



Resultados trimestrales - Primer semestre 2016

PROMOTORA DE INFORMACIONES S.A.

22 de julio de 2016



Índice	2
Visión general y Unidades de Negocio	3
Cuenta de resultados consolidada	4
Negocio de Educación	5
Negocio de Radio	7
Negocio de Prensa	9
Media Capital	11
Ingresos de Transformación Digital	13
De EBIT a Resultado Neto	14
Posición Financiera	15
Anexo	17

VISIÓN GENERAL

El EBITDA ajustado en el 1S alcanza los 97 millones en euros (-10,8%) (+10,4% a tipo de cambio constante)

- **La publicidad en España** crece gracias al crecimiento digital y a los eventos.
- Las operaciones en Latinoamérica muestran crecimiento en moneda local en **Educación** (+12,1%).
- **La radio en LatAm** muestra dificultades por la debilidad macroeconómica que están atravesando los países más importantes en los que el Grupo opera.
- En Portugal, **Media Capital** muestra mejora operativa impulsada por el crecimiento de ingresos publicitarios y la venta de canales a terceros.
- **La evolución del tipo de cambio** en el semestre impacta negativamente en ingresos y EBITDA, manteniendo un impacto similar al ya registrado en el 1T.
- Se ha registrado **la emisión de los bonos** mandatorios convertibles anunciada en el 1T, reduciendo la deuda en 100,7 millones de euros.
- **La deuda bancaria neta del Grupo** se sitúa en 1.562M€ a 30 de junio de 2016. Disminuyen en 18 M€ los gastos financieros en el periodo por la reducción de deuda.

UNIDADES DE NEGOCIO

EDUCACIÓN

- **En el 1S se han cerrado prácticamente en su totalidad las campañas del área sur.** Todas las campañas han aumentado ingresos **en moneda constante**, a excepción de Brasil cuya caída se compensa con el crecimiento experimentado en Perú por licitación institucional de primaria y secundaria.
- **Las campañas del Área Norte** (España y México principalmente), tienen lugar en el 3T. En el 1S se recogen las cifras correspondientes al inicio de las campañas que están en fase de colocación.
- **Los sistemas de enseñanza digitales (UNO Y Compartir) continúan su expansión** en Latinoamérica, creciendo en número de alumnos hasta alcanzar los 863.136. **UNO y Compartir crecen un +15,8% en ingresos** (excluyendo TC). Mejora significativa de los márgenes en UNO.
- **Los ingresos ajustados** a tipo de cambio constante crecen un +12,1% y **el EBITDA crece un 28% en moneda constante** (-4,4% en euros).
- **El tipo de cambio** tiene un **impacto negativo** de **57 millones de euros en ingresos** y de **21,3 millones de euros en EBITDA** en línea con el impacto registrado en el 1T.

RADIO

- La **publicidad en España** desciende un -4% en el semestre manteniendo crecimiento en el mercado nacional (+2,5%) y caída en el local de -5,9%, que ha moderado su tendencia en el 2T (-1,5%).
- Según el último EGM, la Radio en España **mantiene su liderazgo** tanto en radio generalista como en musical.
- **En LatAm**, los ingresos en moneda local bajan con caídas del -9,1% en Colombia y del -1,7% en Chile, reflejo de las dificultades macroeconómicas y específicas del sector publicitario que atraviesan ambos países.
- **El EBITDA ajustado** a tipo de cambio constante **de la Radio** disminuye 6,9 millones de euros **hasta los 22,7M€** principalmente por el comportamiento de LatAm.
- **Impacto negativo del tipo de cambio** es de -12,5M€ en ingresos y -2,2M€ en EBITDA (-6,9M€ en ingresos y -1,5M€ en EBITDA en el 2T).

PRENSA

- **Los ingresos de prensa crecen un +4,3%** en el período. El incremento de la publicidad digital, de los eventos y de las promociones compensan la caída de la publicidad tradicional y la circulación.
- **Los ingresos publicitarios** en 1S 2016 aumentan un +8,6%.
 - La **publicidad digital** sube un **+20,4%** (representando ya un 39% del total de ingresos publicitarios de la división), compensando la caída en publicidad **tradicional** (-5%).
- Los **ingresos de circulación** moderan su caída (-2,8%) ayudados por la subida de precios.
- Destaca la **mejora operativa del diario As** que consolida su estrategia de marca global, con crecimiento significativo de usuarios únicos en los distintos países en los que opera.
- A junio de 2016 se registran de media **89 millones de navegadores únicos** y 19.5 millones de usuarios únicos (a mayo 2016).
- **El EBITDA ajustado de Prensa** incrementa un +16,8% respecto al mismo periodo del año anterior hasta alcanzar los 7,4 Millones de euros.

MEDIA CAPITAL

- **Los ingresos publicitarios totales** de Media Capital crecen un +5,6%.
- **TVI registra un crecimiento en ingresos del 3,4%.** El crecimiento de ingresos publicitarios y la venta de canales a terceros continúan compensando la caída de llamadas de valor añadido:
 - **La publicidad** crece un +5,5% en TVI.
 - **Las llamadas** de valor añadido continúan con caídas significativas (-2,9 millones de euros).
 - **La distribución de canales de TVI** en las distintas plataformas de pago ha tenido un crecimiento en el primer semestre de 3,4 millones de euros.
- **La radio aumenta su EBITDA un 10,9%** (+0,3M€).
- **El EBITDA ajustado de Media Capital** mejora un +3% (+0,6M€) respecto al mismo periodo del año anterior.



CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

Millones de euros	ENERO - JUNIO			ABRIL-JUNIO		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
Resultados de explotación ajustados						
Ingresos de explotación ajustados	634,2	661,0	(4,0)	305,1	319,1	(4,4)
EBITDA ajustado	97,0	108,7	(10,8)	37,3	40,8	(8,4)
Margen EBITDA ajustado	15,3%	16,5%		12,2%	12,8%	
EBIT ajustado	55,0	56,8	(3,1)	11,5	12,1	(4,5)
Margen EBIT ajustado	8,7%	8,6%		3,8%	3,8%	
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
Resultados de explotación ajustados a tipo constante						
Ingresos de explotación	705,3	661,0	6,7	327,3	319,1	2,6
EBITDA a tipo constante	120,0	108,7	10,4	38,4	40,8	(5,8)
Margen EBITDA ajustado	17,0%	16,5%		11,7%	12,8%	
EBIT a tipo constante	72,7	56,8	28,0	9,8	12,1	(18,8)
Margen EBIT ajustado	10,3%	8,6%		3,0%	3,8%	
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
Resultados Reportados						
Ingresos de explotación	624,5	650,0	(3,9)	299,9	313,6	(4,4)
EBITDA	86,5	85,2	1,6	31,5	29,3	7,3
Margen EBITDA	13,8%	13,1%		10,5%	9,4%	0,0
EBIT	44,9	33,8	33,0	5,9	0,9	-
Margen EBIT	7,2%	5,2%		2,0%	0,3%	
Resultado Financiero	(26,0)	(63,5)	59,0	(18,5)	(50,2)	63,1
Gastos por intereses de financiación	(31,3)	(49,2)	36,2	(14,5)	(21,6)	32,8
Otros resultados financieros	5,4	(14,3)	137,5	(4,0)	(28,5)	86,1
Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones	2,0	2,1	(8,2)	1,3	1,3	(1,5)
Resultado antes de impuestos	20,9	(27,5)	175,9	(11,3)	(47,9)	76,4
Impuesto sobre sociedades	17,8	(54,5)	132,5	4,1	(60,1)	106,8
Resultado de operaciones en discontinuación	(0,3)	(0,3)	(2,5)	(0,3)	(0,9)	62,9
Resultado atribuido a socios externos	13,3	15,9	(16,2)	7,7	9,2	(16,0)
Resultado Neto	(10,5)	10,8	-	(23,4)	2,1	-

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

- Los ingresos a tipo de cambio constante crecen un 6,7%.
- El EBITDA ajustado crece un 10,4%.



