestos	9
2.1.5	Resultado Consolidado del periodo	9
2.2	Balance consolidado.....	10
2.3	Cash Flow consolidado	11
2.4	Evolución de la acción	12
2.4.1	La acción de Atresmedia	12
2.4.2	Recomendaciones de analistas	13
2.5	Responsabilidad corporativa	13
3.	ATRESMEDIA TELEVISION	15
3.1	Mercado Publicitario	15
3.2	Evolución Audiencia y Contenidos	16
3.3	Cuenta de Resultados	20
3.3.1	Ingresos Netos	20
3.3.2	Gastos de Explotación.....	21
3.3.3	Resultado de Explotación y márgenes	21
4.	ATRESMEDIA RADIO	23
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia	23
4.2	Cuenta de Resultados	24
5.	OTROS NEGOCIOS	26
5.1	Atresmedia Cine	26
5.2	Atresmedia Digital	26
5.3	Cuenta de Resultados	27



1. ASPECTOS DESTACADOS

1.1 Hitos del periodo y principales magnitudes

Atresmedia. Principales magnitudes del período

Variables operativas destacadas	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014
Nº medio de canales	4	7
Audiencia total TV	26,6%	30,0%
Cuota de mercado TV	42,6%	43,8%
Oyentes Radio (miles) (1ª Ola EGM)	4.954	4.849
Nº de empleados total	1.751	1.727

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014
Ingresos Netos	232.019	204.419
Resultado Bruto de Explotación	33.943	12.498
Beneficio del Ejercicio	21.098	3.294
Deuda Financiera Neta	127.935	119.317

Atresmedia alcanza en el primer trimestre del año 2015 un Resultado Bruto de Explotación de 33,9 millones de euros, 21,4 millones de euros más que en el primer trimestre de 2014, y un Beneficio Consolidado de 21,1 millones de euros, multiplicando por 6,4 veces el obtenido en el acumulado a marzo del año anterior.

A pesar de contar con tres canales menos y gracias al buen perfil comercial de los canales del Grupo, **Atresmedia Televisión** alcanza en el periodo, según estimaciones internas, una **cuota de mercado** del 42,6%, tan sólo 1,2 puntos menos que la obtenida en el primer trimestre del año anterior, y una cuota de **audiencia** del 26,6%, siendo la audiencia obtenida en el prime time, en el target comercial, del 30,5%.

El canal Antena 3 alcanza una cuota de audiencia en el período del 13,5%. Lidera en el trimestre el target comercial, tanto en total día como en prime time.



El canal laSexta crece 1,1 puntos respecto al primer trimestre del año anterior y consigue una audiencia media del 7,8%, situándose por encima de su principal competidor Cuatro.

Los canales complementarios **Neox y Nova** suman una cuota de audiencia del 5,3% en el acumulado a marzo de 2015, habiendo crecido un punto respecto al mismo periodo del año anterior.

Atresmedia Radio alcanza un Resultado Bruto de Explotación de 5,2 millones de euros, multiplicando por 4,4 el obtenido en el primer trimestre de 2014. Con un crecimiento en las ventas de publicidad del 19%, se comporta mejor que el mercado de publicidad de la radio, que habría crecido, según estimaciones internas, en torno a un 12,8%.

1.2 Entorno económico y de mercado

Como en meses anteriores, continúa la evolución positiva de los indicadores que apuntan a una clara recuperación de la economía.

Para 2015, el último panel de expertos publicado por Funcas, en marzo de 2015, prevé que el crecimiento del PIB sea del 2,6%, dos décimas más de lo que se preveía en el mes de enero. La mayor parte de este crecimiento vendrá por la demanda nacional. Se publica por primera vez la estimación de crecimiento para 2016, que sería del 2,6%.

Esta cifra de crecimiento del PIB es superior a la del Gobierno, que estima un 2,4%, a la del FMI que lo sitúa en 2,5%, e inferior a la del Banco de España, que lo cifra en el 2,8%.

El consumo de los hogares sigue igualmente dando muestras de crecimiento fuerte. Funcas espera un incremento del 2,9% para 2015.

