



Resultados do 1º semestre de 2015

Grupo Media Capital, SGPS, S.A.

	<ul style="list-style-type: none"> • 11º ano de liderança • Liderança em Grupo de canais • Novos conteúdos na área da ficção e entretenimento: “A Única Mulher”, “Masterchef Portugal”, “Secret Story – Luta Pelo Poder” e “The Money Drop – Entre a Ganhar” • TVI24 atinge liderança entre canais de informação em junho • TVI24 chega a Cabo Verde; TVI Ficção (Luxemburgo) e TVI Internacional (Suíça) disponíveis em novas plataformas • José Alberto Carvalho e Joaquim Sousa Martins distinguidos, respetivamente, com os prémios Baile da Rosa e Alves dos Santos (o último atribuído pelo CNID),
	<ul style="list-style-type: none"> • Grande produção “A Única Mulher”, com gravações em Angola e Portugal • Exportação de serviços técnicos de produção e de cenografia para Angola e Espanha • Maria João Mira, autora do guião da novela “A Única Mulher”, foi distinguida na categoria Diversidade de Guiões (criada pelo Alto Comissariado para as Migrações), nos Prémios Comunicação (M&P)
	<ul style="list-style-type: none"> • MCR grupo líder em <i>share</i> de audiência na segunda vaga do Bareme Rádio • Rádio Comercial número um em Portugal em audiências de rádio e nas redes sociais • Rádio Comercial eleita “Marca de Confiança” pelos consumidores • M80 com novo site
	<ul style="list-style-type: none"> • Lançamento do TVI Player • Nova imagem e novo site IOL.pt, a celebrar os 15 anos da marca • Nova app Masterchef Portugal • Nova app Você na TV • Ação #parabenstvi e #parabenstvi24 • Votações online LUX “Personalidades 2014” • Entrada do blog Teresa Guilherme na rede IOL

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS, SA
Sociedade Aberta
Sede: Rua Mário Castelhana, n.º 40, Barcarena, Oeiras
Matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Cascais sob o n.º 17831 (Oeiras)
Pessoa Coletiva n.º 502 816 481 | Capital Social: 89.583.970,80 euros

RESULTADOS DO 1º SEMESTRE DE 2015

O Resultado Líquido do Grupo Media Capital subiu 4% face ao período homólogo, atingindo € 7,4 milhões

- No plano operacional, o EBITDA do Grupo Media Capital recuou 11%, alcançando € 16,2 milhões e uma margem de 19,7%. Este desempenho resultou sobretudo do recuo dos outros rendimentos operacionais relacionados com chamadas de tarifa única.
- No que se refere à publicidade, os rendimentos consolidados de publicidade permaneceram ao nível do verificado na primeira metade de 2014. O Grupo estima ter ganho quota no período em análise.
- A **TVI** garantiu a liderança de audiências em televisão, registando no primeiro semestre uma média de quota de audiência de 23,2% e de 26,8%, no total do dia e no horário nobre, respetivamente. A diferença face ao segundo canal mais visto foi de 4,0pp no primeiro caso e de 2,6pp no segundo. A liderança da TVI em audiências mantém-se quando a leitura destas é feita por grupos de canais, com 26,1% no total do dia e 28,9% em horário nobre, mais 3,7pp e 2,2pp do que o segundo grupo de canais concorrente. Esta liderança acentuou-se face ao período homólogo.
- Na vertente financeira, o segmento de **Televisão** atingiu um EBITDA de € 13,4 milhões e uma margem de 19,7%, com a publicidade a ficar ao nível dos primeiros seis meses de 2014.
- Por seu turno, o segmento de **Produção Audiovisual** registou uma melhoria da rentabilidade, com o EBITDA a atingir € 0,3 milhões (vs. € 0,2 milhões no período homólogo).
- O EBITDA do segmento de **Rádio** ascendeu a € 2,4 milhões, a que correspondeu uma margem de 28,6%, melhorando 18% face ao período homólogo. Na terceira vaga de audiências de 2015, o conjunto das rádios do Grupo Media Capital registou uma quota líder de 37,3% (4,1pp acima do segundo grupo e 3,6pp melhor que o valor homólogo de 2014). É de destacar o desempenho da Rádio Comercial, com uma quota de 26,5%, 5,1pp acima do concorrente mais próximo nesta vaga e 3,5pp melhor que o verificado no período homólogo.
- O primeiro semestre ficou ainda marcado pelo sucesso do lançamento do **TVI Player**, serviço que consiste numa plataforma própria otimizada para a visualização de programas e vídeos do universo TVI em ambiente digital. Encontra-se disponível de forma gratuita para web, iPad e iPhone, bem como smartphone e tablet na plataforma Android. Conta na sua oferta com as emissões em direto dos canais TVI e, de forma diferida, com programas, clipes com os melhores momentos e conteúdos exclusivos.
- Os resultados financeiros melhoraram de forma substancial (37%), devido essencialmente à operação de refinanciamento verificada na segunda metade de 2014, que permitiu reduzir os gastos de financiamento.

