



Resultados primer trimestre 2016

Mayo 2016

El EBITDA ajustado en el 1T alcanza 60 millones de euros (-12%) (+20% a tipo de cambio constante)

Hechos destacados:

1. La evolución positiva de los negocios en moneda local en Santillana.
 2. El peor comportamiento de la publicidad en España por la peor comparativa de Semana Santa.
 3. El crecimiento de la publicidad en Portugal.
 4. El crecimiento digital de la prensa.
 5. El fuerte impacto negativo del tipo de cambio en el trimestre.
 6. El mantenimiento del control de costes.
 7. El menor gasto por intereses de financiación.
 8. El resultado neto asciende a 13 millones de euros positivos
- La deuda neta bancaria se reduce 48 millones de euros en el primer trimestre de 2016.
 - En abril de 2016 PRISA ha aprobado el acuerdo alcanzado con algunos de sus principales acreedores para llevar a cabo una emisión de bonos convertibles en acciones a 10 euros por acción mediante el canje de deuda. Dicha conversión reducirá la deuda y reforzará el capital por valor de 100 millones de euros en el segundo trimestre.

PRINCIPALES TITULARES

La publicidad en España muestra caída en el 1T de 2016 afectada por la peor comparativa de la Semana Santa. En abril, este efecto se revierte.

- Los ingresos publicitarios del Grupo en España caen un -3% en el 1T:
 - La Radio en España cae un -6,9%.
 - La prensa crece un +3,8% (-5,6% convencional; +26,1% online).
- En Portugal, la publicidad ha comenzado el año con crecimiento en el 1T de +8,6%; (TVI +8,2% y Radio +13%).

Las operaciones en Latinoamérica muestran crecimiento en moneda constante

- En Educación, las campañas del Área Sur han evolucionado de forma positiva, mostrando los ingresos un crecimiento en moneda constante del +19%.
- En Radio LatAm, los ingresos crecen en moneda constante (+3%), destacando el crecimiento de Colombia y Chile (+4,1% y +2,9% respectivamente).
- El tipo de cambio ha tenido un impacto negativo muy significativo en el trimestre afectando sobre todo a Santillana. En ingresos el impacto negativo es de 49 millones de euros (42,6 en Santillana y 5,5 en Radio) y en Ebitda de 22 millones (21,6 en Santillana y 0,7 en Radio). Los tipos de cambio del 1T de 2016 de los países con mayor impacto han sido: Real Brasileño 4,34 frente a 3,16 en 1T2015; Peso Argentino 16,48 frente a 9,66 en 1T2015; Sol Peruano 3,83 frente a 3,43 en 1T2015.

El grupo continúa su transformación digital

- Los ingresos de transformación del grupo alcanzan los 56,7 millones de euros (+0,7% en euros; +12% en moneda local).
- Los Sistemas de Educación Digitales (UNO y Compartir), continúan su desarrollo incrementando el número de alumnos en Latinoamérica llegando a los 873.064 (+8%). Sus ingresos en moneda constante crecen +15,3%.
- La publicidad digital aumenta un +26,7%, hasta alcanzar los 12,2 millones de euros en el trimestre:
 - En el negocio de prensa, la publicidad digital sigue creciendo y representa ya un 40% de los ingresos publicitarios.
- La media mensual de navegadores únicos del Grupo crece un 16,7% en el 1T, alcanzando los 121 millones.

Continúa el desalancamiento financiero

- La deuda bancaria neta del Grupo se reduce en 48 millones hasta los 1.612 M€ a 31 de marzo de 2016 frente a 1.660 millones en diciembre de 2015.
- En febrero de 2016 se ha cancelaron 65 millones de euros de deuda a través de subasta con un descuento del 16,02%, con los fondos restantes procedentes de la venta de Canal+.
- En abril de 2016 se ha aprobado la emisión de un bono mandatorio convertible en acciones mediante canje de deuda en equity a 10 euros por acción por valor de 100 millones de euros.

Resultados por unidad de negocio

Educación

- **En 1T tienen lugar campañas del área sur:** Brasil, Colombia, Costa Rica, Centroamérica Norte, Uruguay, Chile, Bolivia, Argentina, Paraguay, Perú y Ecuador. Todas las campañas han aumentado ingresos **en moneda constante**, a excepción de Brasil y Chile.
 - Destaca **Perú**, que muestra un crecimiento en ingresos del +125% (17 millones de euros), por licitación institucional de primaria y secundaria, que compensa la peor campaña de Brasil y Chile respecto al 1T de 2015.
 - **Brasil** decrece un -7,4 % en moneda local (-33,3% en euros).
- **Las campañas del Área Norte** (España y México principalmente), tienen lugar en el 2S del año, y por tanto, sus cifras no son representativas en el 1T.
- **Los sistemas de enseñanza digitales (UNO Y COMPARTIR) continúan su expansión** en Latinoamérica, creciendo un 8% en número de alumnos hasta sobrepasar los 873.000. **UNO y Compartir crecen un +15,3% en ingresos** (excluyendo TC). Destaca el resultado operativo positivo de UNO 5,6M€; +158%.
- **Los ingresos ajustados** a tipo de cambio constante crecen un +19,1% y **el EBITDA crece un 28,6% en moneda constante** (-8,7% en euros).
- El **tipo de cambio** tiene un **impacto negativo** de **42,6 millones de euros en ingresos** y de **21,6 millones de euros en EBITDA**.

Radio

- La **publicidad en España** disminuye un -6,9%, mostrando crecimiento en nacional (+2,9%) y caída en local (-10,4%).
- Según el último informe del EGM, la radio mantiene su liderazgo tanto en radio generalista como en musical.
- **En LatAm**, los ingresos incrementan en moneda constante un +3%.
- **EL EBITDA ajustado** a tipo de cambio constante **de la Radio disminuye 2,3 millones de euros (-23%)**.
- **Impacto negativo del tipo de cambio** es de -5,5 m€ en ingresos y -0,7 m€ en EBITDA.

Prensa

- **Los ingresos** publicitarios en 1Q 2016 aumentan 3,8%.
- La **publicidad digital** sube un **+26,1%** (representando ya un 40% del total de ingresos publicitarios de la división), compensando la caída en publicidad **tradicional** (-5,6%).
- Los **ingresos de circulación** moderan su caída hasta -4,1%, debido al efecto comparativo con la subida de precios que se llevó a cabo en el 1T 2015.
- En marzo de 2016 se registran de media **86,6 millones de Navegadores Únicos** y **19,1 millones de Usuarios Únicos**.
- Se mantiene el **control de costes** (-1,5% en gastos ajustados).
- **El EBITDA ajustado de Prensa** pasa a ser positivo y alcanza los 1,4 millones de euros frente -0,7 millones en el 1T 2015.

Media Capital

- **Los ingresos publicitarios totales** de Media Capital crecen un 8.6%.
- **TVI registra un crecimiento en ingresos del 3,7%**. El crecimiento de ingresos publicitarios y la venta de canales a terceros compensan la caída de llamadas:
 - **La publicidad** crece un +8,2% en TVI.
 - **Las llamadas** de valor añadido continúan con caídas significativas (-1.7 millones de euros).
 - **La distribución de canales de TVI** en las distintas plataformas de pago han tenido un crecimiento en el primer trimestre de 1,9 millones de euros.
- **La radio su EBITDA** en 0,4 millones de euros.
- **El EBITDA ajustado de Media Capital** se mantiene en 6,2 millones de euros.

Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada

Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
Resultados de explotación ajustados			
Ingresos de explotación ajustados	329,1	341,9	(3,8)
EBITDA ajustado	59,7	68,0	(12,2)
Margen EBITDA ajustado	18,1%	19,9%	
EBIT ajustado	43,5	44,7	(2,7)
Margen EBIT ajustado	13,2%	13,1%	
Resultados de explotación ajustados a tipo constante			
Ingresos de explotación	378,0	341,9	10,6
EBITDA a tipo constante	81,6	68,0	20,1
Margen EBITDA ajustado	21,6%	19,9%	
EBIT a tipo constante	62,9	44,7	40,7
Margen EBIT ajustado	16,6%	13,1%	
Resultados Reportados			
Ingresos de explotación	324,5	336,4	(3,5)
EBITDA	55,0	55,8	(1,5)
Margen EBITDA	16,9%	16,6%	
EBIT	39,0	32,9	18,8
Margen EBIT	12,0%	9,8%	
Resultado Financiero	(7,5)	(13,3)	43,6
Gastos por intereses de financiación	(16,8)	(27,5)	38,9
Otros resultados financieros	9,3	14,3	(34,6)
Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones	0,7	0,8	(19,0)
Resultado antes de impuestos	32,2	20,4	57,9
Impuesto sobre sociedades	13,7	5,6	144,4
Resultado de operaciones en discontinuación	0,1	0,6	(91,3)
Resultado atribuido a socios externos	5,6	6,8	(16,6)
Resultado Neto	13,0	8,7	-

Durante el primer trimestre de 2016, excluyendo efectos extraordinarios y tipo de cambio:

- Los ingresos a tipo de cambio constante crecen un 10,6%.
- El EBITDA ajustado crece un 20,1%.

Índice

1. **Principales magnitudes operativas**
 - a_ Resultados del Grupo ajustados
 - b_ Resultados del Grupo ajustados a tipo de cambio constante
 - c_ Resultados Reportados del Grupo
 - d_ Impactos extraordinarios y cambios en perímetro
2. **Negocio de Educación**
3. **Negocio de Radio**
4. **Negocio de Prensa**
5. **Media Capital**
6. **Ingresos de Transformación Digital**
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. **Anexo**