Lo mismo ocurre con la tasa de desempleo: Funcas espera que ésta se reduzca hasta el 22,5% en 2015 y 20,9% en 2016.



Según estimaciones internas, la inversión publicitaria en los medios convencionales de enero a marzo de 2015 habría crecido en torno a un 8,4% respecto al mismo período de 2014, con incrementos en todos los medios a excepción de diarios y dominicales. El peso del medio televisión ha crecido, una vez más, durante este trimestre.

Mercado Publicitario por medios	1T15 vs 1T14
Televisión	11,8%
Radio	12,8%
Internet	9,7%
Diarios	-2,1%
Revistas	1,1%
Exterior	4,8%
Dominicales	-2,5%
Cine	55,0%
TOTAL MEDIOS	8,4%

Fuente: Estimaciones Internas



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de Euros	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014	Evolución
Importe neto de la cifra de negocios	221.666	196.536	12,8%
Otros ingresos	10.353	7.883	31,3%
INGRESOS NETOS	232.019	204.419	13,5%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	198.076	191.921	3,2%
Resultado bruto de explotación	33.943	12.498	171,6%
Amortización del inmovilizado	4.104	4.089	0,4%
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(4)	35	n/a
Beneficio de explotación	29.843	8.374	256,4%
Resultado financiero	(2.387)	(4.498)	46,9%
Resultado neto de participaciones en otras entidades	(464)	(97)	n/a
Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas	26.992	3.779	614,3%
Impuesto sobre sociedades	5.902	491	n/a
Beneficio del ejercicio	21.090	3.288	541,4%
Resultado atribuido a socios externos	8	6	33,3%
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	21.098	3.294	540,5%

Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a marzo de 2015 alcanzan los 232,0 millones de euros, frente a los 204,4 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2014, lo que supone un incremento del 13,5%.

Ingresos Netos (Miles de euros)	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014	Evolución
Atresmedia Televisión	203.739	184.688	10,3%
Atresmedia Radio	21.977	18.451	19,1%
Otros negocios	6.303	1.279	392,7%
ATRESMEDIA	232.019	204.419	13,5%

Continúa el comportamiento positivo del mercado publicitario de medios convencionales, especialmente en los medios de televisión, radio e internet.

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación del primer trimestre de 2015 han crecido un 3,2% respecto a los del mismo periodo de 2014.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014	Evolución
Atresmedia Televisión	176.358	171.904	2,6%
Atresmedia Radio	16.789	17.269	-2,8%
Otros negocios	4.930	2.748	79,4%
ATRESMEDIA	198.076	191.921	3,2%



Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014	Evolución
Consumo de programas y Otros	115.746	116.931	-1,0%
Gastos de Personal	29.327	29.867	-1,8%
Otros gastos de explotación	53.003	45.123	17,5%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	198.076	191.921	3,2%

El crecimiento en costes en el periodo es consecuencia principalmente de mayores costes variables ligados a las ventas y otros no recurrentes. La política de programación llevada a cabo a lo largo del primer trimestre de 2015, a pesar de contar con tres canales menos que en el primer trimestre del año anterior, ha permitido mantener la posición competitiva y aprovechar la tendencia al alza del mercado de la publicidad.

2.1.3 Resultado de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación acumulado a marzo de 2015 alcanza los 33,9 millones de euros frente a los 12,5 millones de euros en el acumulado a marzo de 2014. Todos los negocios mejoran sus márgenes; el negocio Televisión duplica el del primer trimestre del año anterior, hasta alcanzar un 13,4%, mientras que el margen del negocio Radio es de un 23,6% frente al 6,4% del mismo periodo de 2014.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014
Atresmedia Televisión	27.381	12.785
Margen/Ingresos Netos	13,4%	6,9%
Atresmedia Radio	5.188	1.182
Margen/Ingresos Netos	23,6%	6,4%
Otros negocios	1.374	(1.469)
Margen/Ingresos Netos	21,8%	n/a
TOTAL ATRESMEDIA	33.943	12.498
Margen/Ingresos Netos	14,6%	6,1%