Queluz de Baixo, 21 de julho de 2015



1. Demonstração de Resultados Consolidados

milhares de €	1S 2015	1S 2014	Var %	2T 2015	2T 2014	Var %
Total de Rendimentos Operacionais	82.330	88.957	-7%	44.395	49.097	-10%
Televisão	67.948	72.942	-7%	36.669	40.267	-9%
Produção Audiovisual	19.747	20.225	-2%	9.829	10.648	-8%
Rádio	8.320	7.804	7%	4.936	4.456	11%
Outros	8.289	9.040	-8%	4.160	4.532	-8%
Ajustamentos de Consolidação	(21.975)	(21.053)	-4%	(11.199)	(10.806)	-4%
Total de Gastos Operacionais ex-D&A	66.137	70.816	-7%	33.721	36.222	-7%
EBITDA	16.193	18.142	-11%	10.674	12.875	-17%
Margem EBITDA	19,7%	20,4%	-0,7pp	24,0%	26,2%	-2,2pp
Televisão	13.409	15.419	-13%	8.826	10.370	-15%
Produção Audiovisual	336	174	93%	(369)	479	N/A
Rádio	2.381	2.016	18%	1.850	1.531	21%
Outros	(164)	468	N/A	(20)	422	N/A
Ajustamentos de Consolidação	231	64	258%	386	73	N/A
Depreciações e Amortizações	3.695	4.330	-15%	1.976	2.112	-6%
Resultados Operacionais (EBIT)	12.497	13.811	-10%	8.698	10.763	-19%
Resultados Financeiros (Líquidos)	(2.786)	(4.445)	37%	(1.661)	(2.252)	26%
Res. antes de imp. e int. s/ controlo	9.712	9.366	4%	7.037	8.511	-17%
Impostos sobre o Rendimento	(2.357)	(2.273)	-4%	(1.960)	(2.134)	8%
Res.Líquido Operações em Continuação	7.355	7.093	4%	5.077	6.378	-20%
Resultado líquido do exercício	7.355	7.093	4%	5.077	6.378	-20%

No primeiro semestre de 2015 o Grupo Media Capital registou um total de **rendimentos operacionais consolidados** de € 82,3 milhões, valor que corresponde a uma queda de 7%. No segundo trimestre, verificou-se uma queda homóloga de 10%, para € 44,4 milhões.

Os **gastos operacionais** recuaram 7%, devido sobretudo aos segmentos de produção e televisão. No período de abril a junho, os gastos recuaram igualmente 7% de € 36,2 milhões para € 33,7 milhões.

O **EBITDA consolidado** do Grupo recuou 11% de € 18,1 milhões para € 16,2 milhões, com uma margem de 19,7%. Numa ótica trimestral, o EBITDA retrocedeu 17% de € 12,9 milhões para € 10,7 milhões.