1_ Principales magnitudes operativas

a_ Resultados del Grupo ajustados

Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
Resultados de explotación ajustados			
Ingresos de explotación ajustados	329,1	341,9	(3,8%)
España	97,5	97,6	(0,1%)
Internacional	231,6	244,3	(5,2%)
Portugal	38,5	37,0	3,9%
Latam	193,1	207,3	(6,9%)
EBITDA ajustado	59,7	68,0	(12,2%)
España	(17,9)	(17,8)	(0,7%)
Internacional	77,6	85,7	(9,5%)
Portugal	5,2	5,2	1,4%
Latam	72,3	80,6	(10,2%)
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	<i>18,1%</i>	<i>19,9%</i>	
EBIT ajustado	43,5	44,7	(2,7%)
España	(24,0)	(12,3)	(95,5%)
Internacional	67,4	56,9	18,4%
Portugal	3,5	(9,4)	---
Latam	64,0	66,4	(3,6%)
<i>Margen EBIT ajustado</i>	<i>13,2%</i>	<i>13,1%</i>	

b_ Resultados del Grupo ajustados a tipo de cambio constante

Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
Resultados de explotación ajustados a tipo constante			
Ingresos de explotación	378,0	341,9	10,6%
España	97,5	97,6	(0,1%)
Internacional	280,5	244,3	14,8%
Portugal	38,5	37,0	3,9%
Latam	242,1	207,3	16,8%
EBITDA	81,6	68,0	20,1%
España	(17,9)	(17,8)	(0,7%)
Internacional	99,5	85,7	16,1%
Portugal	5,2	5,2	1,4%
Latam	94,3	80,6	17,0%
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	<i>18,1%</i>	<i>19,9%</i>	
EBIT	62,9	44,7	40,7%
España	(24,0)	(12,3)	(95,5%)
Internacional	86,8	56,9	52,5%
Portugal	3,5	(9,4)	---
Latam	83,4	66,4	25,6%
<i>Margen EBIT ajustado</i>	<i>13,2%</i>	<i>13,1%</i>	

c_ Resultados reportados del Grupo

Resultados Operativos del Grupo	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
Millones de euros			
Ingresos de explotación	324,5	336,4	(3,5)
España	97,5	97,6	(0,1)
Portugal	38,5	37,0	3,9
Latam	188,6	201,8	(6,6)
Gastos de explotación	269,5	280,6	(3,9)
España	117,0	122,9	(4,7)
Portugal	33,6	32,4	3,9
Latam	118,9	125,4	(5,2)
EBITDA	55,0	55,8	(1,5)
<i>Margen EBITDA</i>	16,9%	16,6%	-
España	-19,6	(25,3)	22,6
Portugal	4,8	4,7	4,0
Latam	69,7	76,5	(8,8)
EBIT	39,0	32,9	18,8
<i>Margen EBIT</i>	12,0%	9,8%	
España	(25,6)	(19,8)	-29,6
Portugal	3,1	-9,9	130,9
Latam	61,6	62,6	-1,6

d_ Impactos extraordinarios y cambios en el perímetro de consolidación

Se muestran a continuación los principales impactos extraordinarios:

Efectos extraordinarios	ENERO - MARZO	
	2016	2015
Millones de euros		
Efectos extraordinarios en ingresos	4,5	5,5
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	4,5	5,5
Efectos extraordinarios en gastos	(0,1)	(6,6)
Indemnizaciones y otros no recurrentes	(3,1)	(10,2)
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	3,0	3,6
Efectos extraordinarios en amort. y provisiones	0,2	0,3
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	0,2	0,3

a) Cambio del perímetro de consolidación: desde 2013, las cuentas del Grupo pasan a registrar el resultado de las participaciones de Prisa Radio en México y Costa Rica por puesta en equivalencia. En los datos ajustados se incluyen los resultados de México y Costa Rica ponderados por la parte de capital de Prisa.

b) Indemnizaciones y otros no recurrentes: El gasto extraordinario por indemnizaciones baja con respecto al primer trimestre de 2015. En el 1T de 2016 se han registrado 3,1 millones de euros frente a 10,2 millones de euros en el mismo periodo del año anterior.

2_ Negocio de Educación

EDUCACIÓN Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
Resultados de explotación ajustados			
Ingresos ajustados	168,3	177,1	(5,0%)
España	1,6	1,3	25,7%
Internacional	166,7	175,8	(5,2%)
EBITDA ajustado	52,9	57,9	(8,7%)
España	(16)	(17)	4,7%
Internacional	69,2	75,0	(7,8%)
% <i>margen ajustado</i>	31,4%	32,7%	
EBIT ajustado	45,0	44,5	1,1%
% <i>margen ajustado</i>	26,8%	25,2%	
Resultados de explotación ajustados a tipo constante			
Ingresos ajustados a tipo de cambio constante	210,9	177,1	19,1%
España	1,6	1,3	25,7%
Internacional	209,3	175,8	19,0%
EBITDA ajustado	74,5	57,9	28,6%
España	(16)	(17)	4,7%
Internacional	90,8	75,0	21,0%
% <i>margen ajustado</i>	35,3%	32,7%	
EBIT ajustado	64,3	44,5	44,4%
% <i>margen ajustado</i>	30,5%	25,2%	
Resultados Reportados			
Ingresos	168,3	177,1	(5,0%)
Internacional	166,7	175,8	(5,2%)
Gastos de explotación	116,1	119,8	(3,1%)
EBITDA	52,2	57,3	(8,9%)
% <i>margen</i>	31,0%	32,4%	
EBIT	44,4	43,9	1,1%
% <i>margen</i>	26,4%	24,8%	
Efectos extraordinarios			
Efectos extraordinarios en ingresos	0,0	0,0	
Efectos extraordinarios en gastos	-0,6	-0,6	
Indemnizaciones	-0,6	-0,6	
Efectos extraordinarios en amort. y provs.	0,0	0,0	

a_ Posición de mercado

Santillana, el negocio de educación 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%.

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%	1
Brasil	22,2%	2
México	15,5%	1
Argentina	30,5%	1
Chile	36,7%	1
Colombia	18,2%	1
Portugal	6,1%	3

Fuente: Estimaciones internas, datos a cierre ejercicio 2015, últimos disponibles.

b_ Ingresos de explotación

En la **evolución de ingresos** del primer trimestre de 2016 cabe destacar:

- a) Las **campañas del área sur**: Brasil, Colombia, Costa Rica, Centroamérica Norte, Uruguay, Chile, Bolivia, Argentina, Paraguay, Perú y Ecuador. Estas campañas han mostrado en su mayoría un buen comportamiento en moneda constante.
 - o Destaca **Perú**, por obtención de licitación de primaria y secundaria, con un crecimiento en ingresos 17 millones de euros en valor absoluto (+125%).
 - o **Brasil** muestra una caída de -33,3% en euros y -7,4 % en moneda local.
- b) **Los sistemas de enseñanza digitales (UNO Y COMPARTIR)** continúan su expansión en Latinoamérica, creciendo un 8% el número de alumnos hasta los 873.064. La facturación total de UNO y COMPARTIR ha alcanzado los 38,7 millones de euros (-11,6%); +15,3% en moneda constante. **Destaca el resultado operativo positivo de UNO** en todos los países donde opera hasta alcanzar los 5,6 M€ (+158%), gracias a la mejora de márgenes operativos y a pesar de las devaluaciones sufridas en dichos países.
- c) **El tipo de cambio** ha tenido un impacto negativo de 42,6 millones de euros en ingresos y de 21,6 millones de euros en EBITDA.

Excluyendo este impacto y ajustado por extraordinarios, los ingresos ajustados crecen un 19,1%.

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:

2016	2015	Var. %
ENERO - MARZO	ENERO - MARZO	

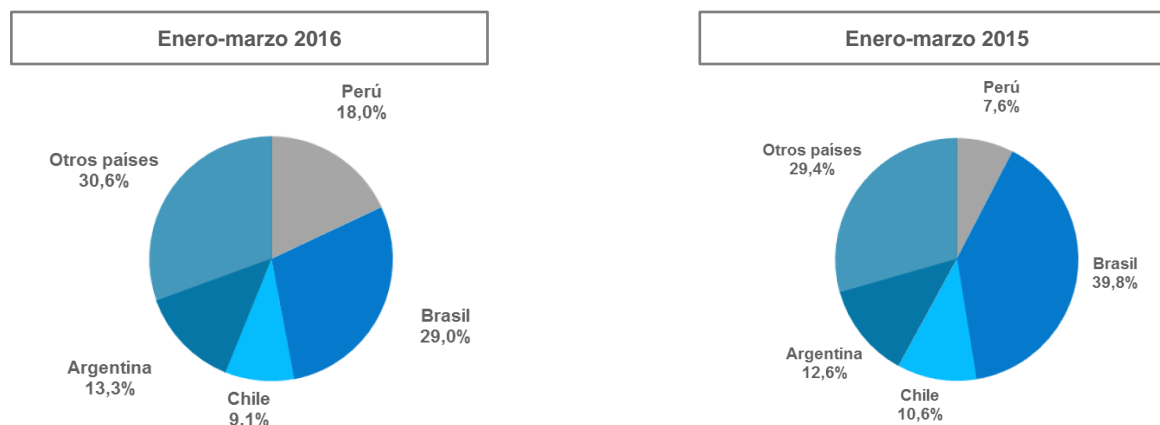
INGRESOS

	2016	2015	Var. %
Total Santillana	168,3	177,1	-5,0%
Educación tradicional y Compartir	152,5	159,4	-4,3%
España*	1,6	1,3	21,9%
Brasil	41,6	62,3	-33,3%
México	0,9	1,4	-33,0%
Otros países	108,5	94,5	14,9%
Sistema UNO	15,8	17,7	-10,8%

Ingresos ajustados a tipo de cambio constante

	2016	2015	Var. %
Total Santillana	210,9	177,1	19,1%
Educación tradicional y Compartir	191,0	159,4	19,8%
España*	1,6	1,3	21,9%
Brasil	57,7	62,3	-7,4%
México	1,1	1,4	-21,2%
Otros países	130,6	94,5	38,3%
Sistema UNO	20,0	17,7	12,7%

*España incluye el Centro Corporativo.

Desglose geográfico de ingresos de educación (%)

c_ Gastos de explotación y capex

Los **gastos de explotación ajustados** descienden un -3,1% en el trimestre hasta alcanzar los 115,5 millones de Euros. A tipo de cambio constante, los gastos aumentan un +14,5%.

En cuanto a las **inversiones**, **Santillana** ha realizado inversiones totales por **13,9** millones de euros en el 1T de 2016 versus 12,2 millones de euros en el 1T de 2015, descendiendo un -13,7% en euros o -37% en moneda constante.

d_ EBITDA

El EBITDA ajustado de educación en el 1T 2016 alcanzó 52,9 millones de euros (-8,7%).

El tipo de cambio ha afectado negativamente en -21,6 millones de euros, por lo que a tipo de cambio constante, el negocio de educación habría alcanzado 74,5 millones de euros, creciendo el EBITDA ajustado un +28,6%.

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:

	2016	2015	Var. %
	ENERO - MARZO	ENERO - MARZO	
EBITDA			
Total Santillana	52,9	57,9	-8,7%
Educación tradicional y Compartir	47,3	55,8	-15,1%
España*	-16,2	-16,0	-1,5%
Brasil	19,3	33,5	-42,4%
México	-6,6	-7,5	11,9%
Otros países	50,9	45,7	11,3%
Sistema UNO	5,6	2,2	158,5%

EBITDA ajustado a tipo de cambio constante

Total Santillana	74,5	57,9	28,6%
Educación tradicional y Compartir	67,6	55,8	21,2%
España*	-16,2	-16,0	-1,5%
Brasil	27,6	33,5	-17,7%
México	-7,5	-7,5	-1,0%
Otros países	63,8	45,7	39,5%
Sistema UNO	6,9	2,2	222,2%

*España incluye el Centro Corporativo.