El Resultado de Explotación de Atresmedia acumulado a marzo de 2015 asciende a 29,8 millones de euros frente a los 8,4 millones de euros del acumulado a marzo de 2014.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014
Atresmedia Televisión	23.877	9.392
Margen/Ingresos Netos	11,7%	5,1%
Atresmedia Radio	4.808	680
Margen/Ingresos Netos	21,9%	3,7%
Otros negocios	1.158	(1.699)
Margen/Ingresos Netos	18,4%	n/a
TOTAL ATRESMEDIA	29.843	8.374
Margen/Ingresos Netos	12,9%	4,1%

2.1.4 Resultado antes de impuestos

En el acumulado a marzo de 2015 los resultados financieros mejoran respecto del mismo periodo de 2014 por una menor deuda financiera media.

El Resultado antes de impuestos del primer trimestre de 2015 ha ascendido a 27,0 millones de euros frente a los 3,8 millones de euros alcanzados en el mismo periodo del ejercicio anterior.

2.1.5 Resultado Consolidado del periodo

El Beneficio Consolidado del primer trimestre de 2015 alcanza los 21,1 millones de euros, frente a los 3,3 millones de euros obtenidos en el primer trimestre de 2014.



2.2 Balance consolidado

Miles de Euros	31 Marzo 2015	31 Diciembre 2014
ACTIVO		
Fondo de comercio	153.193	153.193
Otros activos intangibles	137.550	134.957
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	60.278	59.325
Activos por impuesto diferido	303.333	301.966
ACTIVOS NO CORRIENTES	654.354	649.441
Derechos de programas y existencias	307.742	289.358
Deudores comerciales y otros deudores	202.882	221.488
Otros activos corrientes	31.601	20.524
Activo por impuesto corriente	968	2.215
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	43.355	31.081
ACTIVOS CORRIENTES	586.548	564.666
TOTAL ACTIVO	1.240.902	1.214.107
PASIVO		
Capital social	169.300	169.300
Prima de emisión	38.304	38.304
Reservas indisponibles	42.475	42.475
Ganancias acumuladas	244.187	223.537
Acciones propias	(7.202)	(7.202)
Dividendos a cuenta	(22.341)	(22.341)
Otros instrumentos de patrimonio	3.088	3.088
Ajustes por cambios de valor y otros	1.141	2.124
PATRIMONIO NETO	468.952	449.285
Deudas con entidades de crédito	95.352	126.331
Otros pasivos no corrientes	48.562	51.515
Pasivos por impuestos diferidos	26.077	26.097
PASIVOS NO CORRIENTES	169.991	203.943
Deudas con entidades de crédito	75.938	39.007
Acreedores comerciales y otros acreedores	431.993	428.526
Otros pasivos corrientes	87.121	93.346
Pasivos por impuesto corriente	6.907	
PASIVOS CORRIENTES	601.959	560.879
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	1.240.902	1.214.107

Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas

La deuda financiera neta del Grupo es de 127,9 millones de euros frente a los 134,3 millones de euros de diciembre de 2014.



2.3 Cash Flow consolidado

El flujo neto de actividades de explotación es, a 31 de marzo de 2015, positivo por importe de 18,8 millones de euros, una generación de caja 15,8 millones de euros superior a la del mismo periodo del año anterior.

Miles de euros	31 Marzo 2015	31 Marzo 2014
1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	26.992	3.779
Ajustes del resultado:	9.776	12.295
- Amortizaciones	4.104	4.089
- Provisiones y otros	3.286	3.709
- Resultados Financieros	2.387	4.498
Cambios en el capital circulante	(19.213)	(13.038)
Efectivo generado por las operaciones	17.555	3.037
Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos	1.247	
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación	18.802	3.037
2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Inversiones	(10.179)	(10.293)
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(2.111)	(2.862)
Activos fijos materiales e inmateriales	(6.874)	(3.778)
Inversión en Cine Español	(1.193)	(3.653)
Desinversiones	0	108
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	0	108
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(10.179)	(10.185)
3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Gastos financieros pagados	(2.101)	(7.800)
Venta de acciones propias	0	79.680
Financiación empresas asociadas y vinculadas	(200)	(16.478)
Financiación bancaria	5.952	(7.297)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación	3.651	48.105
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO	12.274	40.955
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	31.081	56.282
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	43.355	97.237

Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas



2.4 Evolución de la acción

2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia cerró el trimestre en 14,07 €/acción, lo que supone una revalorización del 20,9% respecto al cierre de 2014. El Ibex, por su parte, ha subido, pero en menor medida, un 12,1%, cerrando en los 11.521,1 puntos.