O **resultado operacional** (EBIT) consolidado ascendeu a € 12,5 milhões (comparando com € 13,8 milhões em 2014), enquanto que o **resultado líquido** foi de € 7,4 milhões, 4% superior ao verificado a idêntico período do ano anterior, beneficiando da melhoria do resultado financeiro. No segundo trimestre, o resultado líquido ascendeu a € 5,1 milhões (-20% vs 2T'14).



milhares de €	1S 2015	1S 2014	Var %	2T 2015	2T 2014	Var %
Rendimentos Operacionais	82.330	88.957	-7%	44.395	49.097	-10%
Publicidade	56.886	56.638	0%	33.157	33.088	0%
Outros Rendimentos Operacionais	25.444	32.320	-21%	11.238	16.009	-30%

Os **rendimentos de publicidade** ficaram em linha com o valor do ano transato. No segmento de Televisão, a publicidade teve igualmente uma variação nula. No segmento de Rádio verificou-se

uma subida de 8%, enquanto que no segmento Outros (que inclui as áreas do Digital, Música e Eventos, assim como a holding e os serviços partilhados do Grupo), houve uma queda de 11%.

O Grupo estima ter ganho quota no período em análise.

Os **outros rendimentos operacionais**, compostos essencialmente por rendimentos de produção audiovisual, serviços multimédia e rendimentos de cedência de sinal, recuaram 21%, com o impacto a advir sobretudo do segmento de televisão, em concreto no que refere a serviços multimédia. Esta redução é originária quer do impacto da autorregulação nos concursos de

chamada de tarifa única, a qual entrou em vigor em julho de 2014, quer do barramento de chamadas efetuado por operadores de telecomunicações. Não obstante esta última situação ter sido ultrapassada no segundo trimestre, continuou a verificar-se um impacto negativo nesta atividade. Nessa medida, e tendo também em atenção os menores rendimentos de produção, esta linha recuou 30% relativamente ao 2T'14.

2. Televisão



milhares de €	1S 2015	1S 2014	Var %	2T 2015	2T 2014	Var %
Rendimentos Operacionais	67.948	72.942	-7%	36.669	40.267	-9%
Publicidade	47.449	47.517	0%	27.675	27.878	-1%
Outros Rendimentos	20.499	25.425	-19%	8.994	12.389	-27%
Gastos Operacionais, ex D&A	54.539	57.523	-5%	27.843	29.897	-7%
EBITDA	13.409	15.419	-13%	8.826	10.370	-15%
Margem EBITDA	19,7%	21,1%	-1,4pp	24,1%	25,8%	-1,7pp
Depreciações e Amortizações	1.377	1.794	-23%	680	883	-23%
Resultado Operacional (EBIT)	12.033	13.626	-12%	8.147	9.487	-14%

O conjunto dos canais da Media Capital composto pela TVI, TVI24, TVI Ficção, +TVI e TVI Direct liderou o primeiro semestre de 2015 com uma quota de audiência de 26,1% no total do dia e 28,9% no horário nobre (20h-24h). Esta liderança estendeu-se ao *target* comercial Adultos. Acresce ainda que a liderança da TVI alargou-se face ao período homólogo quer no *target* Universo, quer no *target* Adultos em *all day* e *prime time*.

All Day (%)	UNIVERSO	ADULTOS
Grupo TVI	26,1	26,8
Grupo SIC	22,4	23,0
Grupo RTP	18,4	19,4

Prime Time (%)	UNIVERSO	ADULTOS
Grupo TVI	28,9	29,4
Grupo SIC	26,7	27,4
Grupo RTP	16,4	17,3



Relativamente ao canal generalista, no período em análise a TVI confirmou a posição de canal mais visto da televisão portuguesa. De acordo com a GfK, a estação obteve um *share* de audiência de 23,2% em total de indivíduos

(Universo), 4,0 pontos percentuais acima do seu concorrente mais próximo, e com uma diferença de 8,0 pontos para o terceiro canal mais visto.