3_ Negocio de Radio

RADIO Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
Resultados de explotación ajustados			
Ingresos ajustados	64.4	71.1	(9.4%)
España	40.1	42.7	(6.2%)
Latam	24.3	29.0	(16.1%)
Ajustes y Otros	0.0	(0.3)	
EBITDA ajustado	5.1	7.4	(31.5%)
España	2.1	2.4	(15.2%)
Latam	3.6	5.7	(36.9%)
Ajustes y Otros	(0.6)	(0.5)	
% <i>margen ajustado</i>	7.9%	10.5%	
EBIT ajustado	2.7	4.3	(37.2%)
% <i>margen ajustado</i>	4.2%	6.1%	
Resultados de explotación ajustados a tipo constante			
Ingresos ajustados a tipo de cambio constante	69.9	71.1	(1.7%)
España	40.1	42.7	(6.2%)
Latam	29.9	29.0	3.0%
Ajustes y Otros	(0.0)	(0.6)	
EBITDA ajustado a tipo de cambio constante	5.8	7.4	(22.8%)
España	2.1	2.4	(15.2%)
Latam	4.3	5.7	(24.4%)
Ajustes y Otros	(0.6)	(0.7)	
% <i>margen ajustado</i>	8.2%	10.5%	
EBIT ajustado	3.2	4.3	(26.5%)
% <i>margen ajustado</i>	4.5%	6.1%	
Resultados Reportados			
Ingresos	59.9	65.6	(8.8%)
Publicidad	54.5	60.8	(10.3%)
<i>España</i>	35.5	38.2	(6.9%)
<i>Internacional</i>	19.0	22.6	(15.9%)
<i>Otros*</i>	0.0	0.0	(71.5%)
Otros	5.4	4.9	10.5%
Gastos de explotación	57.2	64.0	(10.6%)
EBITDA	2.7	1.7	61.8%
% <i>margen</i>	4.5%	2.5%	
EBIT	0.5	(1.2)	145.8%
% <i>margen</i>	0.9%	-1.8%	
* Incluye Música y Ajustes de consolidación			
Efectos extraordinarios en ingresos			
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	4.5	5.5	
Efectos extraordinarios en gastos			
Indemnizaciones	(0.9)	(3.9)	
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	3.0	3.6	
Efectos extraordinarios en amort. y provs.			
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	0.2	0.3	

A efectos de dar una visión completa del negocio, México y Costa Rica se incluyen las cuentas ajustadas pese a integrarse en las cuentas consolidadas por puesta en equivalencia.

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 4.808 miles de oyentes** (cuota de mercado del 40% 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 20% y el 16% respectivamente.**

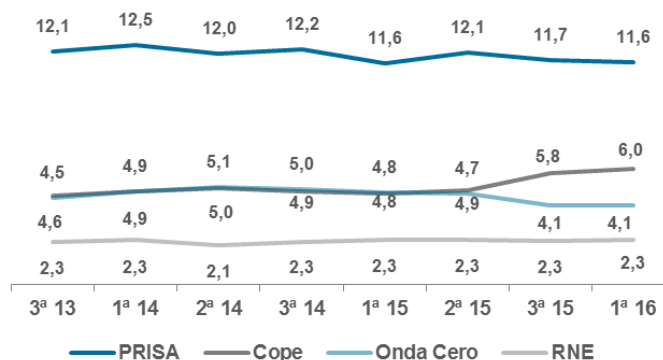
Se detalla a continuación el número de oyentes de las emisoras de Radio en España:

Miles de Oyentes	Oyentes		
	Primera ola 2016	Posición	Cuota
Radio Generalista	4.808	1	40%
Cadena ser	4.808		40%
Radio Musical	6.794	1	47%
40 principales	2.900		20%
Cadena dial	2.305		16%
Radiolé	545		4%
Máxima FM	539		4%
M80	505		4%
Total	11.602		

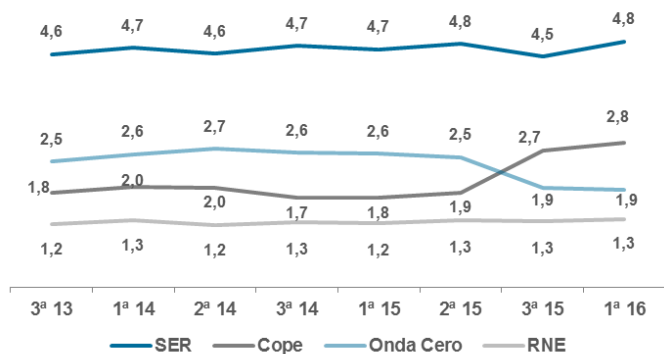
Fuente: EGM Primera Ola 2016.

La 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.

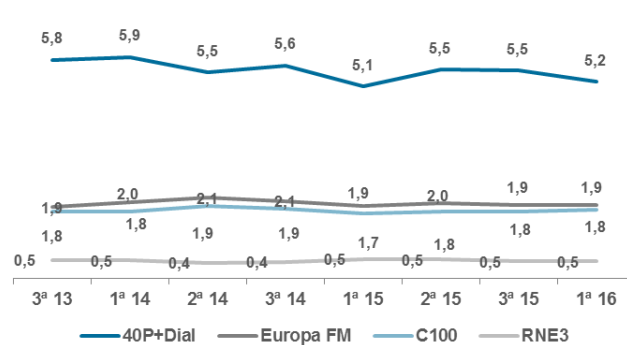
Evolución de la audiencia de Radio en el mercado de España (millones de oyentes)



Cadena Ser



40 principales + Dial

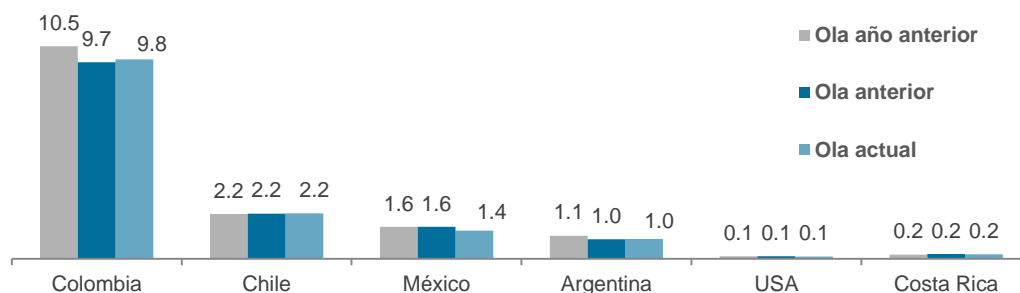


En cuanto a la radio internacional, Prisa Radio mantiene el liderazgo en Colombia y en Chile (cuotas de 35% y 47% respectivamente) y la segunda posición en México (14,5%). El detalle de la posición de mercado de las

principales emisoras de radio internacionales de se detalla a continuación según la última información disponible (Marzo de 2016):

Miles de Oyentes	Oyentes		
	Primera ola 2016	Posición	Cuota
Colombia	9.839	1	35%
Chile	2.241	1	47%
Mexico	1.343	2	14,5%

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 en el 1T 2016

b_ Ingresos de explotación

En el 1T 2016, **los ingresos ajustados de la radio** alcanzaron los **64,4 millones de euros**, lo que supone una caída del -9,4% comparados con los ingresos del mismo periodo año anterior. Esta caída se debe al peor comportamiento de España afectada por Semana Santa y a la caída de ingresos en LatAm afectados por tipo de cambio pero **mostrando crecimiento en moneda local**.

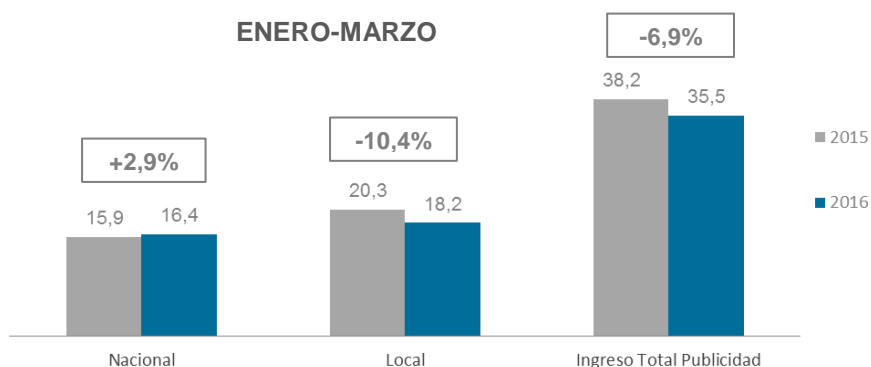
Colombia supone el 50% de los ingresos de la unidad en Latinoamérica y casi el 20% de los ingresos totales y ha registrado un crecimiento del 4,1% en moneda constante en el 1T 2016.

El impacto de los tipos de cambio, ha sido negativo en -5,5 millones de euros en ingresos y en -0,7 millones en EBITDA.

Ingresos de Radio por origen geográfico:

- a) **España:** Los ingresos ajustados (sin incluir Música e incluyendo Servicios Centrales) de Radio en España alcanzan 40,1 millones de euros en el 1T 2016 (-6,2 % versus el 1T 2015).

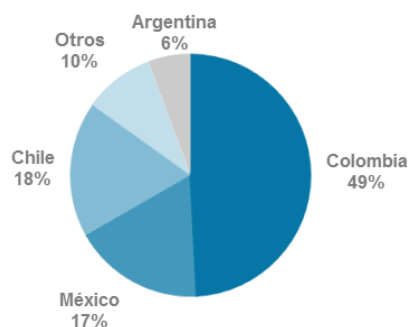
Los ingresos publicitarios totales de España alcanzan los 35,5 millones de euros y disminuyen un -6,9%. La publicidad en cadena crece un 2,9% mientras que la local disminuye un -10,4%. Este trimestre se ha visto afectado por Semana Santa. En abril, este impacto se revierte.



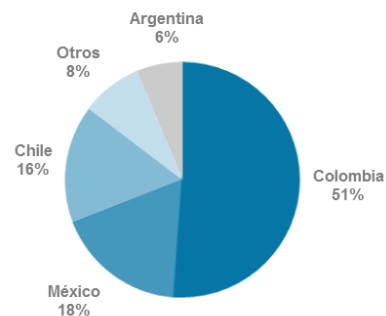
- b) **Internacional:** Los ingresos ajustados de Radio Internacional, incluyendo México y Costa Rica, alcanzan **24,3 millones de euros** en el 1T 2016 (-16,1% versus el 1T 2015) afectados por la volatilidad de las monedas. A tipo de cambio constante los ingresos crecen un +3%.

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

Enero – marzo 2016



Enero – marzo 2015



c_ Gastos de explotación y capex

Los gastos de explotación ajustados en el 1T 2016 se han reducido respecto al 1T 2015 (-6,9%); -0,8% a tipo de cambio constante.