EDUCACIÓN

EDUCACIÓN	ENERO-JUNIO			ABRIL-JUNIO		
Millones de euros	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
Resultados de explotación ajustados						
Ingresos ajustados	279,6	300,3	(6,9%)	111,2	123,2	(9,7%)
España	40,1	36,7	9,3%	38,5	35,4	8,7%
Internacional	239,5	263,6	(9,1%)	72,7	87,7	(17,1%)
Portugal	0,1	0,7	(90,8%)	0,0	0,7	(94,9%)
Latam	239,4	262,8	(8,9%)	72,7	87,0	(16,5%)
EBITDA ajustado	62,8	65,7	(4,4%)	9,9	7,8	27,1%
España	(5,5)	(10,5)	47,3%	10,8	6,6	62,6%
Internacional	68,3	76,2	(10,3%)	(0,9)	1,2	(172,2%)
Portugal	(2,2)	(1,5)	(49,8%)	(1,3)	(0,7)	(84,0%)
Latam	70,6	77,7	(9,2%)	0,5	1,9	(74,5%)
% Margen ajustado	22,5%	21,9%		8,9%	6,3%	
EBIT ajustado	37,4	32,9	13,7%	(7,6)	(11,6)	34,4%
% Margen ajustado	13,4%	11,0%		(6,9%)	(9,4%)	
Resultados de explotación ajustados a tipo con	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
Ingresos ajustados a tipo de cambio constante	336,6	300,3	12,1%	125,7	123,2	2,0%
España	40,1	36,7	9,3%	38,5	35,4	8,7%
Internacional	296,5	263,6	12,5%	87,2	87,7	(0,7%)
Portugal	0,07	0,74	(90,8%)	0,04	0,71	(94,9%)
Latam	296,4	262,8	12,8%	87,1	87,0	0,1%
EBITDA ajustado	84,1	65,7	28,0%	9,7	7,8	23,5%
España	(5,5)	(10,5)	47,3%	10,8	6,6	62,6%
Internacional	89,7	76,2	17,7%	(1,1)	1,2	(196,2%)
Portugal	(2,2)	(1,5)	(49,8%)	(1,3)	(0,7)	(84,0%)
Latam	91,9	77,7	18,3%	0,2	1,9	(89,3%)
% Margen ajustado	25,0%	21,9%		7,7%	6,3%	
EBIT ajustado	53,8	32,9	63,6%	(10,5)	(11,6)	9,9%
% Margen ajustado	16,0%	11,0%		(8,3%)	(9,4%)	
Resultados Reportados	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
Ingresos	279,6	300,3	(6,9%)	111,2	123,2	(9,7%)
España	40,1	36,7	9,3%	38,5	35,4	8,7%
Internacional	239,5	263,6	(9,1%)	72,7	87,7	(17,1%)
Gastos de explotación	218,8	235,8	(7,2%)	102,7	116,1	(11,5%)
EBITDA	60,7	64,4	(5,7%)	8,5	7,1	19,3%
% Margen	21,7%	21,5%		7,6%	5,8%	
EBIT	35,3	31,6	11,8%	(9,1)	(12,3)	26,4%
% Margen	12,6%	10,5%		(8,2%)	(10,0%)	
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
Efectos extraordinarios en Ingresos	0,0	0,0		0,0	0,0	
Efectos extraordinarios en Gastos	-2,1	-1,3		-0,7	0,0	
Indemnizaciones	-2,1	-1,3		-0,7	0,0	
Efectos extraordinarios en amort. y provs.	0,0	0,0		0,0	0,0	



EDUCACIÓN

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

Cuota y posición de mercado de educación K-12

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_EVOLUCIÓN OPERATIVA

En la **evolución de ingresos** del primer semestre 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.
- Destaca **Perú**, por obtención de licitación de primaria y secundaria, con un crecimiento en ingresos del 169% en moneda local; +143% en euros (+26,4 millones).
 - Brasil** muestra una caída en ingresos del -9,1% en moneda local (-33,7% en euros) en la campaña regular de venta privada, afectada por el trasvase de alumnos de la escuela privada a la pública. Quedan pendientes para el 3T y el 4T las ventas institucionales y el comienzo de las ventas regulares de la campaña del curso siguiente.
- b) Las **campañas del área norte:** España y México principalmente, tienen más impacto en el 3T del año. Las ventas registradas hasta el momento muestran el inicio de la Campaña, mostrando ambos países un cierto adelanto respecto al mismo período del ejercicio anterior.
- c) Los **sistemas de enseñanza digitales (UNO Y Compartir) continúan su expansión** en Latinoamérica, creciendo un 6,8% el número de alumnos hasta los 863.136. La facturación total de UNO y Compartir ha alcanzado los 58,6 millones de euros (-8,8%); +15,8% en moneda constante. **UNO** destaca por su mejora operativa con un crecimiento en EBITDA de 3,3 M€.
- d) El **tipo de cambio** ha tenido un impacto negativo de 57 millones de euros en ingresos y de 21,3 millones de euros en EBITDA. Si los tipos de cambio se mantienen en los niveles actuales, este impacto se moderará en el 2S.

Excluyendo el impacto cambiario y ajustado por extraordinarios, los ingresos ajustados crecen un 12,1% y el EBITDA un +28%.

Desglose de ingresos

Ingresos de explotación ajustados

Ingresos de explotación ajustados	ENERO - JUNIO		
	2016	2015	Var. %
Total Santillana	279,6	300,3	-6,9%
Educación Tradicional y Compartir	249,4	265,2	-5,9%
Campaña Sur	161,5	171,8	-6,0%
Campaña Norte	88,0	93,4	-5,8%
Sistema UNO	30,1	35,1	-14,3%

Ingresos ajustados a tipo de cambio constante

	ENERO - JUNIO		
	2016	2015	Var. %
Total Santillana	336,6	300,3	12,1%
Educación Tradicional y Compartir	299,9	265,2	13,1%
Campaña Sur	203,2	171,8	18,3%
Campaña Norte	96,7	93,4	3,5%
Sistema UNO	36,7	35,1	4,6%

Desglose de EBITDA

EBITDA ajustado

	ENERO - JUNIO		
	2016	2015	Var. %
Total Santillana	62,8	65,7	-4,4%
Educación Tradicional y Compartir	53,0	59,2	-10,5%
Campaña Sur	55,7	63,1	-11,6%
Campaña Norte	(2,7)	(3,8)	28,8%
Sistema UNO	9,8	6,5	50,2%