Em 2015, a TVI é igualmente líder destacada no principal *target* comercial - indivíduos com idade igual ou superior a 15 anos (Adultos) - no qual regista 23,8%, o que equivale a 4,1 e 7,5 pontos percentuais acima dos dois concorrentes mais próximos.

Para o horário nobre, a TVI garantiu igualmente a primeira posição, com uma quota reforçada de 26,8%, ou seja uma vantagem de 2,6 pp de *share* sobre o segundo canal. Situação equivalente verificou-se no *target* comercial Adultos, no qual a TVI captou 27,2% da audiência, com a segunda e a terceira posição a registarem 24,7% e 14,7% respetivamente.

No período em análise, a TVI apresentou a estrutura usual nos grandes géneros televisivos, predominando a ficção, seguida do entretenimento e da informação, tal como do desporto.

DESEMPENHO FINANCEIRO

Em termos de desempenho financeiro, o segmento de Televisão viu os seus **rendimentos operacionais** totais recuarem 7% (-9% no 2T'15).

Os **rendimentos de publicidade** ficaram estáveis face ao período homólogo (-1% no 2T'15). O Grupo estima ter ganho quota no período em análise.

Os **outros rendimentos**, que englobam entre outros, proveitos de cedência de sinal e serviços multimédia, recuaram 19% (-27% no 2T'15). Conforme referido anteriormente, esta redução deveu-se sobretudo a dois efeitos: a autorregulação nos concursos de chamada de tarifa única (a qual entrou em vigor em julho de

2014), assim como o barramento de chamadas efetuado por operadores de telecomunicações, situação esta ultrapassada no segundo trimestre, mas que não impediu que o decréscimo de atividade persistisse.

Os **gastos operacionais** tiveram um decréscimo de 5% face ao ano anterior (-7% no 2T'15), associado sobretudo a uma redução dos custos de programação, bem como à menor atividade de serviços multimédia.

A evolução combinada entre rendimentos e gastos resultou num EBITDA de € 13,4 milhões (€ 8,8 milhões no 2T'15), que compara com € 15,4 milhões no 1S'14 (€ 10,4 milhões no 2T'14), com uma margem de 19,7% (24,1% no 2T'15).



3. Produção Audiovisual

milhares de €	1S 2015	1S 2014	Var %	2T 2015	2T 2014	Var %
Rendimentos Operacionais	19.747	20.225	-2%	9.829	10.648	-8%
Publicidade	0	0	0%	0	0	0%
Outros Rendimentos	19.747	20.225	-2%	9.829	10.648	-8%
Gastos Operacionais, ex D&A	19.411	20.051	-3%	10.198	10.169	0%
EBITDA	336	174	93%	(369)	479	N/A
Margem EBITDA	1,7%	0,9%	0,8pp	-3,8%	4,5%	-8,3pp
Depreciações e Amortizações	1.395	1.583	-12%	826	791	4%
Resultado Operacional (EBIT)	(1.059)	(1.408)	N/A	(1.195)	(312)	-282%

O segmento de produção audiovisual atingiu um total de **rendimentos operacionais** de € 19,7 milhões, recuando 2%. No trimestre, a queda foi de 8%, atingindo um valor de € 9,8 milhões.

Em Portugal, os rendimentos operacionais recuaram 2%, com menor atividade relacionada com o aluguer de meios de produção e com a construção de cenários (sobretudo a última).

Relativamente ao negócio em Espanha, os rendimentos operacionais refletiram uma

melhoria da faturação para clientes daquele país. No trimestre as dinâmicas de evolução foram semelhantes.

