

A large, light gray watermark of a stylized letter 'M' is centered on the page, spanning across the blue title bar and the white background below it.

Resultados do 1º trimestre de 2018

Grupo Média Capital, SGPS, S.A.

GRUPO MÉDIA 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 TRIMESTRE DE 2018

O Grupo Média Capital apresenta os resultados do 1º trimestre, nos quais reforça a sua liderança nos média em Portugal em termos de quota e rentabilidade

- Nos primeiros três meses do ano, o Grupo Média Capital reforçou as audiências e rentabilidade, fortalecendo desta forma a sua posição no competitivo setor dos média nacionais.
- Os **resultados antes de impostos** registaram uma melhoria de 31% face ao período homólogo, efeito da melhoria nos rendimentos de publicidade, no EBITDA e nos resultados financeiros.
- Os rendimentos de **publicidade** subiram 4%, registando o melhor desempenho desde o primeiro trimestre de 2016.
- Por seu turno, o **EBITDA** alcançou os € 5,2 milhões, 4% acima do conseguido nos primeiros três meses de 2017.
- Os **resultados financeiros** melhoraram 10%, em resultado do menor volume médio de dívida líquida e da redução do respetivo custo.
- Por segmentos, a **Televisão** registou um EBITDA de € 3,4 milhões. A **TVI** registou em março 140 meses consecutivos de liderança de audiências em televisão, registando uma média de quota de 21,1% e de 24,4%, no total do dia e no horário nobre, respetivamente. A diferença face ao segundo canal mais visto foi de 3,9pp no primeiro caso e de 3,3pp no último. A liderança da TVI em audiências mantém-se por grupos de canais (que inclui os canais TVI, TVI24, TVI Ficção e TVI Reality), com 23,9% no total do dia e 26,6% em horário nobre, mais 3,3pp e 2,5pp do que o segundo grupo de canais com maior audiência, não obstante a TVI dispor de um menor número de canais.
- O segmento de **Rádio** voltou a melhorar o EBITDA, desta feita em 40%, tendo ascendido a € 1,1 milhões, com uma margem 27,7%. É de destacar o reforço das audiências, com uma quota líder de 37,3% - 1,4pp acima do principal grupo concorrente e 3,2pp melhor que o obtido na vaga homóloga -, suportado pela liderança da Rádio Comercial (24,9%, com um crescimento claro face aos 22,7% do período homólogo) e pela continuada subida da m80, que reforça a posição de terceira estação mais ouvida em Portugal.
- Na área **Digital**, o trimestre ficou pautado por uma forte melhoria dos seus resultados a nível de audiências e receitas. Na comparação com o período homólogo, o conjunto de *websites* e *apps* subiu 18% em sessões e 26% no que ao vídeo diz respeito, contribuindo decisivamente para os 9% de crescimento da publicidade.
- É de assinalar ainda o desempenho ao nível da **geração de caixa**, com uma melhoria do *cash flow* operacional de € 2,3 milhões para € 6,0 milhões, bem como da dívida líquida, que reduziu € 5,2 milhões e € 9,7 milhões face ao observado, respetivamente, no final de dezembro de 2017 e no primeiro trimestre de 2017. Desta forma, a dívida líquida atingiu, no final de março de 2018, € 90,1 milhões, que corresponde ao nível mais baixo do primeiro trimestre desde 2007.

Queluz de Baixo, 12 de abril de 2018



1. Demonstração de Resultados Consolidados

milhares de €	1T 2018	1T 2017	Var %
Total de Rendimentos Operacionais	38.727	35.076	10%
Televisão	31.784	28.650	11%
Produção Audiovisual	7.512	6.658	13%
Rádio	4.032	3.950	2%
Outros	3.882	3.919	-1%
Ajustamentos de Consolidação	(8.482)	(8.099)	-5%
Total de Gastos Operacionais ex-D&A	33.528	30.061	12%
EBITDA	5.199	5.015	4%
Margem EBITDA	13,4%	14,3%	-0,9pp
Televisão	3.351	3.988	-16%
Produção Audiovisual	127	(664)	N/A
Rádio	1.116	799	40%
Outros	(27)	345	N/A
Ajustamentos de Consolidação	632	547	16%
Depreciações e Amortizações	1.527	1.865	-18%
Resultados Operacionais (EBIT)	3.672	3.149	17%
Resultados Financeiros (Líquidos)	(989)	(1.097)	10%
Res. Antes de Imp. e Int. s/ Controlo	2.683	2.052	31%
Impostos sobre o Rendimento	(743)	(140)	-430%
Res. Líquido Operações em Continuação	1.940	1.912	1%
Resultado Líquido do Período	1.940	1.912	1%

No primeiro trimestre de 2018, os **rendimentos operacionais** subiram 10%, atingindo os € 38,7 milhões (€ 35,1 milhões no período homólogo). Os **gastos operacionais** excluindo amortizações e depreciações registaram uma subida de 12%, passando de € 30,1 milhões para € 33,5 milhões.