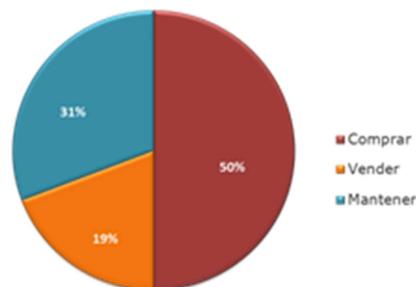
Evolución de la cotización de Atresmedia en el periodo enero a marzo de 2015 vs. Ibex 35.

Variables Bursátiles	Ene-Mar 2015
Cotización a 31/03/2015 (€)	14,07
Máximo (€)	14,22
Mínimo (€)	11,01
Precio Medio Ponderado (€)	13,23
Volumen medio diario (accs.)	1.047.970
Volumen medio diario (miles de €)	13.864
No. Acciones (mill)	225,7
<i>Fuente: Fininfo</i>	



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre del ejercicio, contamos con la opinión y recomendación de 26 analistas. De éstos, el 50% recomiendan **Comprar** acciones de Atresmedia, un 31% recomiendan **Mantener**, mientras que un 19% mantienen su recomendación de **Vender**. El Precio Objetivo medio a cierre del primer trimestre de 2015 es de 13,79 €/acción.



Durante todo el ejercicio, el departamento de Relación con Inversores ha tenido una intensa actividad. Ha participado en 9 conferencias y Road Shows en distintas ciudades de Europa y Estados Unidos.

Además de estos viajes, se ha contactado de manera directa, a través de reuniones, desayunos y conversaciones telefónicas, con analistas del sector e inversores. En total, se han realizado más de 200 contactos con la comunidad financiera en este trimestre.

2.5 Responsabilidad corporativa

En el marco de la iniciativa "Crea Cultura", Atresmedia ha comenzado en 2015 su trabajo para llevar la formación sobre propiedad intelectual a los colegios. "Crea Cultura" ha reunido a un grupo de expertos que pondrán las bases para un primer contenido formativo que se imparta fuera de horario escolar y del contenido académico en los colegios.

Así mismo, "Ponle Freno" ha sensibilizado sobre las distracciones al volante durante la operación salida de Semana Santa y el "Centro de Estudios Ponle Freno AXA" ha lanzado un nuevo informe sobre comportamiento de los peatones con datos y recomendaciones para evitar los atropellos.



Por su parte, la Fundación Atresmedia continúa dedicando sus esfuerzos durante 2015 a la educación. Por este motivo, ha celebrado una nueva edición de su evento "Grandes Profes" para ofrecer nuevas técnicas y herramientas eficaces a los profesores de la mano de expertos en la materia seguida por más de 1.500 profesores en vivo y 2.000 vía streaming. Además, por cuarto año consecutivo, la Fundación Atresmedia lidera el ranking de transparencia de las fundaciones empresariales según el informe "Construir confianza 2014" elaborado por la Fundación Compromiso y Transparencia.

El compromiso con el voluntariado corporativo es otra de las líneas de actuación dentro de la política de responsabilidad corporativa de Atresmedia. Durante el primer trimestre, empleados de la Compañía han participado como voluntarios en la logística del evento de la Fundación Atresmedia "Grandes Profes" y han apoyado los talleres de formación de la Fundación Integra.

En línea con la política medioambiental del Grupo, un año más, Atresmedia se ha unido a la iniciativa internacional de WWF-ADENA "la Hora del Planeta" para sensibilizar en la lucha contra el cambio climático. Además, a través de su campaña "Hazte Eco", ha renovado su acuerdo de colaboración con Ecoembes, para impulsar el reciclaje en España.