Não obstante a redução dos rendimentos operacionais, tal foi compensado pela redução dos gastos (-3%), pelo que o **EBITDA** melhorou 93%, de € 0,2 milhões, para € 0,3 milhões. No segundo trimestre, o EBITDA atingido foi de € -0,4 milhões (€ 0,5 milhões no 2T'14).

4. Rádio



milhares de €	1S 2015	1S 2014	Var %	2T 2015	2T 2014	Var %
Rendimentos Operacionais	8.320	7.804	7%	4.936	4.456	11%
Publicidade	7.930	7.309	8%	4.697	4.147	13%
Outros Rendimentos	390	495	-21%	238	309	-23%
Gastos Operacionais, ex D&A	5.939	5.788	3%	3.085	2.925	5%
EBITDA	2.381	2.016	18%	1.850	1.531	21%
Margem EBITDA	28,6%	25,8%	2,8pp	37,5%	34,4%	3,1pp
Depreciações e Amortizações	775	779	0%	390	349	12%
Resultado Operacional (EBIT)	1.606	1.236	30%	1.461	1.182	24%

Os dados relativos às audiências continuaram a evidenciar o excelente desempenho dos formatos explorados pela MCR, dados que atingiram valores máximos históricos.

Com efeito, na terceira vaga de audiências de 2015, o conjunto das rádios do Grupo Media Capital registou um **share de audiência líder de 37,3%** (4,1pp acima do segundo grupo e 3,6pp melhor que o valor homólogo de 2014). É de destacar o desempenho da **Rádio Comercial** com um **share de 26,5%**, 5,1pp acima do concorrente mais próximo nesta vaga e 3,5pp melhor que o verificado no período homólogo. A Rádio Comercial liderou em todas as regiões do painel à exceção de uma, sendo igualmente de destacar o **share** obtido no período *prime* em rádio: 06h00-10h00, que foi de 29,8%, o segundo mais elevado de sempre do setor e o melhor dos últimos 13 anos.

Por seu turno, a **m80** - a rádio dos êxitos dos anos 70, 80 e 90 - obteve um **share de 6,2%** (+0,8pp vs o período homólogo). É a rádio com mais quota entre as que não possuem rede de cobertura nacional. É a terceira rádio mais ouvida na região de Lisboa.

Relativamente aos outros formatos, a **Cidade** obteve uma quota de 3,2%, reforçando a liderança no segmento das rádios cujo principal alvo é a população mais jovem.

Os **rendimentos de publicidade** da MCR melhoraram 8% relativamente ao período comparável (+13% no 2T'15). O Grupo estima ter ganho quota no período em análise.

Os **outros rendimentos operacionais** recuaram 21% (-23% no 2T'15), embora em termos absolutos essa redução seja reduzida.

Quanto aos **gastos operacionais** deste segmento, estes aumentaram 3% face ao nível de 2014 (+5% no 2T'15).

Face ao descrito, o **EBITDA** do segmento foi de € 2,4 milhões (+18% face a 2014), com uma margem de 28,6% (+2,8pp). No segundo trimestre, o EBITDA melhorou igualmente, de € 1,5 milhões para € 1,9 milhões (+21%).

5. Outros



milhares de €	1S 2015	1S 2014	Var %	2T 2015	2T 2014	Var %
Rendimentos Operacionais	8.289	9.040	-8%	4.160	4.532	-8%
Publicidade	1.637	1.829	-11%	892	1.085	-18%
Outros Rendimentos Operacionais	6.652	7.210	-8%	3.268	3.447	-5%
Gastos Operacionais, ex D&A	8.453	8.572	-1%	4.180	4.111	2%
EBITDA	(164)	468	N/A	(20)	422	N/A
Margem EBITDA	-2,0%	5,2%	-7,2pp	-0,5%	9,3%	-9,8pp
Depreciações e Amortizações	148	175	-15%	81	88	-8%
Resultado Operacional (EBIT)	(312)	293	N/A	(101)	333	N/A

Este segmento inclui as áreas do Digital, Música e Eventos, assim como a *holding* e os serviços partilhados do Grupo.