O evolutivo de ambas as linhas refletiu, para além da atividade ordinária, o **impacto da adoção do IFRS 15** a partir de 1 de janeiro de 2018, referente ao registo de rendimentos procedentes de contratos com clientes. Este novo normativo implicou uma **subida de rendimentos e gastos operacionais, no mesmo montante de € 2,6 milhões**. O impacto em *cash flow* também foi neutro. Sem este impacto, os rendimentos e os gastos operacionais teriam variado ambos +3% face aos primeiros três meses de 2017.

O **EBITDA consolidado** do Grupo foi de € 5,2 milhões, melhorando 4% relativamente a 2017. A

margem percentual passou de 14,3% para 13,4%. Excluindo o impacto do IFRS 15, teria havido uma melhoria para 14,4%.

Quanto ao **resultado operacional** (EBIT), este atingiu € 3,7 milhões, comparando com € 3,1 milhões em 2017 (+17%).

Os resultados financeiros (líquidos) melhoraram € 0,1 milhões, por via da redução dos encargos com juros (menor dívida média e menor custo associado).

Não obstante a melhoria substancial dos **resultados antes de impostos** (+31%), o **resultado líquido** acumulado foi de € 1,9 milhões, portanto 1% acima do verificado no ano anterior. O motivo prende-se com o apuramento do imposto sobre o rendimento no 1T 2017 (somente 7%), decorrente da recuperação de impostos em períodos anteriores.



milhares de €	1T 2018	1T 2017	Var %
Rendimentos Operacionais	38.727	35.076	10%
Publicidade	24.278	23.249	4%
Outros Rendimentos Operacionais	14.449	11.827	22%

No 1T 2018, os **rendimentos de publicidade** tiveram uma evolução positiva, tendo ficado 4% acima do valor atingido em 2017, variação essa que supera a verificada no último trimestre de 2017, sendo igualmente a mais elevada desde o 1T 2016 e bastante melhor que o observado no ano 2017 como um todo (-2%). No segmento de Televisão, a publicidade registou uma variação positiva de 5%, o melhor registo desde o 1T 2016 e também acima da percentagem global de 2017 (-3%). No segmento de Rádio verificou-se uma subida de 1%, 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 melhoria relevante de 9% em termos homólogos.

Os **outros rendimentos operacionais**, compostos essencialmente por rendimentos de produção audiovisual, serviços multimédia e rendimentos de cedência de sinal, cresceram 22%. Esta subida deveu-se na íntegra à já referida adoção do IFRS 15 a partir de 1 de janeiro de 2018, sem a qual a variação teria sido nula.

2. Televisão



milhares de €	1T 2018	1T 2017	Var %
Rendimentos Operacionais	31.784	28.650	11%
Publicidade	19.771	18.838	5%
Outros Rendimentos	12.013	9.811	22%
Gastos Operacionais, ex D&A	28.433	24.661	15%
EBITDA	3.351	3.988	-16%
Margem EBITDA	10,5%	13,9%	-3,4pp
Depreciações e Amortizações	621	733	-15%
Resultado Operacional (EBIT)	2.730	3.255	-16%

O conjunto dos canais de televisão TVI, TVI24, TVI Ficção e TVI Reality liderou o primeiro trimestre de 2018 com uma quota de audiência de 23,9% no total do dia e 26,6% no horário nobre (20h-24h). Esta liderança estendeu-se ao *target* comercial Adultos (24,7% em *all day* e 27,2% em *prime time*).

All Day (%)	UNIVERSO	ADULTOS
Grupo TVI	23,9	24,7
Grupo SIC	20,6	21,2
Grupo RTP	16,2	16,9
Prime Time (%)	UNIVERSO	ADULTOS
Grupo TVI	26,6	27,2
Grupo SIC	24,2	24,8
Grupo RTP	15,4	16,0



Relativamente ao canal generalista, no período em análise a TVI confirmou a posição de canal mais

visto da televisão nacional. No final de Março, a TVI atingiu os 140 meses como sendo a televisão preferida dos Portugueses. liderando em quase todos os horários. De acordo com a GfK, a estação obteve um *share* de audiência de 21,1% em total de indivíduos (Universo) e total dia, 3,9 pontos percentuais (pp) acima do seu concorrente mais próximo, e com uma diferença de 9,1 pontos para o terceiro canal mais visto. A TVI é líder neste *target* desde 2005.