EBITDA ajustado a tipo de cambio cte

	ENERO - JUNIO		
	2016	2015	Var. %
Total Santillana	84,1	65,7	28,0%
Educación Tradicional y Compartir	72,4	59,2	22,3%
Campaña Sur	74,0	63,1	17,4%
Campaña Norte	(1,6)	(3,8)	57,8%
Sistema UNO	11,7	6,5	79,8%



RADIO

RADIO Millones de euros	ENERO-JUNIO			ABRIL-JUNIO		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
Resultados de explotación ajustados						
Ingresos ajustados	147,6	161,0	(8,4%)	83,2	89,9	(7,5%)
España	90,0	93,9	(4,2%)	49,9	51,2	(2,5%)
Latam	54,1	67,0	(19,2%)	29,8	38,0	(21,6%)
Ajustes y Otros	3,5	0,41	---	3,5	0,76	---
EBITDA ajustado	20,5	29,6	(30,7%)	15,4	22,2	(30,4%)
España	10,6	12,1	(12,7%)	8,5	9,7	(12,1%)
Latam	10,6	18,3	(41,9%)	7,1	12,6	(44,2%)
Ajustes y Otros	(0,7)	(0,7)	(7,9%)	(0,2)	(0,2)	6,1%
% Margen ajustado	13,9%	18,4%		18,6%	24,7%	
EBIT ajustado	14,7	22,6	(34,8%)	12,0	18,3	(34,2%)
% Margen ajustado	10,0%	14,0%		14,5%	20,3%	
Resultados de explotación ajustados a tipo constante						
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
Ingresos ajustados a tipo de cambio constante	160,0	161,0	(0,6%)	90,1	89,9	0,2%
España	90,0	93,9	(4,2%)	49,9	51,2	(2,5%)
Latam	66,2	67,0	(1,2%)	36,3	38,0	(4,4%)
Ajustes y Otros	3,9	0,15	---	3,9	0,76	---
EBITDA ajustado a tipo de cambio constante	22,7	29,6	(23,3%)	17,0	22,2	(23,5%)
España	10,6	12,1	(12,7%)	8,5	9,7	(12,1%)
Latam	13,0	18,3	(29,3%)	8,7	12,6	(31,5%)
Ajustes y Otros	(0,8)	(0,8)	0,3%	(0,2)	(0,2)	(35,7%)
% Margen ajustado	14,2%	18,4%		18,8%	24,7%	
EBIT ajustado	16,5	22,6	(26,9%)	13,3	18,3	(26,9%)
% Margen ajustado	10,3%	14,0%		14,8%	20,3%	
Resultados Reportados						
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
Ingresos	137,8	150,1	(8,2%)	77,9	84,4	(7,7%)
Publicidad	121,9	137,3	(11,2%)	67,4	76,6	(12,0%)
España	81,0	84,4	(4,0%)	45,5	46,2	(1,5%)
Internacional	40,9	52,9	(22,7%)	21,9	30,3	(27,8%)
Otros*	(0,0)	0,0	---	(0,0)	(0,0)	(170,9%)
Otros	15,9	12,7	24,5%	10,5	7,9	33,2%
Gastos de explotación	124,4	131,0	(5,0%)	67,2	67,0	0,4%
EBITDA	13,4	19,1	(30,1%)	10,7	17,5	(38,8%)
% Margen	9,7%	12,7%		13,7%	20,7%	
EBIT	8,1	12,70	(36,6%)	7,5	13,87	(45,8%)
% Margen	5,8%	8,5%		9,6%	16,4%	
* Incluye Música y Ajustes de consolidación						
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
Efectos extraordinarios en Ingresos	9,8	11,0		5,2	5,5	
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	9,8	11,0		5,2	5,5	
Efectos extraordinarios en Gastos	2,6	0,45		0,5	0,7	
Indemnizaciones	(3,6)	(6,4)		(2,7)	(2,6)	
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	6,2	6,9		3,2	3,1	
Efectos extraordinarios en amort. y provs.	0,5	0,6		0,2	0,3	
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	0,5	0,6		0,2	0,3	

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



RADIO

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 4.353 miles de oyentes** (cuota de mercado del 36% 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 21% y el 15% respectivamente.**

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

Miles de Oyentes	Oyentes		
	Segunda ola 2016	Posición	Cuota
Radio Generalista	4.353	1	36%
Cadena SER	4.353		36%
Radio Musical	6.788	1	47%
40 Principales	2.975		21%
Dial	2.211		15%
Máxima FM	571		4%
M80	448		3%
Radiolé	583		4%
Total	11.141		

Fuente: EGM Segunda Ola 2016

En cuanto a la radio internacional,

Miles de Oyentes	Oyentes		
	Media Móvil '16	Posición	Cuota
Colombia	8.191	1	29%
Chile	2.145	1	41%
Mexico	1.418	2	15%

Fuente: ECAR (Colombia), IPSOS (Chile), INRA (México), última información disponible en el 1S 2016

B_EVOLUCIÓN OPERATIVA

En el 1S 2016, **los ingresos ajustados de la radio** alcanzaron los **147,6 millones de euros**, lo que supone una caída del -8,4% comparados con los ingresos del mismo periodo año anterior. Esta caída se debe al peor comportamiento de España (que modera su caída en el 2T) y a la caída de ingresos en LatAm.

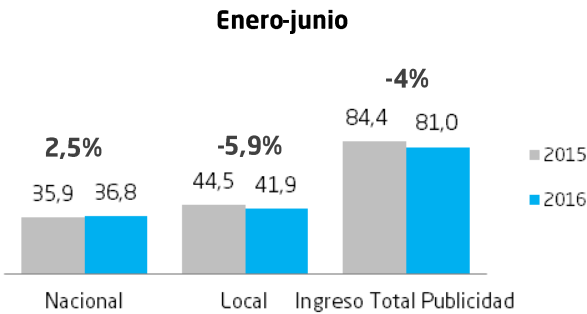
El impacto de los tipos de cambio, ha sido negativo en -12,5 millones de euros en ingresos y en -2,2 millones en EBITDA.

El EBITDA ajustado a tipo de cambio constante de Prisa Radio disminuye 6,9 millones de euros (-23,3%), explicado principalmente por la evolución en LatAm.

Ingresos de Radio por origen geográfico:

España: Los ingresos ajustados (sin incluir Música e incluyendo Servicios Centrales) de Radio en España alcanzan 90 millones de euros en el 1S 2016 (-4,2% versus el 1S 2015). **Los ingresos publicitarios suponen 81 millones de euros y disminuyen un -4%.** La publicidad nacional crece un 2,5% mientras que la local disminuye un -5,9%.

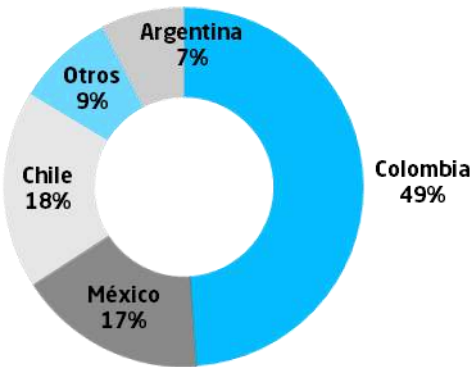
En el 2T se ha visto una mejora de la tendencia, con la publicidad nacional creciendo un +2,2% y la local mostrando una caída del -5,9%.