Não obstante o forte ambiente competitivo existente na área do Digital, a MCD tem conseguido registar bons níveis de adesão aos seus conteúdos e serviços, o que se reflete positivamente nos indicadores de performance.

A título de exemplo, o grupo de *sites* da TVI chega ao final de junho de novo na liderança do seu segmento (referente a *sites* de canais de TV), com um *share* de 45% em visitas e de 40% em páginas vistas.

O primeiro semestre ficou ainda marcado pelo sucesso do **lançamento do TVI Player**, serviço que consiste numa plataforma própria otimizada para a visualização de programas e vídeos do universo TVI em ambiente digital. Encontra-se

disponível de forma gratuita web, iPad e iPhone, bem como smartphone e tablet na plataforma Android. Conta na sua oferta com as emissões em direto dos canais TVI, bem como, de forma diferida, programas, clipes com os melhores momentos e conteúdos exclusivos.

A mobilidade é um aspeto chave da oferta, com o consumo mobile a representar mais de 40% do total desde o seu início, excedendo no total mais de 2,5 milhões de vídeos vistos.

Na componente financeira, os **rendimentos de publicidade** recuaram 11% no comparativo homólogo (-18% no 2T'15), enquanto que os **outros rendimentos operacionais** tiveram uma queda de 8% (-5% no 2T'15).

O **EBITDA** do segmento foi assim negativo em € 164 milhares, que compara com um valor positivo de € 468 milhares no período homólogo.



6. Cash Flow

milhares de €	1S 2015	1S 2014	Var %	2T 2015	2T 2014	Var %
Recebimentos	114.066	113.869	0%	61.171	62.825	-3%
Pagamentos	(96.668)	(107.406)	10%	(48.937)	(50.870)	4%
Fluxos das atividades operacionais (1)	17.398	6.464	169%	12.234	11.956	2%
Recebimentos	3.496	1.660	111%	3.107	1.611	93%
Pagamentos	(5.192)	(3.818)	-36%	(1.798)	(2.122)	15%
Fluxos das at. de Investimento (2)	(1.695)	(2.158)	21%	1.309	(511)	N/A
Recebimentos	62.739	49.943	26%	17.935	19.082	-6%
Pagamentos	(78.578)	(57.375)	-37%	(31.161)	(31.494)	1%
Fluxos das at. de financiamento (3)	(15.838)	(7.431)	-113%	(13.226)	(12.412)	N/A
Caixa e equivalentes no início do período	2.996	5.237	-43%	2.546	3.075	-17%
Var. caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	(136)	(3.126)	96%	317	(968)	N/A
Efeito das variações de câmbios	3	(5)	N/A	(0)	(1)	86%
Caixa e equivalentes no final do período	2.863	2.106	36%	2.863	2.106	36%

O **cash flow das atividades operacionais** foi de € 17,4 milhões, comparando com € 6,5 milhões no 1S'14 (+169%). A melhoria foi transversal à maioria dos segmentos, embora mais notável no de televisão.

O **cash flow das atividades de investimento** foi de € -1,7 milhões, quando o ano passado havia sido de € -2,2 milhões. Analisando o *cash flow* respeitante a pagamentos de ativos fixos tangíveis e intangíveis, este ascendeu a € -5,1 milhões, o que compara com € -2,8 milhões no período homólogo. Esta variação deve-se, por um lado, ao reduzido capex verificado no primeiro

semestre de 2014 e, sobretudo, à concentração do capex de 2014 nos últimos meses desse ano (com respetivos pagamentos já em 2015). Assim sendo, não se perspetiva que os valores anuais de 2015 sejam proporcionais aos verificados nos primeiros seis meses.

O **cash flow das atividades de financiamento** foi de € -15,8 milhões, refletindo os movimentos verificados nas atividades operacionais e de investimento, bem como o montante de dividendos distribuídos (igualmente € 15,8 milhões).