Finalmente, el Grupo ha colaborado con diferentes entidades no lucrativas en la difusión de campañas de sensibilización en sus medios de comunicación, y en concreto, con: Down España, Fundación Policía Nacional y Fundación Desarrollo y Asistencia, para concienciar sobre discapacidad, violencia de género y apoyo a los mayores respectivamente.

3. ATRESMEDIA TELEVISION

3.1 Mercado Publicitario

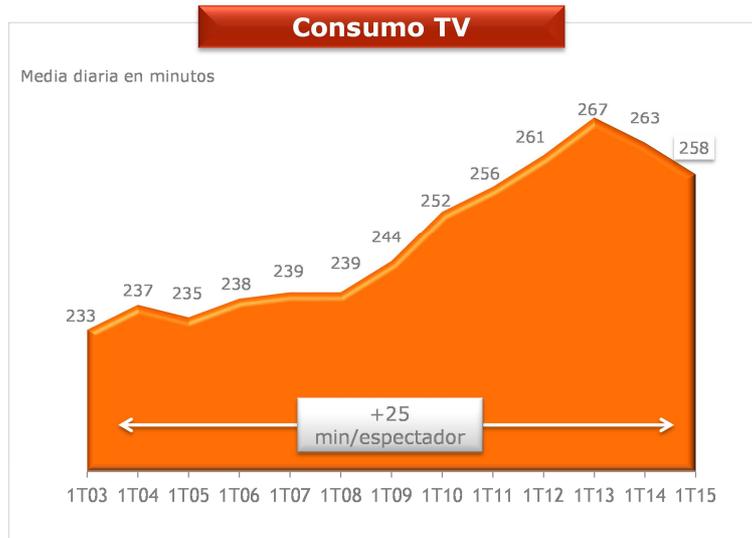
Según estimaciones internas, el mercado de publicidad de televisión habría crecido en torno a un 11,8% en el primer trimestre del año. Mejoran todos los sectores, especialmente "Salud", "Cultura", "Distribución" y "Automóvil".



Fuente: Estimaciones internas

3.2 Evolución Audiencia y Contenidos

El consumo televisivo en el primer trimestre del año 2015 es de 258 minutos por persona y día, 5 minutos menos que el primer trimestre de 2014.



Fuente: Kantar Media

El grupo de canales de Atresmedia Televisión alcanza en el primer trimestre de 2015 una cuota de audiencia del 26,6%. En mayo de 2014 cesaron las emisiones de tres de sus canales por sentencia del Tribunal Supremo (uno más que su principal competidor).



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



El canal Antena 3 alcanza una audiencia media, en total individuos (total día), del 13,5%. Se posiciona líder en el target comercial, tanto en el total día, con un share del 13,6%, como en la franja prime time, con un 14,5%.

La ficción, contenido estrella de la cadena, ha vuelto a destacar en términos de audiencia. "Bajo Sospecha", que se estrenó en febrero, se convirtió en el mejor estreno de la temporada al reunir a 4.216.000 espectadores y un 21,6% de cuota de pantalla. En el trimestre ha alcanzado un 19,8% de cuota media y 3.814.000 espectadores.

"Velvet", es la serie más vista de todas las cadenas de la temporada y despide su segunda edición con un récord histórico al congregarse al 24,7% de la audiencia. Los cuatro episodios emitidos en el trimestre alcanzan un 22,2% de audiencia media.

Las series de tira diaria siguen registrando magníficos datos: "Amar es para siempre" obtiene en el trimestre una cuota de pantalla media del 15,0%, alcanzando su máximo mensual histórico en marzo, con un 15,2% de cuota (1.769.000 espectadores). Por su parte, "El secreto de Puente Viejo", supera el 18% de cuota media (18,1%), y llega a rozar los 2 millones de seguidores.