Internacional: Los ingresos ajustados de Radio Internacional, incluyendo México y Costa Rica, **alcanzan 54,1 millones de euros** en el 1S 2016 (-19,2% versus el 1S 2015).

Colombia y Chile muestran una caída en moneda local del -9,1% y -1,7% respectivamente, debido a una caída en la publicidad en ambos países a causa de dificultades en el mercado publicitario relacionadas con la situación económica en dichos mercados.

Enero-junio 2016: Contribución internacional de los ingresos por área (%)





PRENSA

PRENSA Millones de euros	ENERO - JUNIO			ABRIL-JUNIO		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
Resultados de explotación ajustados						
Ingresos ajustados	122,0	117,0	4,3%	64,8	61,0	6,2%
<i>Publicidad</i>	56,6	52,1	8,6%	32,8	29,2	12,4%
<i>Circulación</i>	46,8	48,1	(2,8%)	23,4	23,8	(1,4%)
<i>Promociones y otros</i>	18,6	16,8	11,2%	8,6	8,1	6,4%
EBITDA ajustado	7,4	6,3	16,8%	6,0	7,07	(15,2%)
<i>% Margen ajustado</i>	6,0%	5,4%		9,2%	11,6%	
EBIT ajustado	3,54	2,5	39,9%	4,52	6,2	(27,0%)
<i>% Margen ajustado</i>	2,9%	2,2%		7,0%	10,1%	
Resultados Reportados						
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
Ingresos	122,0	117,0	4,3%	64,8	61,0	6,2%
<i>Publicidad</i>	56,6	52,1	8,6%	32,8	29,2	12,4%
<i>Circulación</i>	46,8	48,1	(2,8%)	23,4	23,8	(1,4%)
<i>Promociones y otros</i>	18,6	16,8	11,2%	8,6	8,1	6,4%
Gastos de explotación	114,9	119,5	(3,8%)	58,2	59,5	(2,2%)
EBITDA	7,1	(2,5)	---	6,6	1,5	---
<i>% Margen</i>	5,8%	-2,1%		10,2%	2,4%	
EBIT	3,28	(6,3)	152,4%	5,11	0,59	---
<i>% Margen</i>	2,7%	-5,3%		7,9%	1,0%	
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
Efectos extraordinarios en Ingresos	0,0	0,0		0,0	0,0	
Efectos extraordinarios en Gastos	-0,3	-8,8		0,6	-5,6	
<i>Indemnizaciones</i>	-0,3	-8,8		0,6	-5,6	
Efectos extraordinarios en amort. y provs.	0,0	0,0		0,0	0,0	

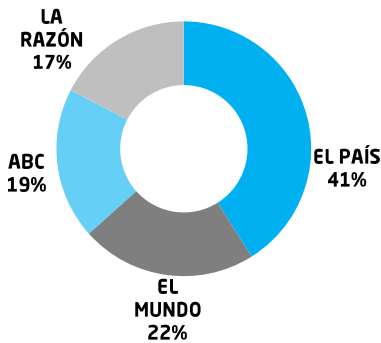


PRENSA

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 (Mayo2016).

Enero-mayo 2016: Posición de mercado del negocio de prensa de PRISA



Fuente: OJD mayo 2016, último dato disponible

Posición de mercado digital de prensa de PRISA:

En términos de usuarios únicos, según comScore en prensa en el 1S 2016 se han alcanzado los 19,5 millones (Mayo 2016, últimos datos disponibles), El País mantiene su posición de liderazgo, alcanzando la cifra de 13 millones de usuarios promedio mensual. Adicionalmente en prensa deportiva, As mantiene una segunda posición frente a Marca, alcanzando 6,5 millones de usuarios únicos en promedio mensual en el 1S 2016. Según ComScore, El País ocupa la 4ª posición en España en términos de Usuarios Únicos, (después de Google y Youtube y antes de el Mundo y Yahoo). En cuanto al ranking mundial de medios, la posición que ocupa el país es la 15ª, siendo las primeras posiciones ocupadas por medios chinos, americanos y británicos.

Los vídeos reproducidos en Prisa Noticias en el semestre (Junio, 2016, últimos datos disponibles), alcanzan los 39 millones (+39,1%). El País aumenta sus vídeos reproducidos en 12,3M (+327%) y el Huffington Post crece un +209%.

B_EVOLUCIÓN OPERATIVA

El área de prensa ha aumentado sus ingresos en un +4,3% en el 1S 2016 alcanzando los 122 millones de euros. El incremento de la publicidad digital (+20,4%), el crecimiento de los eventos (+222%) y el crecimiento de los ingresos por promociones (+15,4%) compensan la todavía caída de publicidad no digital (-5%) y los ingresos por circulación (-2,8%).

Los ingresos de publicidad alcanzan los 56,6 millones de euros, creciendo un +8,6% (El País, +9,5%; AS, +23,9%):

- Los ingresos de publicidad digital crecieron un +20,4% en el periodo y representan ya el 39% del total de ingresos publicitarios de la división.
- Los ingresos de publicidad no digital disminuyen un -5%.
- Los eventos continúan su crecimiento alcanzando los 4M€ en el periodo.

La tabla de la publicidad no digital y digital se muestra a continuación:

ENERO - JUNIO			
Millones de	2016	2015	Var. %
Publicidad	56,6	52,1	8,6%
No digital	30,3	31,9	-5,0%
Digital	22,3	18,5	20,4%
Eventos	4,0	1,7	135,3%

Los ingresos por circulación alcanzan los 46,8 millones. Se observa una menor caída (-2,8%) explicada por el incremento de precios que afecta positivamente a la comparativa. En cuanto a la circulación de ejemplares impresos, la evolución por periódico según los últimos datos disponibles (OJD mayo 2016) es la siguiente:

ENERO-MAYO			
	2016	2015	% Chg.
El País	208.651	231.713	(10,0%)
As	127.900	133.496	(4,2%)

Promociones y otros ha crecido un 11,2% debido principalmente a una mejora en la venta de promociones.

Destaca la mejora operativa de As que incrementa su EBITDA un +33,3% (+0,8M€) y consolida su estrategia de marca global, con crecimiento significativo de usuarios únicos en los distintos países en los que está presente (España, Chile, Colombia y México)

En cuanto al EBITDA ajustado, alcanza los 7,4M€ creciendo +16,8% respecto al primer semestre de 2015, con una ligera mejora de márgenes.