En cuanto a las inversiones, Radio ha realizado inversiones de 0,9 millones de euros en el 1T 2016 frente a 0,7 en el 1T 2015.

d_ EBITDA

El **EBITDA** ajustado de Radio ha sido de 5,1 millones de euros en el 1T 2016, comparado con 7,4 millones en el 1T 2015 (-23%).

e_ Desarrollo Digital

Durante el 1T 2016, ha continuado el fuerte crecimiento de los navegadores únicos a las páginas web internacionales de radio del Grupo (datos a marzo de 2016, últimos disponibles): los navegadores únicos a las páginas web de Radio en España alcanzan 11,9 millones de media. En cuanto a la Radio Internacional, los navegadores únicos según Omniture crecen un 26% y alcanzan 19 millones de media. En total, los navegadores únicos de Prisa Radio alcanzan 31 millones y crecen un 13,4%.

4_ Negocio de Prensa

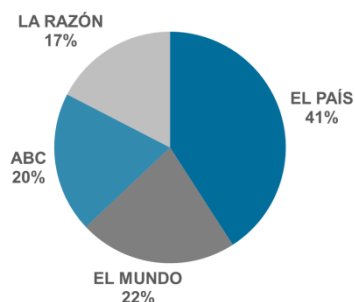
PRENSA Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
Resultados de explotación ajustados			
Ingresos ajustados	57,2	56,0	2,3%
<i>Publicidad</i>	23,8	22,9	3,8%
<i>Circulación</i>	23,4	24,4	(4,1%)
<i>Promociones y otros</i>	10,1	8,7	15,8%
EBITDA ajustado	1,4	(0,7)	---
<i>% margen ajustado</i>	2,4%	-1,3%	
EBIT ajustado	(1,0)	(3,7)	73,2%
<i>% margen ajustado</i>	-1,7%	-6,5%	
Resultados de explotación ajustados a tipo constante			
	2016	2015	Var. %
Ingresos ajustados a tipo de cambio constante	57,5	56,0	2,7%
EBITDA ajustado	1,1	(0,7)	---
<i>% margen ajustado</i>	1,9%	-1,3%	
EBIT ajustado	(1,3)	(3,7)	64,3%
<i>% margen ajustado</i>	-2,3%	-6,5%	
Resultados Reportados			
	2016	2015	Var. %
Ingresos	57,2	56,0	2,3%
<i>Publicidad</i>	23,8	22,9	3,8%
<i>Circulación</i>	23,4	24,4	(4,1%)
<i>Promociones y otros</i>	10,1	8,7	15,8%
Gastos de explotación	56,7	59,9	(5,4%)
EBITDA	0,5	(3,9)	113,6%
<i>% margen</i>	0,9%	-7,0%	
EBIT	(1,8)	(6,9)	73,2%
<i>% margen</i>	-3,2%	-12,2%	
	2016	2015	Var. %
Efectos extraordinarios en ingresos	0,0	0,0	
Efectos extraordinarios en gastos	-0,8	-3,2	
Indemnizaciones	-0,8	-3,2	
Efectos extraordinarios en amort. y provs.	0,0	0,0	

a_ Posición de mercado

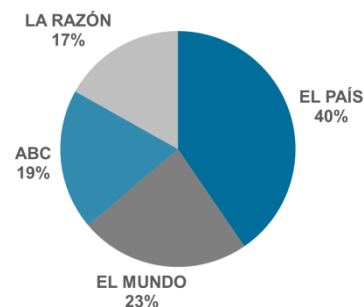
El País mantiene su posición de liderazgo absoluto en España, con una media anual de cuota de mercado del 41% según los últimos datos disponibles de OJD (marzo 2016).

Posición de mercado del negocio de prensa de PRISA

Enero – marzo 2016



Enero – marzo 2015



Fuente: OJD marzo 2016, último dato disponible

Posición de mercado digital de prensa de PRISA

- En términos de usuarios únicos**, según comScore en prensa en el 1T 2016 se han alcanzado los 19,1 millones (marzo 2016, últimos datos disponibles), El País mantiene su posición de liderazgo, alcanzando la cifra de 12,9 millones de usuarios promedio mensual. Adicionalmente en prensa deportiva, As mantiene una segunda posición frente a Marca, alcanzando 5,9 millones de usuarios únicos en promedio mensual en el 1T 2016. Según ComScore, El País ocupa la sexta posición en España en términos de Usuarios Únicos, (después de Google y Youtube y antes de Yahoo o el Mundo). En cuanto al ranking mundial, la posición que ocupa el país es la 17ª, siendo las primeras posiciones ocupadas por medios chinos, americanos y británicos.

España PC+ Móvil Marzo 2016		Usuarios		
Ranking	Total Internet -PC+Móvil	únicos	YoY	Alcance % YoY p.p.
1	Google	30.386	5%	100%
2	YOUTUBE.COM	26.419	22%	87%
3	FACEBOOK.COM	23.722	12%	78%
4	ANDROID.COM	20.755	20%	68%
5	MSN	17.809	31702%	59%
6	ELPAIS.COM	15.081	5%	50%
7	Yahoo	14.948	6%	49%
8	BLOGSPOT.COM.ES	14.447	23%	48%
9	ELMUNDO.ES	14.151	5%	47%
10	LIVE.COM*	12.581	19%	41%

PC Mundial marzo 2016		Usuarios		
Ranking	Total Internet -PC	únicos	YoY	Alcance % YoY p.p.
	Total New spapers	1.911.665	5%	
1	XINHUANET.COM	753.248	-2%	39%
2	PEOPLE.COM.CN	90.362	0%	5%
3	CANKAOXIAOXI.COM	66.253	-15%	3%
4	DAILYMAIL.CO.UK	55.769	254%	3%
5	CHINA DAILY.COM.CN	47.362	-16%	2%
6	NYTIMES.COM*	45.579	-37%	2%
7	THEGUARDIAN.COM	43.528	-2%	2%
8	WASHINGTONPOST.COM	39.624	-9%	2%
9	TELEGRAPH.CO.UK	31.303	11%	2%
10	INDEPENDENT.CO.UK	26.290	-12%	1%
17	ELPAIS.COM	13.452	-12%	1%
>23	ELMUNDO.ES	10.394	-14%	1%
	ABC.ES	7.504	-20%	0%

b_ Ingresos de explotación

El área de prensa ha aumentado sus ingresos en un **+2,3% en el 1T 2016** alcanzando los 57,2 millones de euros. La mejora de la publicidad y de promociones compensa la caída de la circulación.

Los ingresos de publicidad alcanzan los 23,8 millones de euros, creciendo un **+3,8%** (El País, +4%; AS, +17,8%):

- Los ingresos de publicidad digital crecieron un **+26,1%** en el periodo y representan ya el **40,4%** del total de ingresos publicitarios de la división.
- Los ingresos de publicidad no digital registran una caída del **-5,6%**.
- Los eventos que se han realizado en el periodo son menores al mismo periodo del año anterior (**-0,3** Millones de euro)

Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
Publicidad	23,8	22,9	3,8%
No digital	13,7	14,5	(5,6%)
Digital	9,6	7,6	26,1%
Eventos	0,5	0,8	(36,2%)
<i>Ajustados por patrocinios de publicidad</i>			

Los ingresos por circulación alcanzan los **23,4 millones**. Se observa una menor caída (**-4,1%**) explicada por la subida de precios que se llevó a cabo en el 1T 2015 que afecta positivamente a la comparativa.

En cuanto a la circulación de ejemplares impresos, la evolución por periódico según los últimos datos disponibles (OJD marzo 2016) es la siguiente:

	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
El País	212.997	234.572	-9%
As	125.104	132.842	-6%

Promociones y otros ha crecido un **15,8%** debido principalmente a una mejora en la venta de promociones y colecciones.

c_ Gastos de explotación y Capex

Los gastos de explotación descienden un **-1,5%** durante en el 1T 2016. Las indemnizaciones no llegan al millón de euros (0,8) frente a los 3,2 millones de euros en el 1T 2015.

El Capex de la unidad de Prensa ha sumado un total de 0,8 millones de euros durante el en el 1T 2016 frente a 0,4 millones de euros en el 1T 2015.

d_ EBITDA

El EBITDA ajustado mejora sustancialmente, explicado por la mejora de los ingresos y el control de costes. En el 1T 2015 era negativo en **-0,7 millones de euros** y en el 1T 2016 alcanza los **1,4 millones**.

e_ Desarrollo Digital

- **Los ingresos de publicidad digital crecen un +26,1%** y representan ya un 40% de los ingresos publicitarios de la división.

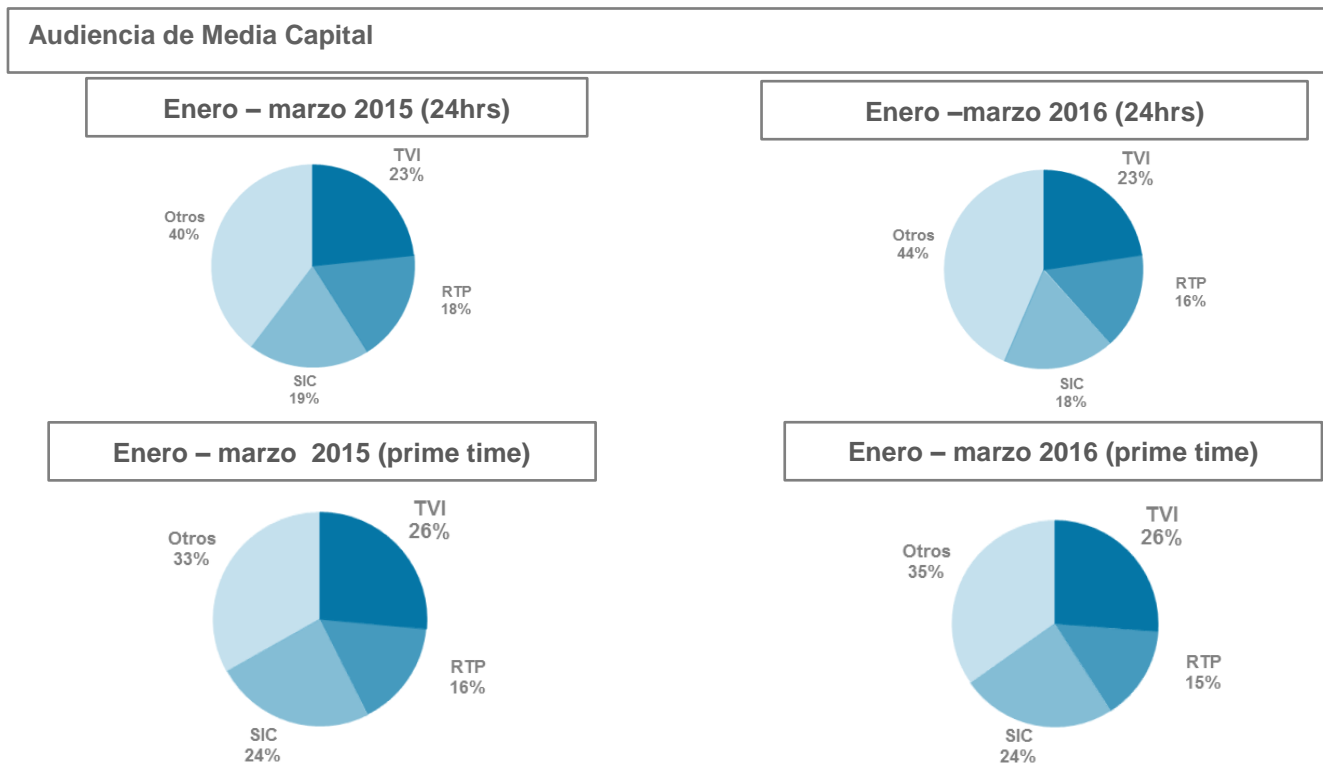
Los navegadores únicos de El País.com crecieron un + 11% en el 1T 2016, alcanzando 56,7 millones de media.