En programas, "El hormiguero 3.0" alcanza en el primer trimestre una audiencia media de 13,5%, y en el mes de marzo consigue el hito de llegar a la emisión más vista de toda su historia: 3.697.000 espectadores con Will Smith y Margot Robbie. "En Tierra Hostil" se convierte también en uno de los programas revelación de la temporada: alcanza en el trimestre una audiencia media de 14,3% y 2.540.000 espectadores.

Otro de los géneros estrella en Antena 3 ha sido el cine. De las películas más vistas del trimestre, Antena 3 ha emitido "Karate Kid" que obtuvo un 24% de audiencia, congregando a 6.031.000 el día de su emisión, el 1 de enero.

La apuesta por el deporte ha sido de nuevo un éxito. En el primer trimestre se han emitido 2 Grandes Premios de Fórmula 1 con una audiencia media del 36,2%.

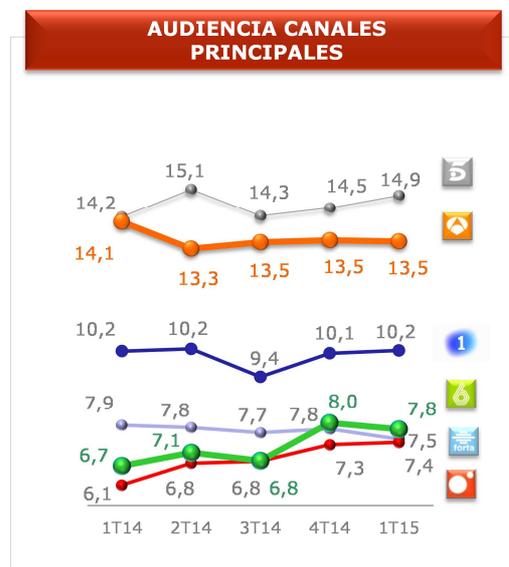
El canal laSexta, con un incremento de 1,1 puntos porcentuales, ha conseguido en el primer trimestre de 2015 una audiencia media, en total individuos (total día), de un 7,8%, manteniéndose por encima de su principal competidor Cuatro. Destaca el comportamiento de laSexta en la franja prime time, tanto en total individuos (9,1%), como en el target comercial (9,8%).



“Salvados” es el programa más visto de la cadena. Es líder de su franja y el programa más visto del domingo. Tiene una media del 15,5% y 3.263.000 espectadores.

“El Intermedio” mantiene su fortaleza en audiencia. En los 46 programas emitidos en el trimestre ha sido seguido por una media de 2.558.000 espectadores, con un share del 12,6%.

Los programas de información como “El Objetivo” de Ana Pastor (con un 10,0% de cuota media) y “Al Rojo Vivo” (con 11,5%) siguen siendo referencia dentro de la oferta informativa de La Sexta.



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

La suma de los canales complementarios **Neox y Nova** consigue aportar en el acumulado a marzo de 2015 un share conjunto, en total individuos (total día), del 5,3%, lo que supone una reducción de 3,9 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del ejercicio anterior como consecuencia del cierre de los canales Nitro, Xplora y laSexta3.

El canal Neox, alcanza en el trimestre una audiencia en total individuos del 2,7%, porcentaje que aumenta al 3,9% en el target comercial.

El canal Nova, temática femenina líder, registró una audiencia de 2,6% en total individuos y de 2,7% en target comercial.



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

En los canales principales predominan los contenidos de producción propia (76%) mientras que en los complementarios se impone la producción ajena (73%).

Producción propia vs ajena en franja comercial (%horas emitidas)





3.3 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014	Evolución
INGRESOS NETOS	203.739	184.688	10,3%
GASTOS DE EXPLOTACION	176.358	171.904	2,6%
Resultado bruto de explotación	27.381	12.785	114,2%
Amortizaciones	3.504	3.392	3,3%
Resultado de explotación	23.877	9.392	154,2%

Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas

3.3.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos acumulados a marzo de 2015 ascienden a 203,7 millones de euros frente a los 184,7 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2014, lo que supone un incremento del 10,3%.