MEDIA CAPITAL

MEDIA CAPITAL

Millones de euros

Resultados de explotación ajustados

	ENERO - JUNIO		
	2016	2015	Var. %
Ingresos ajustados	85,3	82,3	3,6%
EBITDA ajustado	17,7	17,1	3,2%
<i>% Margen ajustado</i>	20,7%	20,8%	
EBIT ajustado	13,4	13,2	1,9%
<i>% Margen ajustado</i>	15,8%	16,0%	

ABRIL - JUNIO

	2016	2015	Var. %
Ingresos ajustados	46,2	44,4	4,1%
EBITDA ajustado	11,5	10,9	5,3%
<i>% Margen ajustado</i>	24,9%	24,6%	
EBIT ajustado	9,3	8,8	5,7%
<i>% Margen ajustado</i>	20,1%	19,8%	

Resultados Reportados

	2016	2015	Var. %
Ingresos	85,3	82,3	3,6%
Publicidad	60,1	56,9	5,6%
Otros	25,2	25,4	(1,0%)
Gastos de explotación	68,0	65,9	3,2%
EBITDA	17,3	16,4	5,1%
<i>% Margen</i>	20,2%	19,9%	
EBIT	13,0	12,5	4,3%
<i>% Margen</i>	15,3%	15,2%	

	2016	2015	Var. %
Ingresos	46,2	44,4	4,1%
Publicidad	34,3	33,2	3,4%
Otros	11,9	11,2	6,1%
Gastos de explotación	34,7	33,6	3,5%
EBITDA	11,5	10,8	6,1%
<i>% Margen</i>	24,9%	24,4%	
EBIT	9,3	8,7	6,7%
<i>% Margen</i>	20,1%	19,6%	

	2016	2015	Var. %
Efectos extraordinarios en Gastos	(0,4)	(0,7)	
Indemnizaciones	(0,4)	(0,7)	

	2016	2015	Var. %
Efectos extraordinarios en Gastos	(0,0)	(0,1)	
Indemnizaciones	(0,0)	(0,1)	



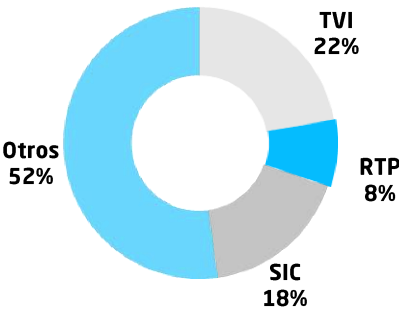
MEDIA CAPITAL

A_POSICIÓN DE MERCADO

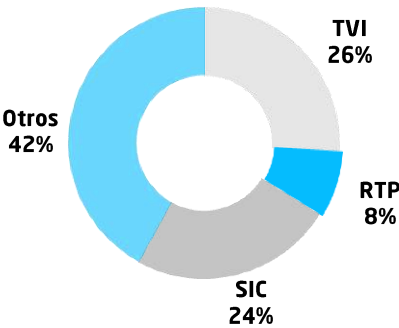
TVI mantiene el liderazgo en 24 horas y prime time, alcanzando una audiencias medias diarias de 22% y 26%, respectivamente, sobre el total de Televisión.

Audiencia de Media Capital

Enero-junio 2016 (24hrs)



Enero-junio 2016 (Prime Time)



Gfk junio 2016 // *RTP incluye RTP1 y RTP2 // *Otros incluye TV de pago

La **cuota de audiencia consolidada de Radio de Media Capital** alcanza el 34,6%, en el promedio anual de audiencias del 1S 2016.

La radio de Media Capital se mantiene número uno en el ranking. La segunda ola de 2016 muestra una mejora con respecto a la anterior y desglosada por cadenas muestra las siguientes audiencias:

- **Radio Comercial** mantiene el liderazgo del mercado con un share del 24,8%
- **M80**, la cadena de radio musical, mejora su audiencia alcanzando el 6,2%
- **Cidade FM** mantiene el liderazgo entre radios para jóvenes, tiene una audiencia del 3,3%

B_EVOLUCIÓN OPERATIVA

- ✓ La **publicidad** registra en el semestre un crecimiento del 5,6% (+3,3% en el 2T).
- ✓ Los **otros ingresos** se mantienen prácticamente en línea con los registrados en el mismo periodo del año anterior. la mayor distribución de canales en plataformas de pago (3M€) ha compensado la caída de las llamadas de valor añadido.

Por negocios,

- ✓ **TVI** alcanzó en el 1S 2016 unos ingresos de 70,3 millones de euros versus 67,9 millones en el 1S 2015 (+3,4%). El crecimiento del 5,5% en publicidad y los mayores ingresos por distribución de canales a terceros compensan la caída de llamadas de valor añadido.
- ✓ El negocio de **Radio de Media Capital** muestra un crecimiento en ingresos del +6,6% (+5,5% en publicidad).

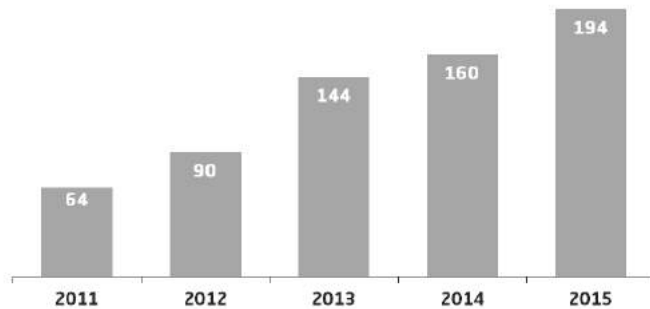
El EBITDA ajustado muestra una mejora de +0,6 Millones de euros (+3,2%).

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

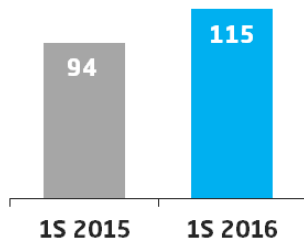
A_INGRESOS DE TRANSFORMACIÓN

Los ingresos de transformación en el grupo, comparados con el 1S 2015, se incrementan un **+3,6%** en el año hasta alcanzar los 98 millones de euros (115 millones a TC constante).

Su crecimiento desde el 2007 se muestra a continuación:

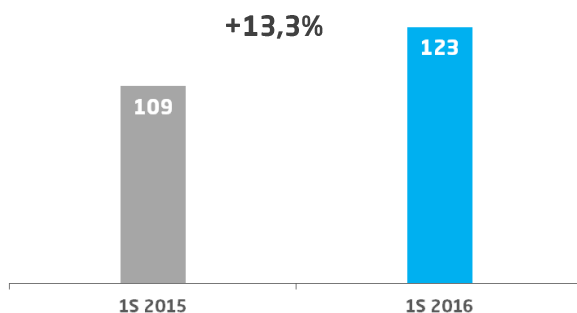


+22% a TC constante

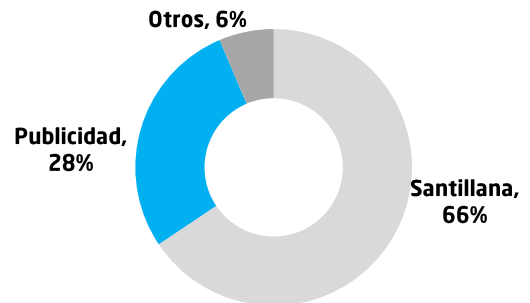


B_NAVEGADORES ÚNICOS

La media mensual de navegadores únicos del Grupo crece un **13,3%** en el 1S 2016, alcanzando los **123** millones.



C_DESGLOSE DE INGRESOS DE TRANSFORMACIÓN



D_EDUCACIÓN

Los Sistemas de Educación Digitales (UNO y Compartir), continúan su desarrollo incrementando el número de alumnos en Latinoamérica llegando a los 863.136 (+6,8%). **Sus ingresos en moneda constante crecen +15,8%.**

E_RADIO

Durante el 1S 2016, ha continuado el fuerte crecimiento de los navegadores únicos a las páginas web internacionales de radio del Grupo (datos a junio de 2016, últimos disponibles): los navegadores únicos a las páginas web de Radio en España alcanzan 11,5 millones de media. En cuanto a la Radio Internacional, los navegadores únicos según Omniture alcanzan 19,5 millones de media. En total, los navegadores únicos de Prisa Radio alcanzan 31 millones y crecen un 6%.