5_ Media Capital

MEDIA CAPITAL Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
Resultados de explotación ajustados			
Ingresos ajustados	39,0	37,9	2,9%
EBITDA ajustado	6,2	6,2	(0,3%)
% margen ajustado	15,8%	16,3%	
EBIT ajustado	4,1	4,4	(5,6%)
% margen ajustado	10,6%	11,6%	
Resultados Reportados			
Ingresos	39,0	37,9	2,9%
Publicidad	25,8	23,7	8,6%
Otros	13,3	14,2	(6,6%)
Gastos de explotación	33,3	32,4	2,9%
EBITDA	5,8	5,6	3,2%
% margen	14,8%	14,7%	
EBIT	3,7	3,8	(1,3%)
% margen	9,6%	10,0%	
Efectos extraordinarios en gastos			
Indemnizaciones	(0,4)	(0,6)	

a_ Posición de mercado

TVI mantiene el liderazgo en 24 horas y prime time, alcanzando una audiencias medias diarias de 23% y 26%, respectivamente, sobre el total de Televisión.



Fuente: Gfk marzo 2016
 Nota: *RTP incluye RTP1 y RTP2
 *Otros incluye TV de pago

La cuota de audiencia consolidada de Radio de Media Capital alcanza el 33,4% (22,9% en radio comercial) en el promedio anual de audiencias del 1T 2016.

La radio de Media Capital se mantiene número uno en el ranking en el año. El promedio del 1T de 2016 de los productos de Media Capital Radio desglosado por cadenas es el siguiente:

- **Radio Comercial** mantiene el liderazgo del mercado con un share del 22,9%
- **M80**, la cadena de radio musical, mejora su audiencia alcanzando el 6,1%
- **Cidade FM** mantiene el liderazgo entre radios para jóvenes, tiene una audiencia del 3%

b_ Ingresos de explotación

Media Capital registró en el 1T 2016, unos ingresos de 39 millones de euros (+3% respecto a en el 1T 2015):

- ✓ La **publicidad** registra en el trimestre un crecimiento del 8,6%.
- ✓ Los **otros ingresos** registran una caída del 6,6%. La caída de las llamadas de valor añadido ha sido parcialmente compensada con la mayor distribución de canales en plataformas de pago. **TVI** lanzó en octubre **los canales de TVI África** (Multichoice - Angola y Mozambique) y **TVI Reality** (NOS - Portugal), aumentando así la presencia del Grupo en la televisión de pago en Portugal y en plataformas internacionales.

Por negocios,

- ✓ **TVI** alcanzó en el 1T 2016 unos ingresos de 32,4 millones de euros versus 31,3 millones en el 1T 2015 (+3,7%). El crecimiento del 8,2% en publicidad y los mayores ingresos por distribución de canales a terceros compensan la continuada caída de llamadas de valor añadido
- ✓ El negocio de **Radio de Media Capital** muestra un crecimiento en ingresos del +14,7% (+13% en publicidad).

c_ Gastos de explotación y Capex

Los gastos de explotación ajustados se redujeron en un -4,6% en el 1T 2016. Media Capital mantiene un capex de 0,3 millones de euros en el 1T 2016 versus 1 millón en el 1T 2015.

d_ EBITDA

El EBITDA ajustado se mantiene en 6,2 Millones de euros.

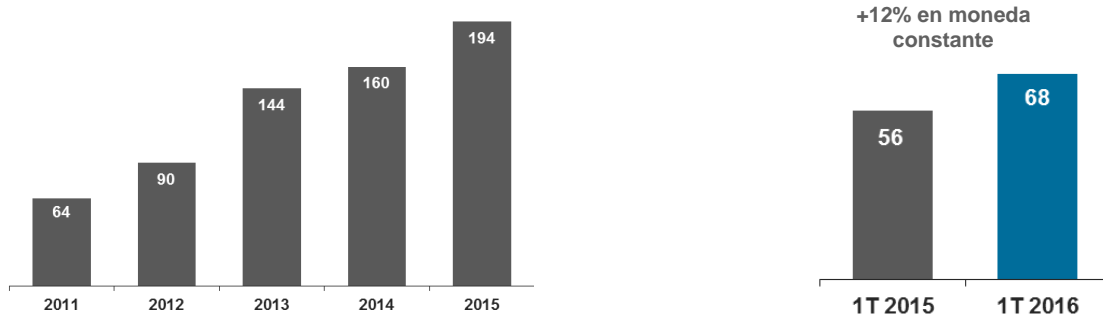
e_ Desarrollo digital

- Los ingresos de publicidad digitales alcanzan 0,8 millones de euros en el 1T 2016, siendo el 2,5% de los ingresos totales.
- Los navegadores únicos de las páginas web de Media Capital crecieron un +13%, alcanzando 7 millones de media a marzo de 2016 (últimos datos disponibles según Netscope).

6_ Ingresos de Transformación Digital

Los ingresos de transformación en el grupo, comparados con el 1T 2015, se incrementan un **+0,7%** en el año hasta alcanzar los 56,7 millones de euros (68 millones a TC constante).

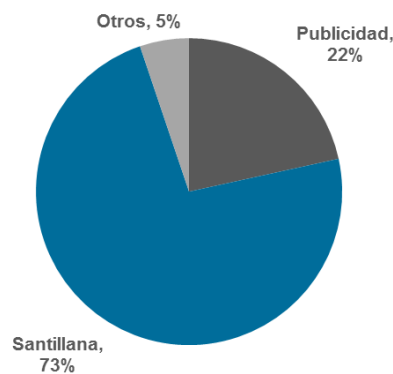
Su crecimiento desde el 2007 se muestra a continuación:



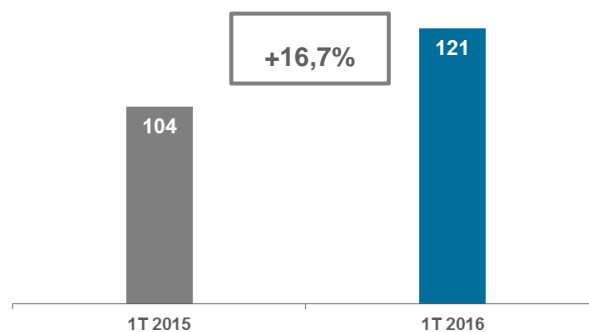
Los Sistemas de Educación Digitales (UNO y Compartir), continúan su desarrollo incrementando el número de alumnos en Latinoamérica llegando a los 873.064 (+8%). Sus ingresos en moneda constante crecen +15,3%.

La publicidad digital aumenta un **+26,7%** en el año, hasta alcanzar los 12,2 millones de euros en el trimestre: En el negocio de prensa, la publicidad digital sigue creciendo y representa ya un **40%** de los ingresos publicitarios.

El desglose de los ingresos de transformación es:



La media mensual de navegadores únicos del Grupo crece un 16,7% en el 1T 2016, alcanzando los 121,3 millones.



7_ De EBIT a Resultado Neto

Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
EBIT	39,0	32,9	18,8
Margen EBIT	12,0%	9,8%	
Resultado Financiero	(7,5)	(13,3)	43,6
Gastos por intereses de financiación	(16,8)	(27,5)	38,9
Otros resultados financieros	9,3	14,3	(34,6)
Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones	0,7	0,8	(19,0)
Resultado antes de impuestos	32,2	20,4	57,9
Impuesto sobre sociedades	13,7	5,6	144,4
Resultado de operaciones en discontinuación	0,1	0,6	(91,3)
Resultado atribuido a socios externos	5,6	6,8	(16,6)
Resultado Neto	13,0	8,7	n.a

a_ Resultado financiero:

Durante en el 1T 2016 se han registrado menores **gastos por intereses de financiación** por importe de 10,7 millones de euros como consecuencia de la reducción de deuda.

Los **otros resultados financieros** mejoran en 6 millones de euros. Los menores gastos de formalización de deuda y el menor gasto por la actualización del dividendo de DLJ respecto al 1T 2015 (por la evolución del euro/dólar) compensan las menores quitas respecto al 1T 2015 y los menores ingresos por la venta de Mediaset.

b_ El resultado por puesta en equivalencia

Los resultados por puesta en equivalencia incluyen los resultados de Radio México y Costa Rica, en el 2016 y en el 2015.

c_ Impuesto de sociedades

El impuesto sobre sociedades registra un gasto por impuestos de 13,7 millones de euros frente a 5,6 millones en 2015. El incremento se explica fundamentalmente por la estacionalidad en Santillana.

d_ El resultado de operaciones de discontinuación

Este epígrafe recoge el resultado derivado de las operaciones de DTS (Canal+) hasta la aprobación administrativa de la operación de venta del 56% del Grupo Prisa en la compañía.

e_ El resultado atribuido a socios externos

Corresponde a las participaciones de los socios minoritarios de Santillana y Prisa Radio.