Según estimaciones internas, el mercado de la publicidad en televisión habría crecido en el periodo en torno a un 11,8%. Gracias a la eficacia comercial, la cuota de participación de Atresmedia Televisión en dicho mercado se situaría en el 42,6%, inferior en tan sólo 1,2 puntos, a la del mismo periodo del 2014, a pesar de contar con tres canales menos.



3.3.2 Gastos de Explotación

	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014	Evolución
Miles de Euros			
Consumo de programas y otros aprovisionamientos	109.103	112.258	(2,8%)
Gastos de personal	16.446	16.842	(2,4%)
Otros gastos de explotación	50.809	42.803	18,7%
GASTOS DE EXPLOTACION	176.358	171.904	2,6%

Los gastos de explotación del acumulado a marzo de 2015 han sido de 176,4 millones de euros frente a los 171,9 millones de euros registrados en el acumulado a marzo de 2014, lo que supone un incremento del 2,6%. Este crecimiento se debe principalmente a mayores costes variables ligados a ventas y otros no recurrentes, compensados parcialmente con ahorros en programación.

A pesar de contar con tres canales menos durante el primer trimestre de 2015 la política de programación ha permitido mantener la posición competitiva y aprovechar el buen comportamiento del mercado de la publicidad.

3.3.3 Resultado de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación en el primer trimestre del año 2015 más que duplica el obtenido en el primer trimestre del año 2014, alcanzando los 27,4 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 13,4%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014
Atresmedia Televisión	27.381	12.785
Margen/Ingresos Netos	13,4%	6,9%



El Resultado de Explotación en el acumulado a marzo de 2015 es de 23,9 millones de euros, creciendo 14,5 millones de euros respecto al mismo periodo del ejercicio 2014.

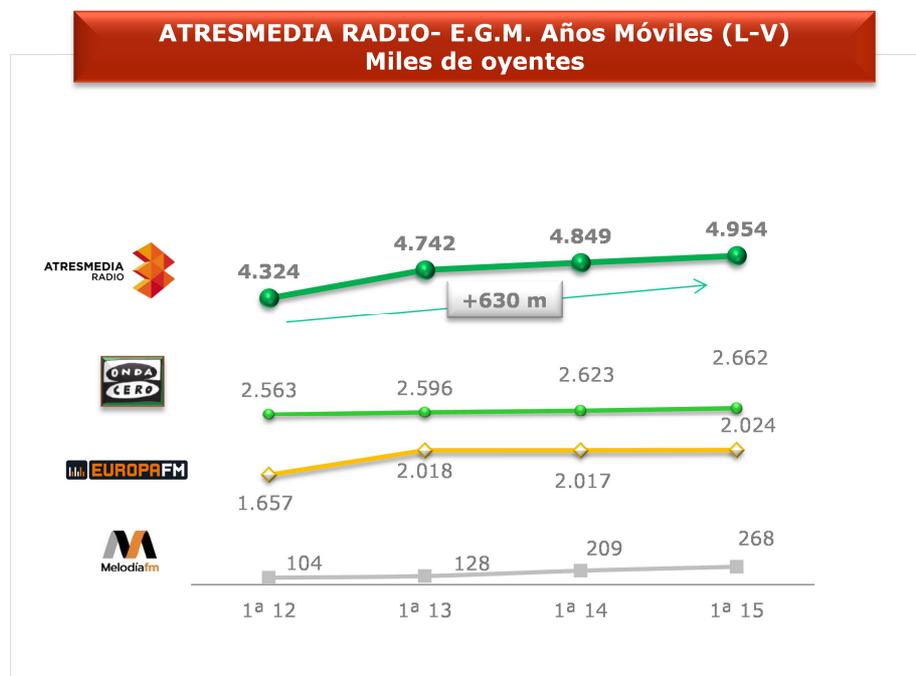
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014
Atresmedia Televisión	23.877	9.392
Margen/Ingresos Netos	11,7%	5,1%

4. ATRESMEDIA RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según estimaciones internas, el mercado de publicidad de radio habría crecido en el primer trimestre del año en torno a un 12,8%.