F_PRENSA

Los ingresos de publicidad digital crecen un **+21%** y representan ya un 39% de los ingresos publicitarios de la división.

Los navegadores únicos de El País.com crecieron un **+18%** en el 1S 2016, alcanzando 56 millones de media, (datos a Junio 2016).

G_MEDIA CAPITAL

Los ingresos de publicidad digitales alcanzan 1,7 millones de euros en el 1S 2016, siendo el 3% de los ingresos totales de publicidad.

Los navegadores únicos de las páginas web de Media Capital crecieron un **+24%**, alcanzando 7,3 millones de media a junio de 2016 (últimos datos disponibles según Netscope).



DE EBIT A RESULTADO NETO

Millones de euros	ENERO-JUNIO			ABRIL-JUNIO		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
EBIT	44,9	33,8	33,0	5,9	0,9	-
Margen EBIT	7,2%	5,2%		2,0%	0,3%	
Resultado Financiero	(26,0)	(63,5)	59,0	(18,5)	(50,2)	63,1
Gastos por intereses de financiación	(31,3)	(49,2)	36,2	(14,5)	(21,6)	32,8
Otros resultados financieros	5,4	(14,3)	137,5	(4,0)	(28,5)	86,1
Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones	2,0	2,1	(8,2)	1,3	1,3	(1,5)
Resultado antes de impuestos	20,9	(27,5)	175,9	(11,3)	(47,9)	76,4
Impuesto sobre sociedades	17,8	(54,5)	132,5	4,1	(60,1)	106,8
Resultado de operaciones en discontinuación	(0,3)	(0,3)	(2,5)	(0,3)	(0,9)	62,9
Resultado atribuido a socios externos	13,3	15,9	(16,2)	7,7	9,2	(16,0)
Resultado Neto	(10,5)	10,8	-	(23,4)	2,1	-

A_RESULTADO FINANCIERO

Durante en el 1S 2016 se han registrado menores **gastos por intereses de financiación** por importe de 19 millones de euros como consecuencia de la reducción de deuda.

Los **otros resultados financieros** mejoran en 19,6 millones de euros. Los menores gastos de formalización de deuda y el menor gasto por la actualización del dividendo de DLJ respecto al 1S 2015 (por la evolución del euro/dólar) compensan las menores quitas respecto al 1S 2015 y los menores ingresos por la venta de Mediaset.

B_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 17,8 millones de euros frente a -54,5 millones en 2015. En el 1S de 2015 el gasto por Impuesto de Sociedades recogía el registro de parte de un crédito fiscal consecuencia de la venta de la participación de Canal + por importe de 54 millones.

D_RESULTADO ATRIBUIDO A SOCIOS EXTERNOS

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



POSICIÓN FINANCIERA

A_ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Millones de €	Jun 2016	Jun 2015	Var. 16/15	
			Abs.	Rel
EBITDA (excluyendo indemnizaciones) - provisiones	89,2	97,2	-8,0	-8,2%
EBITDA (excluyendo indemnizaciones)	93,4	104,7	-11,2	-10,7%
Provisiones	-4,2	-7,4	3,2	43,2%
Variación del circulante	-15,6	-11,5	-4,2	-36,2%
Pago de indemnizaciones	-10,2	-17,4	7,2	41,6%
Pago de impuestos	-18,7	-25,3	6,6	26,2%
Otros flujos de las actividades de explotación	0,3	2,5	-2,2	-87,3%
CASH FLOW OPERATIVO	45,1	45,6	-0,5	-1,1%
Capex(inversiones/desinversiones)	-26,7	-31,9	5,2	16,2%
Capex	-32,9	-31,9	-1,0	-3,3%
Desinversiones	6,2	0,0	6,2	---
CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN	18,4	13,7	4,7	33,9%

A1_CAPEX

Millones de €	Jun 2016	Jun 2015	Var. 16/15
Santillana	-25,9	-25,8	-0,1
Radio	-2,7	-2,8	0,1
Prensa	-3,1	-1,0	-2,1
Media Capital	-1,0	-2,2	1,2
Otros	-0,3	-0,1	-0,1
Capex (inversión)	-33,0	-31,9	-1,1
Capex (desinversión)	6,2	0,0	6,2
Total GRUPO PRISA	-26,8	-31,9	5,1

POSICIÓN FINANCIERA

B_POSICIÓN FINANCIERA BANCARIA TOTAL

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.

Millones de €	Junio 2016	Dic. 2015	Var. 16/15 Rel.
- Deudas con entidades de crédito	1.770,5	2.008,5	-11,8%
- Deudas con entidades de crédito largo plazo	1.697,2	1.907,8	-11,0%
- Deudas con entidades de crédito corto plazo	73,4	100,8	-27,2%
Inversiones financieras corrientes	-20,2	-78,1	74,1%
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	-223,9	-319,0	29,8%
Gastos de formalización	35,5	48,3	-26,4%
DEUDA BANCARIA TOTAL	1.561,9	1.659,7	-5,9%

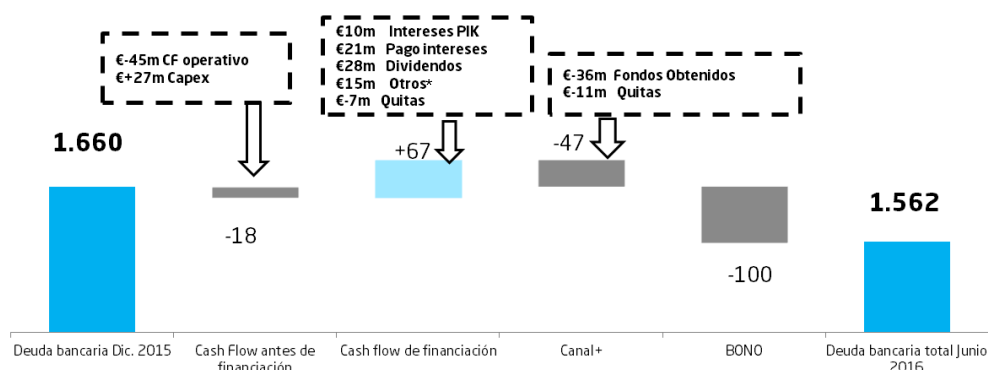
Millones de €	Junio 2016	Dic. 2015	Var. 16/15 Rel.
Prisa Holding	1.403,6	1.483,6	-5,4%
- Deudas con entidades de crédito	1.591,9	1.800,0	-11,6%
Tramo 2	956,5	956,5	0,0%
Tramo 3	191,3	275,4	-30,5%
PPL	433,3	534,4	-18,9%
Deuda subordinada	0,0	31,1	-100,0%
Otros	10,8	2,5	333,4%
- Caja e IFT	-188,3	-316,4	40,5%
Santillana	49,9	64,3	-22,3%
Radio	-2,1	-2,8	24,5%
Prensa	-12,4	-13,0	4,7%
Media Capital	107,8	112,7	-4,3%
Otros	15,1	15,0	0,7%
DEUDA BANCARIA TOTAL	1.561,9	1.659,7	-5,9%

Durante el 1S se ha registrado el bono mandatorio convertible que minorra la deuda en 100 M€ (68,6 millones de préstamos participativos PPL y 32,1 millones de deuda subordinada).