8 Posición Financiera

a Estado de flujos de efectivo

Millones de €	Mar	Mar	Var. 16/15	
	2016	2015	Abs.	Rel
EFFECTIVO Y OTROS MEDIOS LÍQUIDOS EQUIVALENTES AL INICIO	319,0	152,4	166,6	109,3%
EBITDA (excluyendo indemnizaciones) - provisiones	61,8	64,2	-2,4	-3,7%
EBITDA (excluyendo indemnizaciones)	58,1	65,7	-7,6	-11,5%
Provisiones	3,7	-1,5	5,2	---
Variación del circulante	9,9	-6,1	16,0	---
Pago de indemnizaciones	-3,6	-9,2	5,6	60,7%
Pago de impuestos	-5,7	-13,4	7,7	57,3%
Otros flujos de las actividades de explotación	-0,4	1,9	-2,3	---
CASH FLOW OPERATIVO	62,0	37,4	24,6	65,7%
Capex (inversiones/ desinversiones)	-10,7	-14,3	3,6	25,1%
Capex	-16,0	-14,3	-1,7	-11,6%
Desinversiones	5,3	0,0	5,3	---
CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN	51,3	23,1	28,2	122,0%
Inmovilizado financiero	68,7	182,8	-114,2	-62,4%
CASH FLOW DE INVERSIÓN	68,7	182,8	-114,2	-62,4%
Operaciones de capital y otras emisiones	-0,5	0,0	-0,5	---
Pago de intereses	-12,5	-16,0	3,6	22,3%
Pago de dividendos	0,0	-0,8	0,8	100,0%
Cobro de dividendos	0,0	5,7	-5,7	-100,0%
Disposición/ amortización de deuda con entidades de crédito	-88,6	-44,6	-44,0	-98,5%
Otros flujos de las actividades de financiación	-0,1	0,6	-0,7	---
CASH FLOW DE FINANCIACIÓN	-101,6	-55,3	-46,4	-83,9%
Efecto del tipo de cambio, efecto perímetro y otros	-2,5	-2,7	0,1	4,9%
GENERACIÓN/ NECESIDAD DE TESORERÍA (CASH FLOW)	15,8	148,0	-132,2	-89,3%
EFFECTIVO Y OTROS MEDIOS LÍQUIDOS EQUIVALENTES AL FINAL	334,8	300,4	34,4	11,4%

Capex

Millones de €	Mar 2016	Mar 2015	Var. 16/15
Santillana	-13,9	-12,2	-1,7
Radio	-0,9	-0,7	-0,2
Prensa	-0,8	-0,4	-0,4
Media Capital	-0,3	-1,0	0,7
Otros	-0,1	-0,1	-0,1
Capex (inversión)	-16,0	-14,3	-1,7
Capex (desinversión) *	5,3	0,0	5,3
Total GRUPO PRISA	-10,7	-14,3	3,6

* Venta del catálogo Nova/ Lirics.

Inmovilizado financiero

El inmovilizado financiero en el 1T 2016 incluye 65 millones por la cancelación de depósitos y 7 millones correspondientes a la resolución favorable de uno de los ajustes pendientes de la venta de Canal+.

En 2015, este epígrafe incluía 162 millones procedentes de la venta de Mediaset y 20 millones de cancelación de depósitos.

Pago de intereses

La variación del pago de intereses en Prisa respecto a 2015 es consecuencia de la bajada del nivel de endeudamiento, gracias a las amortizaciones de deuda llevadas a cabo con las entradas de fondos procedentes de las ventas de activos y ampliaciones de capital.

Disposición/amortización de deuda

En 2016 se recoge, entre otros, la amortización de deuda con los fondos procedentes de la venta de Canal+ y en 2015 se recoge la amortización de deuda con los fondos procedentes de la venta de Mediaset.

b_Posición financiera bancaria total

Millones de €	Mar 2016	Dic. 2015	Var. 16/15 Abs.	Dic. 2014
- Deudas con entidades de crédito	1.920,7	2.008,5	-87,8	2.754,3
Inversiones financieras corrientes	-16,3	-78,1	61,8	-127,9
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	-334,8	-319,0	-15,8	-152,4
Gastos de formalización	42,0	48,3	-6,3	108,3
DEUDA BANCARIA TOTAL	1.611,6	1.659,7	-48,1	2.582,2

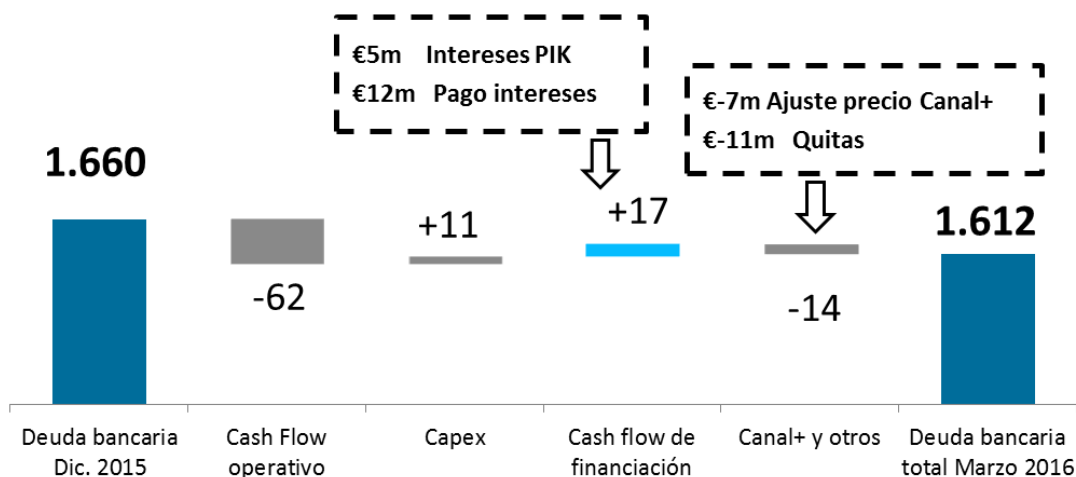
Los "Gastos de formalización" de la deuda financiera se presentan en el balance de situación minorando la deuda con entidades de crédito. Dichos gastos se imputan a la cuenta de resultados en un plazo similar al del vencimiento de la deuda asociada.

El desglose de la deuda neta bancaria a 31 de marzo de 2016 por Compañía es el siguiente:

Millones de €	Mar 2016	Dic. 2015	Var. 16/15 Abs.
Prisa Holding	1.458,4	1.483,6	-25,2
- Deudas con entidades de crédito	1.732,8	1.800,0	-67,3
Tramo 2	956,5	956,5	0,0
Tramo 3	205,9	275,4	-69,5
PPL	531,3	534,4	-3,1
Deuda subordinada	31,9	31,1	0,8
Otros	7,1	2,5	4,6
- Caja e IFT*	-274,3	-316,4	42,1
Santillana	44,9	64,3	-19,3
Radio	-5,7	-2,8	-2,8
Prensa	-13,8	-13,0	-0,7
Media Capital	112,3	112,7	-0,4
Otros	15,3	15,0	0,4
DEUDA BANCARIA TOTAL	1.611,6	1.659,7	-48,1

*Se excluye la cuenta pendiente de cobro por la operación de venta de Canal+ (36,3 M€ a 31 de diciembre de 2015 y 29,2 M€ a 31 de marzo de 2016)

La evolución de la deuda neta bancaria ajustada de Grupo Prisa es la mostrada a continuación:



9_Anexo

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_ Entorno de mercado

1_Balance de Situación

Millones de euros	ACTIVO	
	31/03/2016	31/12/2015
ACTIVO NO CORRIENTE	1.341,2	1.336,7
Inmovilizado material	125,3	127,9
Fondo de comercio	580,0	577,3
Inmovilizado inmaterial	127,0	129,1
Inversiones financieras no corrientes	31,1	30,9
Sociedades puestas en equivalencia	40,1	42,8
Activos por impuestos diferidos	434,2	425,2
Otros activos no corrientes	3,5	3,6
ACTIVOS CORRIENTES	936,6	1.026,6
Existencias	149,9	153,5
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	406,4	439,6
Inversiones financieras corrientes	45,6	114,5
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	334,8	319,0
TOTAL ACTIVO	2.277,9	2.363,4
Millones de euros	PASIVO	
	31/03/2016	31/12/2015
PATRIMONIO NETO	(382,1)	(394,6)
Capital suscrito	235,0	235,0
Reservas	(696,8)	(701,8)
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	13,0	5,3
Socios Externos	66,8	66,9
PASIVOS NO CORRIENTES	2.093,9	2.176,5
Deudas con entidades de crédito	1.836,4	1.907,8
Otros pasivos financieros no corrientes	126,1	131,8
Pasivos por impuestos diferidos	32,6	36,5
Provisiones	58,0	59,7
Otros pasivos no corrientes	40,8	40,7
PASIVOS CORRIENTES	566,1	581,5
Deudas con entidades de crédito	84,3	100,8
Otros pasivos financieros corrientes	28,8	23,1
Acreedores comerciales	265,1	296,1
Otras deudas corrientes	148,8	138,8
Ajustes por periodificación	39,2	22,8
TOTAL PASIVO	2.277,9	2.363,4

2_ Datos Financieros Acumulados por Unidad de Negocio

a_ Desglose de ingresos ajustados

a1_ Detalle de ingresos ajustados por U.N

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN AJUSTADOS	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
Millones de euros			
Media Capital	39,0	37,9	2,9
Educación - Editorial	168,3	177,1	(5,0)
España y Portugal	1,6	1,3	25,7
Latam y USA	166,7	175,8	(5,2)
Radio	64,4	71,1	(9,4)
Radio España	40,1	42,7	(6,2)
Radio Internacional	24,3	29,0	(16,1)
Música	2,2	1,6	35,2
Ajustes de consolidación	(2,2)	(2,2)	1,6
Prensa	57,2	56,0	2,3
El País	42,0	40,0	5,2
AS	11,5	11,5	(0,2)
Otros	3,7	4,5	(17,3)
Otros y ajustes de consolidación	0,1	(0,2)	129,4
Prisa Brand Solutions	5,1	4,9	5,1
Otros***	(5,1)	(5,1)	0,4
TOTAL	329,1	341,9	(3,8)

*** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

Radio internacional incluye México y Costa Rica.

a2_ Detalle de ingresos ajustados por concepto

Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
Total ingresos de explotación ajustados	329,1	341,9	(3,8)
Publicidad	102,5	105,8	(3,1)
Libros y formación	164,3	174,5	(5,8)
Periódicos y revistas	23,4	24,4	(4,1)
Other revenues	38,8	37,3	4,1
Promociones	6,5	5,8	11,4
Producción audiovisual	7,7	5,9	31,7
Other revenues and adjustments	24,9	25,6	(2,7)
Efectos extraordinarios en ingresos	(4,5)	(5,5)	
Ajuste perímetro radio Méjico y Costa Rica	(4,5)	(5,5)	

b_ Desglose de ingresos publicitarios ajustados

b1_ Detalle de publicidad ajustada por zona geográfica

PUBLICIDAD AJUSTADA	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
Millones de euros			
Media Capital	25,8	23,7	8,6
Radio	58,9	66,2	(11,0)
Radio España	35,5	38,2	(6,9)
Radio Internacional	23,4	28,0	(16,4)
Música	0,0	0,0	(6,9)
Ajustes de consolidación	(0,0)	(0,0)	-
Prensa	23,8	22,9	3,8
El País	17,1	16,4	4,0
AS	4,7	4,0	17,8
Otros	2,0	2,5	(20,1)
Otros y Ajustes de consolidación	(1,6)	(1,7)	4,9
TOTAL	106,9	111,1	(3,8)

* 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.