Atresmedia Radio mantiene una audiencia de 5,0 millones de oyentes según el último Estudio General de Medios (1ª ola de 2015), sumando 105 mil oyentes más que en la 1ª ola de 2014. Onda Cero, con una media de 2,7 millones de oyentes, se mantiene en la segunda posición en el ranking de las cadenas generalistas, y mejora respecto a la ola anterior y a la 1ª ola de 2014. Europa FM, por encima de los 2 millones de oyentes, continúa como la tercera cadena en el ranking de las temáticas, y crece respecto a la 1ª ola de 2014. La nueva fórmula de Melodía FM continúa su tendencia de crecimiento alcanzando los 268 mil oyentes.



Fuente: EGM . Años Móviles. Lunes a Viernes.



4.2 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014	Evolución
INGRESOS NETOS	21.977	18.451	19,1%
Gastos de personal	5.893	5.961	(1,2%)
Otros gastos de explotación	10.896	11.308	(3,6%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	16.789	17.269	(2,8%)
Resultado bruto de explotación	5.188	1.182	338,9%
Amortizaciones	381	502	(24,2%)
Resultados de explotación	4.808	680	606,9%

Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas

Las ventas de publicidad de enero a marzo de 2015 de Atresmedia Radio se comportan sustancialmente mejor que el mercado, alcanzan los 21,8 millones de euros, frente a los 18,3 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2014, lo que supone un incremento del 19,0%.





Los gastos de explotación, a 31 de marzo de 2015, han sido de 16,8 millones de euros frente a los 17,3 millones de euros del acumulado a marzo de 2014, lo que supone un descenso del 2,8%.

El Resultado Bruto de Explotación en el acumulado a marzo de 2015 es de 5,2 millones de euros, lo que supone un margen del 23,6%, y un crecimiento de 4,0 millones de euros respecto al resultado obtenido en el mismo periodo de 2014.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014
Atresmedia Radio	5.188	1.182
Margen/Ingresos Netos	23,6%	6,4%

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014
Atresmedia Radio	4.808	680
Margen/Ingresos Netos	21,9%	3,7%



5. OTROS NEGOCIOS

5.1 Atresmedia Cine

Atresmedia Cine ha estrenado en el mes de marzo el largometraje "Perdiendo el norte", película española más taquillera del primer trimestre de 2015, con casi el 48% de la cuota de mercado del Cine Español en dicho periodo. Junto a ella, "La isla mínima", "El club de los incomprendidos" y "Éxodus: Dioses y Reyes", estrenados el año pasado, se posicionan entre los cinco títulos más taquilleros de producción española del periodo enero a marzo.



5.2 Atresmedia Digital

Atresmedia Digital alcanza, a 31 de marzo de 2015, una media mensual de 20,6 millones de usuarios únicos, su mejor dato histórico, con un crecimiento del 25,1% respecto a la media mensual acumulada a marzo de 2014.

Continúa el buen comportamiento de las webs y la generación de contenidos verticales temáticos ("Celebrities", "Se estrena", "Cienciaexplora", "Objetivo Tv", "Tecnoexplora", "Cocinatis", "Viajestic", "Correr y Fitness", "Neoxkidz" etc). La plataforma de vídeo y audio Atresplayer alcanza casi 5 millones de descargas de la aplicación y 2,0 millones de usuarios registrados.



Fuente: Adobe Analytics

5.3 Cuenta de Resultados

El grado de contribución de las otras actividades realizadas por el grupo ha evolucionado de la siguiente forma:

Miles de Euros	Ene-Mar 2015	Ene-Mar 2014	Evolución
INGRESOS NETOS % sobre Ingresos Atresmedia	6.303 2,7%	1.279 0,6%	392,7%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN (*) % sobre Gastos Atresmedia	4.930 2,5%	2.748 1,4%	79,4%
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN % sobre el Resultado Bruto de Explotación Atresmedia	1.374 4,0%	(1.469) (11,8%)	n/a

(*) Incluyen amortizaciones de producciones cinematográficas.

Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas

El Resultado Bruto de Explotación de otros negocios en el primer trimestre de 2015 mejora respecto al mismo periodo del año anterior por un mejor comportamiento de todos los negocios.