Con los fondos procedentes de la venta de Canal +, se han cancelado por una parte 65 millones a través de subasta con un descuento medio del 16,2% y 18 millones a la par.

Adicionalmente se ha llevado a cabo una recompra de deuda PPL amortizando 33 M€ con parte de los fondos procedentes del aumento de capital de IMG, con un descuento medio del 23,2%

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



*Otros incluye principalmente la variación en la deuda neta por diferencias de cambio.



ANEXO

1. Impactos extraordinarios y cambios en el perímetro de consolidación	18
2. Balance	19
3. Situación Patrimonial	20
4. Otros hechos significativos	22
5. Estructura del Grupo	23
6. Evolución del Tipo de Cambio	24
7. Desglose de Ingresos y Ebitda ajustados por U.N	25
8. Conciliación entre resultado operativo, Ebitda ajustado y Ebit	26



IMPACTOS EXTRAORDINARIOS Y CAMBIOS EN EL PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN

Efectos extraordinarios	ENERO - JUNIO		ABRIL - JUNIO	
	2016	2015	2016	2015
Millones de euros				
Efectos extraordinarios en Ingresos	9,8	11,0	5,2	5,5
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	9,8	11,0	5,2	5,5
Efectos extraordinarios en gastos	(0,8)	(12,6)	0,0	0,0
Indemnizaciones y otros no recurrentes	(7,0)	(19,5)	0,0	0,0
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	6,2	6,9	(0,6)	(6,0)
Efectos extraordinarios en amort. y provisiones	0,5	0,6	(3,8)	(9,3)
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	0,5	0,6	0,0	0,0

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 semestre de 2015. En el 1S de 2016 se han registrado 7 millones de euros frente a 19,5 millones de euros en el mismo período del año anterior.



BALANCE

Millones de euros	ACTIVO	
	30/06/2016	31/12/2015
ACTIVO NO CORRIENTE	1.344,7	1.336,7
Inmovilizado material	125,7	127,9
Fondo de comercio	589,9	577,3
Inmovilizado inmaterial	133,1	129,1
Inversiones financieras no corrientes	30,7	30,9
Sociedades puestas en equivalencia	41,6	42,8
Activos por impuestos diferidos	420,6	425,2
Otros activos no corrientes	3,2	3,6
ACTIVOS CORRIENTES	798,7	1.026,6
Existencias	170,2	153,5
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	384,4	439,6
Inversiones financieras corrientes	20,2	114,5
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	223,9	319,0
TOTAL ACTIVO	2.143,4	2.363,4

Millones de euros	PASIVO	
	30/06/2016	31/12/2015
PATRIMONIO NETO	(295,2)	(394,6)
Capital suscrito	235,0	235,0
Reservas	(587,7)	(701,8)
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	(10,5)	5,3
Socios Externos	67,9	66,9
PASIVOS NO CORRIENTES	1.943,3	2.176,5
Deudas con entidades de crédito	1.697,2	1.907,8
Otros pasivos financieros no corrientes	129,3	131,8
Pasivos por impuestos diferidos	26,5	36,5
Provisiones	49,9	59,7
Otros pasivos no corrientes	40,5	40,7
PASIVOS CORRIENTES	495,3	581,5
Deudas con entidades de crédito	73,4	100,8
Otros pasivos financieros corrientes	11,4	23,1
Acreedores comerciales	265,1	296,1
Otras deudas corrientes	131,0	138,8
Ajustes por periodificación	14,4	22,8
TOTAL PASIVO	2.143,4	2.363,4



SITUACIÓN PATRIMONIAL

A 30 de junio de 2016, 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) es de 161.078 miles de euros, siendo este importe superior a las dos terceras partes de la cifra del capital social.

OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS

a_ Recomprou 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.

b_ 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.

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

Comisión Delegada

Presidente:	D. Juan Luis Cebrián Echarri
Vocales:	D. Manuel Polanco Moreno
	D. José Luis Sainz Díaz
	D. Gregorio Maraón y Bertrán de Lis
	D. Alain Minc
	Dª Elena Pisonero Ruiz
	D. Roberto Alcántara Rojas

Comité de Auditoría

Presidente:	D. Glen Moreno
Vocales:	D. José Luis Leal Maldonado
	Dª Elena Pisonero Ruiz

Comité de Nombramientos y Retribuciones

Presidente:	D. Alan Minc
Vocales:	D. Alfonso Ruiz de Assin Chico de Guzmán
	D. Gregorio Maraón y Bertrán de Lis
	D. Joseph Oughourlian

Comité de Gobierno Corporativo

Presidente:	D. Ernesto Zedillo Ponce de León
Vocales:	D. John Paton
	Dª Blanca Hernández Rodríguez
	Shk. Dr. Khalid Bin Thani Bin Abdullah Al-Thani

Comité de Transformación Tecnológica

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 Maraños 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.



OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS

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. D. Waleed category will AlSa'di Sunday on behalf of International Media Group, S.A.R.L. and Mr Dominique D'Hinnin will separate category.

e_ Inscripción de la 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.

El 22 de Junio de 2016, dicha emisión, formalizada en escritura pública el 7 de abril, ha quedado inscrita en el Registro Mercantil de Madrid.

El importe de la citada emisión asciende finalmente a 100.742.090 euros, divididos en 32.112.350 euros del Tramo A, suscrito por HSBC Bank Plc., varias entidades del grupo Santander y Caixabank, S.A., que canjean la totalidad de su participación en el crédito PIK y 68.629.740 del Tramo B, íntegramente suscrito por HSBC Bank Plc. que canjea parte de su préstamo participativo

d_Operación Venta de Canal+

A 13 de mayo de 2016, quedaban pendientes de resolver 2 ajustes al precio por importe de 36 millones de euros.

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.



ESTRUCTURA DEL GRUPO

Educación	Radio	Prensa	Audiovisual
Educación	Radio en España	El País	Tv en abierto
Formación	Radio Internacional	As	Producción audiovisual
Sistemas de Enseñanza	Música y eventos	Cinco Días	Vídeo
		Revistas	

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:



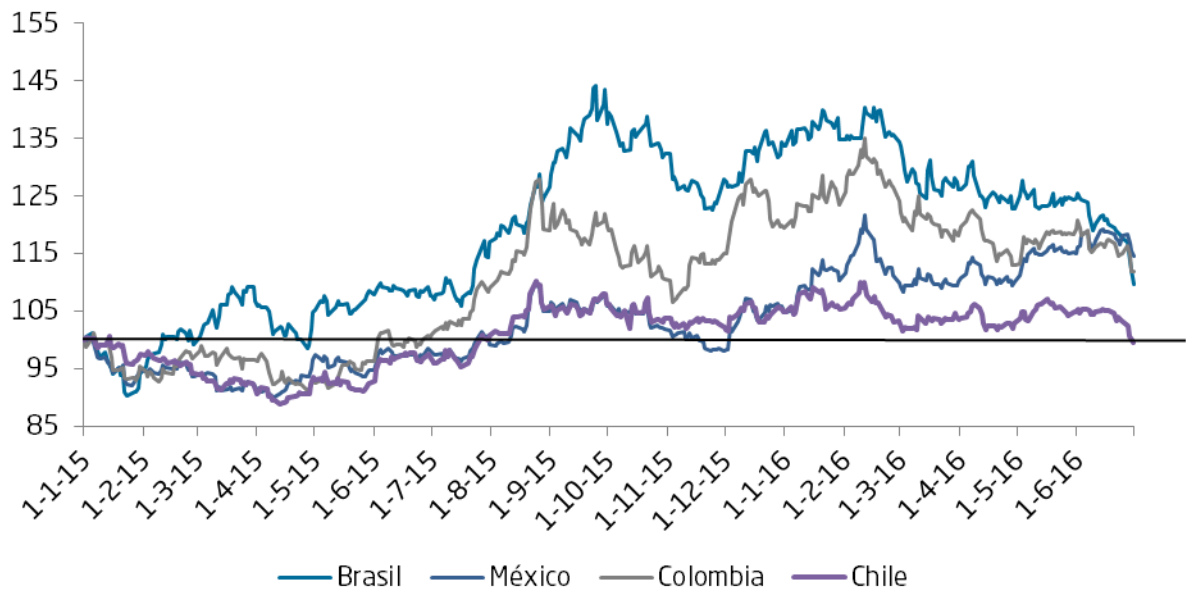
EVOLUCIÓN DEL TIPO DE CAMBIO

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 1S 2016.

El impacto FX sobre los ingresos y el EBITDA del Grupo ha sido negativo, alcanzando 71 y 23 millones de euros respectivamente.

Evolución tipo de cambio vs Euro-en el 1S 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
T2 2016	3.96	20.45	3,379.47	765.13

Fuente: Bloomberg



DESGLOSE DE INGRESOS Y EBITDA AJUSTADOS POR U.N

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN AJUSTADOS	ENERO - JUNIO			ABRIL-JUNIO		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
GRUPO	634,2	661,0	(4,0)	305,1	319,1	(4,4)
EDUCACIÓN	279,6	300,3	(6,9)	111,2	123,2	(9,7)
RADIO	147,6	161,0	(8,4)	83,2	89,9	(7,5)
PRENSA	122,0	117,0	4,3	64,8	61,0	6,2
MEDIA CAPITAL	85,3	82,3	3,6	46,2	44,4	4,1
OTROS	(0,2)	0,3	(160,0)	(0,3)	0,6	(148,4)

EBITDA AJUSTADO	ENERO - JUNIO			ABRIL-JUNIO		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
GRUPO	97,0	108,7	(10,8)	37,3	40,8	(8,4)
EDUCACIÓN	62,8	65,7	(4,4)	9,9	7,8	27,1
RADIO	20,5	29,6	(30,7)	15,4	22,2	(30,4)
PRENSA	7,4	6,3	16,8	6,0	7,1	(15,2)
MEDIA CAPITAL	17,7	17,1	3,2	11,5	10,9	5,3
OTROS	(11,4)	(10,0)	(13,3)	(5,5)	(7,2)	23,3



CONCILIACIÓN ENTRE RESULTADO OPERATIVO, EBITDA AJUSTADO Y EBITDA

GRUPO	ENERO - JUNIO			ABRIL-JUNIO		
	2016	2015	Chg. %	2016	2015	Chg. %
EBITDA	90,0	89,2	0,9	33,5	31,5	6,4
Indemnizaciones	7,0	19,5	(64,2)	3,9	9,3	(58,5)
EBITDA ajustado	97,0	108,7	(10,8)	37,3	40,8	(8,4)
Amortizaciones	36,7	44,3	(17,2)	16,9	22,9	(25,9)
Provisiones	4,5	7,7	(41,9)	8,1	6,1	32,2
Pérdidas	0,8	(0,0)	---	0,8	(0,3)	---
Resultado de explotación	55,0	56,8	(3,1)	11,5	12,1	(4,5)

EDUCACIÓN	ENERO - JUNIO			ABRIL-JUNIO		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
EBITDA	60,7	64,4	(5,7)	8,5	7,1	19,3
Indemnizaciones	2,1	6,5	(67,8)	1,4	2,6	(44,1)
EBITDA ajustado	20,5	29,6	(30,7)	15,4	22,2	(30,4)
Amortizaciones	3,9	5,2	(24,7)	2,0	2,6	(24,1)
Provisiones	2,0	2,5	(21,2)	1,5	2,0	(25,7)
Pérdidas	(0,1)	(0,7)	85,8	(0,0)	(0,7)	93,9
Resultado de explotación	14,7	22,6	(34,8)	12,0	18,3	(34,2)

RADIO	ENERO - JUNIO			ABRIL-JUNIO		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
EBITDA	16,9	23,2	(27,0)	12,7	19,6	(35,2)
Indemnizaciones	3,6	6,5	(43,9)	2,7	2,6	6,0
EBITDA ajustado	20,5	29,6	(30,7)	15,4	22,2	(30,4)
Amortizaciones	3,9	5,2	(24,7)	2,0	2,6	(24,1)
Provisiones	2,0	2,5	(21,2)	1,5	2,0	(25,7)
Pérdidas	(0,1)	(0,7)	85,8	(0,0)	(0,7)	93,9
Resultado de explotación	14,7	22,6	(34,8)	12,0	18,3	(34,2)

PRENSA	ENERO - JUNIO			ABRIL-JUNIO		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
EBITDA	7,1	(2,5)	---	6,6	1,5	-
Indemnizaciones	0,3	8,8	(97,1)	(0,6)	5,6	(110,6)
EBITDA ajustado	7,4	6,3	16,8	6,0	7,1	(15,2)
Amortizaciones	3,6	3,5	3,5	1,8	1,7	5,1
Provisiones	0,2	0,3	(24,4)	(0,4)	(0,9)	58,2
Pérdidas	0,0	0,0	---	0,0	0,0	---
Resultado de explotación	3,5	2,5	39,9	4,5	6,2	(27,0)

MEDIA CAPITAL	ENERO - JUNIO			ABRIL-JUNIO		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
EBITDA	17,3	16,4	5,1	11,5	10,8	6,1
Indemnizaciones	0,4	0,7	(40,0)	0,0	0,1	(79,3)
EBITDA ajustado	17,7	17,1	3,2	11,5	10,9	5,3
Amortizaciones	4,1	3,7	12,1	2,2	2,0	9,3
Provisiones	0,1	0,2	(65,0)	0,0	0,2	(69,3)
Pérdidas	0,0	0,0	---	0,0	0,0	---
Resultado de explotación	13,4	13,2	1,9	9,3	8,8	5,7

OTROS	ENERO - JUNIO			ABRIL-JUNIO		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
EBITDA	(12,0)	(12,4)	2,8	(5,8)	(7,6)	23,3
Indemnizaciones	0,6	(2,8)	122,3	0,3	(1,5)	116,9
EBITDA ajustado	30,9	26,1	18,6	(11,0)	(21,6)	48,9
Amortizaciones	21,0	26,6	(21,0)	9,0	13,9	(35,5)
Provisiones	0,3	2,2	(88,5)	5,5	2,9	89,4
Pérdidas	1,0	1,3	(22,3)	0,9	1,1	(20,3)
Resultado de explotación	8,6	(4,1)	---	(26,3)	(39,5)	33,3