Radio internacional incluye México y Costa Rica.

c_ Desglose de gastos de explotación ajustados
c1_ Detalle de gastos de explotación ajustados por U.N

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

GASTOS DE EXPLOTACIÓN AJUSTADOS	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
Millones de euros			
Media Capital	32,9	31,8	3,5
Educación - Editorial	115,5	119,2	(3,1)
España y Portugal	17,9	18,4	(2,6)
Latam y USA	97,5	100,8	(3,2)
Radio	59,3	63,7	(6,9)
Radio España	38,0	40,3	(5,7)
Radio Internacional	20,7	23,3	(11,1)
Música y otros	2,8	2,3	19,8
Ajustes de consolidación	(2,2)	(2,2)	1,6
Prensa	55,9	56,7	(1,5)
El País	42,0	41,8	0,5
AS	10,9	11,0	(0,9)
Otros	2,9	3,9	(25,6)
Otros y ajustes de consolidación	5,9	2,6	125,6
Prisa Brand Solutions	4,9	4,3	13,9
Otros***	1,0	(1,7)	161,1
TOTAL	269,4	274,0	(1,7)

*** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

Radio internacional incluye México y Costa Rica.

*** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

c2_ Detalle de gastos de explotación ajustados por concepto

Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2016	2015	Var. %
Total gastos de explotación ajustados	269,4	274,0	(1,7)
Compras y consumos	54,0	51,5	4,9
Servicios exteriores	118,2	121,8	(2,9)
Gastos de personal	94,3	96,9	(2,7)
Otros gastos de explotación	(3,1)	(3,3)	6,5
Efectos extraordinarios en gastos	6,1	13,8	
Redundancias contractors	3,0	9,9	
Indemnizaciones	0,2	0,3	
Ajuste perímetro radio Méjico y Costa Rica	3,0	3,6	

d_ Desglose de EBITDA ajustado

EBITDA AJUSTADO	ENERO - MARZO			MARGEN	
	2016	2015	Var. %	2016	2015
Millones de euros					
Media Capital	6,2	6,2	(0,3)	15,8%	16,3%
Educación - Editorial	52,9	57,9	(8,7)	31,4%	32,7%
España y Portugal	(16,3)	(17,1)	4,7		
Latam y USA	69,2	75,0	(7,8)		
Radio	5,1	7,4	(31,5)	7,9%	10,5%
Radio España	2,1	2,4	(15,2)		
Radio Internacional	3,6	5,7	(36,9)		
Música y otros	(0,6)	(0,7)	17,7		
Prensa	1,4	(0,7)	-	2,4%	(1,3%)
El País	0,0	(1,8)	100,2		
AS	0,5	0,4	16,9		
Otros	0,9	0,7	32,3		
Otros y ajustes de consolidación	(5,8)	(2,8)	(106,8)	(9543,1%)	1355,1%
Prisa Brand Solutions	0,2	0,6	(59,0)		
Otros***	(6,1)	(3,4)	(78,3)		
TOTAL	59,7	68,0	(12,19)	18,1%	19,9%

*** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

Radio internacional incluye México y Costa Rica.

e_ Desglose de EBIT ajustado

EBIT AJUSTADO	ENERO - MARZO			MARGEN	
	2016	2015	Var. %	2016	2015
Millones de euros					
Media Capital	4,1	4,4	(5,6)	10,6%	11,6%
Educación - Editorial	45,0	44,5	1,1	26,8%	25,2%
España y Portugal	(16,7)	(17,5)	4,8		
Latam y USA	61,7	62,0	(0,5)		
Radio	2,7	4,3	(37,2)	4,2%	6,1%
Radio España	0,5	0,5	(12,8)		
Radio Internacional	2,8	4,6	(38,2)		
Música y otros	(0,6)	(0,8)	26,5		
Prensa	(1,0)	(3,7)	73,2	(1,7%)	(6,5%)
El País	(1,3)	(3,6)	63,6		
AS	0,1	0,0	-		
Otros	0,2	(0,0)	-		
Otros y ajustes de consolidación	(7,4)	(4,9)	(51,9)	(12146,0%)	2348,1%
Prisa Brand Solutions	0,2	0,6	(66,4)		
Otros***	(7,6)	(5,4)	(39,9)		
TOTAL	43,5	44,7	(2,70)	13,2%	13,1%

*** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

Radio internacional incluye México y Costa Rica.

4_ Otros Hechos Significativos

a_ Emisión de bonos obligatoriamente convertibles

El 1 de abril de 2016, la Junta General de PRISA aprobó un acuerdo con algunos de sus principales acreedores para llevar a cabo una emisión de bonos necesariamente convertibles en acciones ordinarias de PRISA (la “Emisión”) mediante el canje de deuda financiera de la Compañía por un importe mínimo de 100.185.050 € y máximo de 150.000.000 €. Los bonos tendrán una duración de dos años y un precio unitario de conversión de 10 € por acción de PRISA. Las actuaciones deberán llevarse a cabo con anterioridad al día 30 de abril de 2016.

La Emisión de los bonos, se dividirá en dos tramos distintos:

- Un “Tramo A” por un importe total de 32.099.050 €, dirigido exclusivamente a los Acreedores Bancarios, que comprometen su suscripción total mediante la capitalización de préstamos por importe de 12.878.070 € en el caso de HSBC, 9.610.480 € en el caso de las Filiales del Banco Santander y 9.610.500 € por parte de CaixaBank.
- Un “Tramo B” por un importe total de 117.900.950 €, dirigido a los titulares de préstamos participativos (“PPLs”) de la Compañía en virtud del contrato de financiación sindicada suscrito por PRISA con fecha 11 de diciembre de 2013. La suscripción de dicho tramo estaría comprometida por HSBC en un importe de 68.086.000 €, si bien el importe a suscribir por la referida entidad se vería reducido en caso de que existieran otros acreedores interesados en canjear sus respectivos préstamos en la Emisión por un importe conjunto superior a 49.814.950 € (distribuyéndose en tal caso los bonos emitidos en virtud del “Tramo B” de manera proporcional entre las entidades suscriptoras).
- A la fecha los acuerdos están en proceso de ejecución; se completarán en el segundo trimestre del año.

b_ Recompra de deuda con descuento

El día 1 de febrero de 2016 se cerró una subasta inversa dirigida a sus entidades acreedoras, habiendo acordado la Sociedad la recompra de un importe total de 65.944.698,40 € de deuda, con un descuento medio de 0,1602€ por euro (esto es, a un precio medio del 83,98%) y un descuento total de 10.564.037,9 €.

Los fondos utilizados para dicha subasta provienen de la venta de acciones de DTS, Distribuidora de Televisión Digital, S.A., realizada el 30 de abril de 2015. Esta recompra se suma a las subastas anunciadas desde el pasado año 2015, por lo que PRISA ha amortizado deuda por un total de 1.676.674.645 € desde la firma del contrato de refinanciación de PRISA en diciembre de 2013.

c_ Adquisición de NORMA (Educación)

El día 2 de marzo de 2016, Grupo Santillana Educación Global, S.L. (Santillana), compañía del grupo PRISA dedicada al área de educación, formalizó un acuerdo con Carvajal, S.A. para la compra del negocio de educación de esta última por un precio de COP 60.000.000.000 (equivalente aproximadamente a 16.800.000 euros de acuerdo con el tipo de cambio del día de ayer), que se ajustará en función de ajustes habituales en este tipo de operaciones.

La operación está condicionada, entre otras, a la obtención de las autorizaciones pertinentes en materia de competencia.

La operación consiste en la compra de las acciones que posee Carvajal S.A. en las sociedades que se dedican al negocio de educación en Colombia, Argentina, Chile, Guatemala, México, Perú, Puerto Rico y Ecuador, así como la transferencia de ciertas marcas vinculadas al negocio y la concesión de una licencia sobre marcas asociadas a la denominación NORMA de Grupo Carvajal.

d_ Cambios en el Consejo de Administración

El día 1 de abril de 2016, el Consejo de Administración de Prisa, ha adoptado los siguientes acuerdos:

1. Ha tomado razón de la renuncia presentada por el Consejero D. Claudio Boada Pallerés, por motivos profesionales, agradeciéndole su dedicación personal y profesional a la Compañía desde su incorporación al Consejo y al Comité de Auditoría, del que también ha formado parte.
2. Tras la reelección del Presidente del Consejo, D. Juan Luis Cebrián Echarri, como consejero de la Compañía, se han delegado a su favor todas las facultades del Consejo, salvo las indelegables por ley y estatutos sociales, permaneciendo así como Presidente Ejecutivo de la Compañía.
3. Una vez adoptados los acuerdos correspondientes al punto quinto del orden del día por la Junta General Ordinaria de Accionistas y tras los acuerdos del Consejo de Administración descritos en la presente comunicación, la nueva composición del Consejo de Administración de Prisa ha quedado como sigue:

Presidente Ejecutivo:	D. Juan Luis Cebrián Echarri
Vicepresidente:	D. Manuel Polanco Moreno
Consejero Delegado:	D. José Luis Sainz Díaz
Vocales:	D. Roberto Alcántara Rojas
	D ^a Blanca Hernández Rodríguez
	D. José Luis Leal Maldonado
	D. Gregorio Marañón y Bertrán de Lis
	D. Alain Minc
	D. Glen Moreno
	D. Joseph Oughourlian
	D. John Paton
	D ^a Elena Pisonero Ruiz
	D. Alfonso Ruiz de Assin Chico de Guzmán
	Shk. Dr. Khalid Bin Thani Bin Abdullah Al-Thani
	D. Ernesto Zedillo Ponce de León

4. Asimismo, se ha aprobado la composición de la Comisión Delegada y demás Comités del Consejo, con arreglo al siguiente detalle:

	<u>Comisión Delegada</u>
Presidente:	D. Juan Luis Cebrián Echarri
Vocales:	D. Manuel Polanco Moreno
	D. José Luis Sainz Díaz
	D. Gregorio Marañón y Bertrán de Lis
	D. Alain Minc
	D ^a Elena Pisonero Ruiz
	D. Roberto Alcántara Rojas

	<u>Comité de Auditoría</u>
Presidente:	D. Glen Moreno
Vocales:	D. José Luis Leal Maldonado
	D ^a Elena Pisonero Ruiz

	<u>Comité de Nombramientos y Retribuciones</u>
Presidente:	D. Alan Minc
Vocales:	D. Alfonso Ruiz de Assin Chico de Guzmán
	D. Gregorio Marañón y Bertrán de Lis
	D. Joseph Oughourlian

	<u>Comité de Gobierno Corporativo</u>
Presidente:	D. Ernesto Zedillo Ponce de León
Vocales:	D. John Paton
	D ^a Blanca Hernández Rodríguez
	Shk. Dr. Khalid Bin Thani Bin Abdullah Al-Thani

	<u>Comité de Transformación Tecnológica</u>
Presidente:	D. John Paton
Vocales:	D. Juan Luis Cebrián Echarri
	D. José Luis Sainz Díaz.

5. El secretario del Consejo de Administración, D. Antonio García-Mon Marañés es secretario de la Comisión Delegada y de los Comités de Auditoría Nombramientos y Retribuciones y Gobierno

Corporativo, y el Vicesecretario de Consejo, D. Xavier Pujol Tobeña, es secretario del Comité de Transformación Tecnológica, todo ello en virtud de los artículos 27, 28, 29 y 30 del Reglamento del Consejo.