7. Endividamento

milhares de €	Jun 15	Dez 14	Var Abs	Var %
Dívida financeira	116.880	118.719	(1.839)	-2%
Empréstimos bancários / Papel comercial / Obrigações	115.795	117.154	(1.359)	-1%
Outro endividamento	1.085	1.565	(480)	-31%
Caixa & equivalentes	2.863	2.996	(132)	-4%
Dívida líquida	114.017	115.723	(1.706)	-1%

No que diz respeito ao **endividamento líquido**, registou-se um decréscimo de 1% (€ -1,7 milhões) face a dezembro de 2014, situando-se no final de junho de 2015 em € 114,0 milhões. De salientar que o valor da dívida inclui os *leasings*, que ascendem no total a € 1,1 milhões no final do período em análise.

Conforme decorre da explicação constante no ponto de análise ao *cash flow*, a redução da

dívida líquida ocorreu não obstante o montante de dividendos distribuídos (€ 15,8 milhões), sem os quais a dívida líquida teria recuado de forma mais acentuada.

O Grupo Media Capital mantém assim uma confortável estrutura de capital.

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DA POSIÇÃO FINANCEIRA
EM 30 DE JUNHO DE 2015 E 31 DE DEZEMBRO DE 2014

(Montantes expressos milhares de Euros)

ATIVO	30.06.2015	31.12.2014
ATIVOS NÃO CORRENTES:		
<i>Goodwill</i>	153.568	153.568
Ativos intangíveis	15.451	13.829
Ativos fixos tangíveis	15.830	16.255
Investimentos em associadas	1.638	1.685
Ativos financeiros disponíveis para venda	5	8
Direitos de transmissão de programas de televisão	50.856	48.481
Outros ativos não correntes	3.346	3.693
Ativos por imposto diferido	3.435	3.536
	<u>244.129</u>	<u>241.055</u>
ATIVOS CORRENTES:		
Direitos de transmissão de programas de televisão	32.960	33.585
Inventários	38	38
Clientes e outras contas a receber	39.096	41.943
Ativos por imposto corrente	251	245
Outros ativos correntes	9.181	12.180
Caixa e seus equivalentes	2.863	2.996
	<u>84.390</u>	<u>90.987</u>
TOTAL DO ATIVO	<u><u>328.518</u></u>	<u><u>332.042</u></u>
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		
CAPITAL PRÓPRIO:		
Capital	89.584	89.584
Reservas	29.210	28.829
Resultado líquido consolidado do período	7.355	16.475
Capital próprio atribuível aos acionistas da empresa-mãe	<u>126.149</u>	<u>134.888</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	<u><u>126.149</u></u>	<u><u>134.888</u></u>
PASSIVO:		
PASSIVOS NÃO CORRENTES:		
Financiamentos obtidos	107.108	103.656
Provisões	6.875	6.941
Passivos por imposto diferido	1.358	1.358
	<u>115.342</u>	<u>111.956</u>
PASSIVOS CORRENTES:		
Financiamentos obtidos	9.772	15.063
Fornecedores e outras contas a pagar	46.202	42.483
Passivos por imposto corrente	62	53
Outros passivos correntes	30.991	27.600
	<u>87.028</u>	<u>85.199</u>
TOTAL DO PASSIVO	<u><u>202.369</u></u>	<u><u>197.154</u></u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	<u><u>328.518</u></u>	<u><u>332.042</u></u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS RESULTADOS
DOS SEMESTRES E TRIMESTRES FINDOS EM 30 DE JUNHO DE 2015 E 2014

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	Semestre findo em		Trimestre findo em	
	30.06.2015	30.06.2014	30.06.2015	30.06.2014
<u>RENDIMENTOS OPERACIONAIS:</u>				
Prestações de serviços	61.590	62.935	35.299	36.400
Vendas	70	174	25	55
Outros rendimentos operacionais	20.669	25.848	9.071	12.642
Total de rendimentos operacionais	82.330	88.957	44.395	49.097
<u>GASTOS OPERACIONAIS:</u>				
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	(8.982)	(13.367)	(4.486)	(6.239)
Fornecimentos e serviços externos	(34.261)	(33.357)	(17.021)	(17.845)
Gastos com o pessoal	(21.891)	(23.360)	(11.083)	(11.823)
Amortizações e depreciações	(3.695)	(4.330)	(1.976)	(2.112)
Provisões e perdas de imparidade ((reforços) / reversões)	(159)	(94)	(656)	39
Outros gastos operacionais	(844)	(639)	(476)	(353)
Total de gastos operacionais	(69.832)	(75.146)	(35.697)	(38.334)
Resultados operacionais	12.497	13.811	8.698	10.763
<u>RESULTADOS FINANCEIROS:</u>				
Gastos financeiros	(3.118)	(4.538)	(1.583)	(2.279)
Rendimentos financeiros	331	71	(90)	33
Gastos financeiros, líquidos	(2.787)	(4.467)	(1.673)	(2.246)
Ganhos / (perdas) em empresas associadas, líquidos	1	22	13	(6)
Resultados antes de impostos	9.712	9.366	7.037	8.511
Imposto sobre o rendimento do período	(2.357)	(2.273)	(1.960)	(2.134)
Resultado consolidado líquido das operações em continuação	7.355	7.093	5.077	6.378
Atribuível a:				
Acionistas da empresa-mãe	7.355	7.093	5.077	6.378
Resultado por ação das operações em continuação em Euros				
Básico	0,0870	0,0839	0,0601	0,0755
Diluído	0,0870	0,0839	0,0601	0,0755

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS FLUXOS DE CAIXA
DOS SEMESTRES FINDOS EM 30 DE JUNHO DE 2015 E 2014

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>30.06.2015</u>	<u>30.06.2014</u>
<u>ATIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	114.066	113.869
Pagamentos a fornecedores	(58.390)	(57.301)
Pagamentos ao pessoal	(21.342)	(24.015)
Fluxos gerados pelas operações	<u>34.335</u>	<u>32.554</u>
Recebimento do imposto sobre o rendimento	206	(1.426)
Outros pagamentos relativos à atividade operacional	(17.142)	(24.664)
Fluxos das atividades operacionais (1)	<u>17.398</u>	<u>6.464</u>
<u>ATIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Alienação de subsidiárias	52	-
Vendas de ativos fixos tangíveis e ativos intangíveis	12	884
Dividendos	70	-
Juros e rendimentos similares	49	92
Reembolsos de financiamentos concedidos	3.313	683
	<u>3.496</u>	<u>1.660</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Concentrações empresariais	-	(294)
Aquisição de ativos fixos tangíveis	(5.098)	(2.267)
Aquisição de ativos intangíveis	(39)	(532)
Financiamentos concedidos	(54)	(724)
	<u>(5.192)</u>	<u>(3.818)</u>
Fluxos das atividades de investimento (2)	<u>(1.695)</u>	<u>(2.158)</u>
<u>ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	<u>62.739</u>	<u>49.943</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	(59.507)	(43.006)
Amortização de contratos de locação financeira	(615)	(662)
Juros e gastos similares	(2.325)	(3.157)
Dividendos	(15.821)	(9.804)
Outras despesas financeiras	(310)	(746)
	<u>(78.578)</u>	<u>(57.375)</u>
Fluxos das atividades de financiamento (3)	<u>(15.838)</u>	<u>(7.431)</u>
Caixa e seus equivalentes no início do período	2.996	5.237
Variação de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(136)	(3.126)
Efeito das diferenças de câmbio	3	(5)
Caixa e seus equivalentes no fim do período	2.863	2.106