6. Por último, el Consejo de Administración, a propuesta del Comité de Gobierno Corporativo, y a los efectos del artículo 529 septies de la Ley de Sociedades de Capital, ha nombrado al consejero independiente D. José Luis Leal Maldonado, como Consejero Coordinador, por un periodo de dos (2) años.
7. En la reunión del Consejo de Administración celebrada el 6 de mayo, a propuesta de los Comités de Nombramientos y Retribuciones y de Gobierno Corporativo, cada uno en el ámbito de sus respectivas competencias, se ha acordado por unanimidad el nombramiento por cooptación de D. Waleed AlSa'di y D. Dominique D'Hinnin para cubrir las dos vacantes existentes en el Consejo de Administración. D. Waleed AlSa'di tendrá la categoría de dominical en representación de International Media Group, S.à.r.l. y D. Dominique D'Hinnin tendrá la categoría de independiente.

e_Operación Venta de Canal+

A 31 de diciembre de 2015, quedaban pendientes de resolver 2 ajustes al precio por importe de 36 millones de euros

A la fecha actual, ambos ajustes han sido resueltos a favor de Prisa, por lo que el precio total de la transacción ha ascendido finalmente a 724 millones de euros.

5_ Estructura del Grupo

Educación	Radio	Prensa	Audiovisual
<ul style="list-style-type: none">• Educación• Formación• Sistemas de Enseñanza Digital	<ul style="list-style-type: none">• Radio en España• Radio Internacional• Música y eventos	<ul style="list-style-type: none">• El País• As• Cinco Días• Revistas	<ul style="list-style-type: none">• Tv en abierto• Producción audiovisual• Vídeo

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

6_ Entorno de mercado

a_ Evolución del mercado publicitario

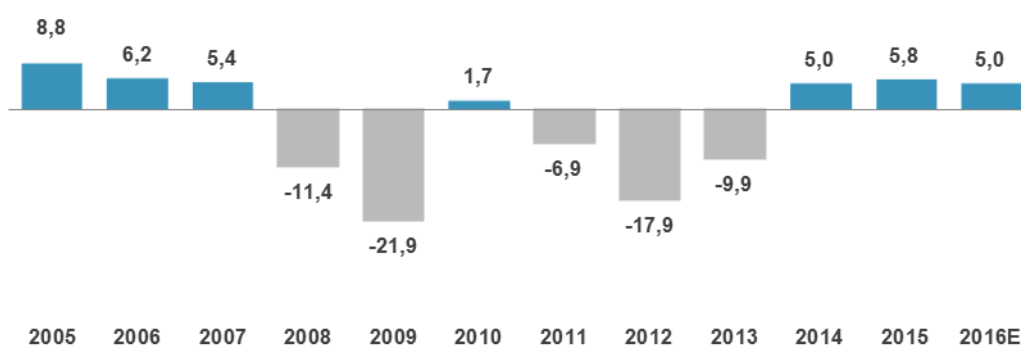
Los negocios del Grupo están directamente expuestos al mercado publicitario en España a través de las divisiones de Radio, Prensa y Digital, así como en menor medida la televisión de pago y en Portugal a través de sus negocios de TV en abierto (TVI) y radio.

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 -9,9% en 2013** comparado con una caída del -17,9% en 2012.

Esta tendencia positiva ha seguido hasta cerrar 2015 con un 5,8 % de crecimiento.

Las últimas previsiones del i2p en abril de este año, estiman un **crecimiento del 5% para el 2016**.

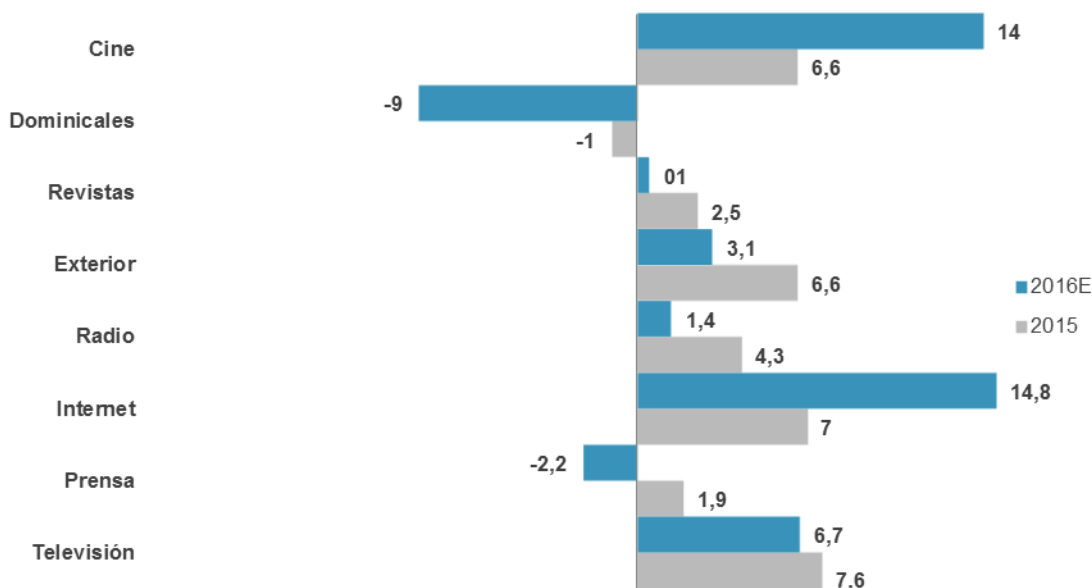
Evolución anual de la inversión publicitaria en España (%)



Fuente: i2p (abril 2016)

La evolución por sectores muestra crecimiento en todos los sectores salvo en dominicales y prensa.

Evolución de la inversión publicitaria en España (%)

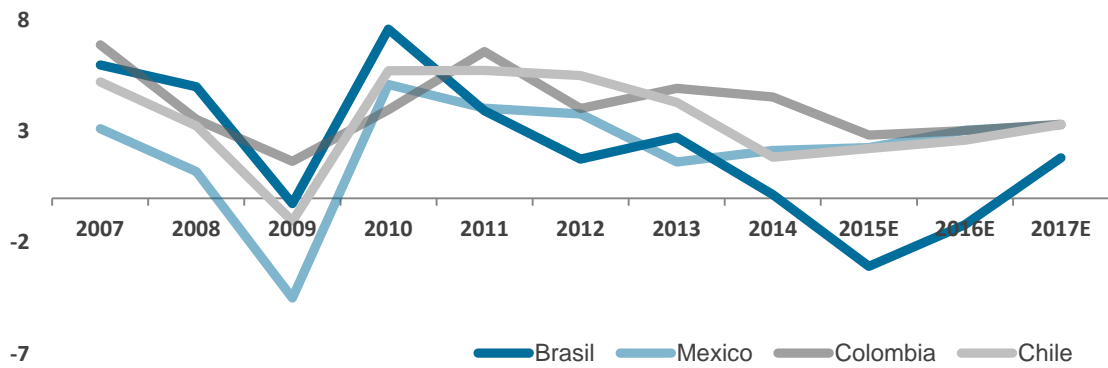


Fuente: i2p (abril 2016)

b_ Entorno económico de Latinoamérica

El crecimiento económico de los países en los que se encuentra expuesto el Grupo ha sido desigual en el 2015, con empeoramiento de las condiciones en algunos países, especialmente Brasil. La previsión es que la senda de crecimiento se recuperará en casi todos los países durante el 2016 según las estimaciones del FMI. Por otro lado, Brasil muestra peor escenario durante el año, en la última estimación a abril de 2016 continúa en recesión. Empezará a mostrar un crecimiento del 1,8% en 2017, según los últimos datos del FMI.

Evolución PIB LatAm (%)



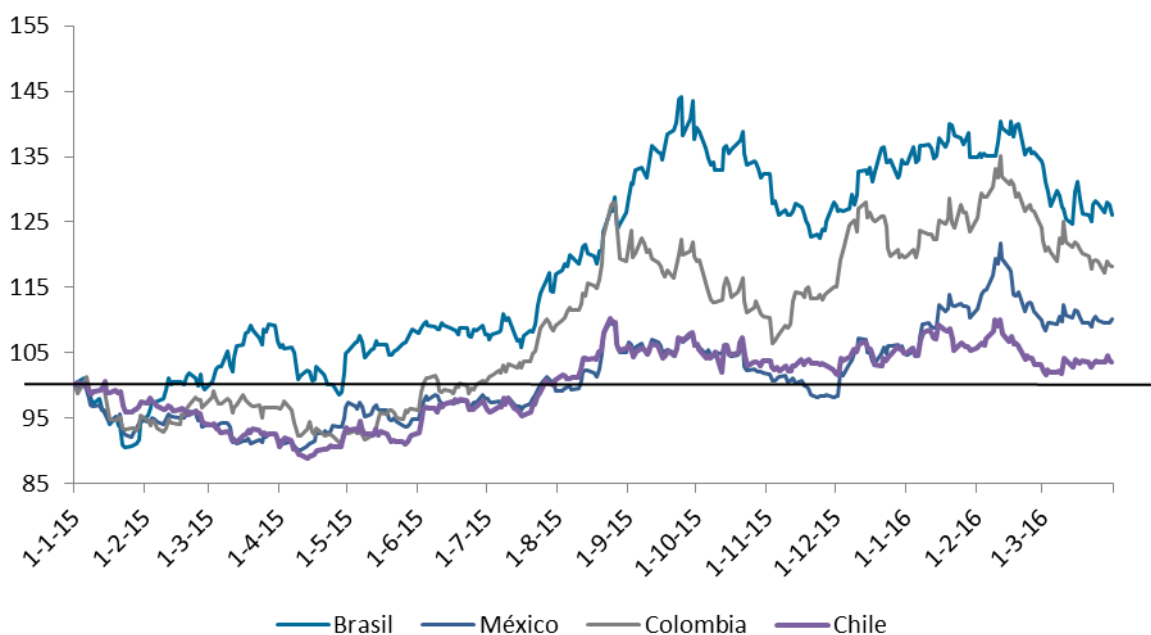
Fuente: (OCDE abril 2016)

Los resultados del Grupo en Latinoamérica se ven afectados por la evolución **del tipo de cambio en la región**, como consecuencia de la evolución del ciclo económico.

La alta volatilidad del tipo de cambio para las principales divisas latinoamericanas, ha sido el factor dominante durante el 1T 2016.

El impacto FX sobre los ingresos y el EBITDA del Grupo ha sido negativo, alcanzando 48,9 y 22 millones de euros respectivamente.

Evolución tipo de cambio vs Euro en el 1T 2016



	Brasil	México	Colombia	Chile
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
T1 2015	3,22	16,84	2.782,63	703,37
T2 2015	3,40	16,96	2.766,99	684,08
T3 2015	3,94	18,28	3.278,24	752,61
T4 2015	4,21	18,36	3.356,73	763,97
T1 2016	4,30	19,89	3.587,01	773,27

Fuente: Bloomberg