Em 2018, a TVI é igualmente líder destacada no principal *target* comercial - indivíduos com idade igual ou superior a 15 anos (Adultos) - no qual regista 21,9%, o que equivale a 4,1 e 9,1 pontos percentuais acima dos dois concorrentes mais próximos.

No que respeita ao horário nobre, a TVI garantiu igualmente a primeira posição, com uma quota de 24,4%, o que representa uma vantagem de 3,3 pp de *share* sobre o segundo canal e 12,8 pp sobre o

terceiro. A TVI é líder neste *slot* horário e *target* desde 2001.

Situação equivalente verificou-se no *target* comercial Adultos, no qual a TVI captou 25,0% da audiência, com a segunda e a terceira posição a registarem 21,8% e 12,1%, respetivamente.

No período em análise, a TVI apresentou a estrutura habitual de grelha nos grandes géneros televisivos, predominando o entretenimento, a ficção e a informação.

Na **ficção** a TVI liderou com as duas novelas que tem no ar: “A Herdeira”, com uma audiência média superior a 1 milhão e 300 mil espetadores, sendo a novela mais vista em Portugal, e “Jogo Duplo”, com audiência média de 822 mil espetadores e líder no seu horário de exibição.

No **entretenimento**, os programas da TVI superaram a concorrência, sendo de realçar a estreia de “Secret Story 7”, que apresenta uma audiência média superior a 1 milhão e 300 mil espetadores, alcançando mais de 1 milhão e 100 mil seguidores no Facebook e tendo Manuel Luís Goucha como apresentador. “Apanha se Puderés” continua a ser um sucesso. O programa que arrebatou a liderança do acesso ao *prime time* a partir da estreia, continua a ser campeão de audiências neste horário. É de destacar ainda o final do “Masterchef Junior”.

Por seu turno, os jornais da TVI continuam a assumir a liderança da **informação**, quer ao início da tarde com o “Jornal da Uma”, quer à noite com o “Jornal das 8”, sendo os únicos programas de informação a crescer, cerca de 5%, face ao período homólogo.

A **TVI24** mantém a liderança no *prime time* entre os canais de informação, com uma audiência média de 59 mil espetadores. Nestes primeiros 3 meses de 2018, dos 25 programas mais vistos nos canais de notícias, 20 são da TVI24. Destaque para “21ª hora”, com uma vantagem de 17 pp para o concorrente direto, e para “Governo Sombra” com uma vantagem de 13 pp para o seu concorrente.

O canal **TVI Reality** refletiu o sucesso de “Secret Story 7”, ocupando o 10º lugar do *ranking* de todos os canais e com uma audiência total de 466 mil espetadores. “Secret Story 7” consolida a sua liderança, nos diferentes formatos e horários em que é exibido na TVI e no TVI Reality.

Relativamente às **vendas de conteúdos**, no primeiro trimestre foi atingido o recorde de

exibição da ficção da TVI em 68 países. “Ouro Verde” e “A Única Mulher” foram recentemente vendidos para o mercado norte-americano.

A **TVI Internacional** continua a aumentar a sua presença no mundo. No início do ano passou a estar disponível na terceira plataforma de França, num importante passo para a proximidade aos mais de 1 milhão de portugueses residentes no país. Atualmente, a TVI Internacional é emitida em perto de 40 plataformas e 22 territórios do mundo.

A **TVI Ficção** é emitida em 14 territórios, correspondendo a uma subida de 40% face ao mesmo período de 2017.

Destaque ainda para a **TVI África**, emitida em Angola e Moçambique, que viu o ator Pedro Hossi receber o prémio de melhor ator de televisão pelo seu papel em “Ouro Verde” na emissão da novela em Angola.

No 1º trimestre do ano a TVI foi nomeada para **11 prémios Águila**, troféus que premeiam as melhores produções em cinema e televisão. A novela “Ouro Verde” foi uma das distinguidas. Esta novela recebeu ainda a distinção de melhor programa de ficção da televisão nacional, nos prémios Autores da Sociedade Portuguesa de Autores.

DESEMPENHO FINANCEIRO

Em termos de desempenho financeiro, o segmento de Televisão viu os seus **rendimentos operacionais** totais subirem 11% (2% sem o impacto da adoção do IFRS 15, que afetou a linha de “outros rendimentos” e sem impacto em EBITDA e *cash flow*).

Os **rendimentos de publicidade** tiveram o melhor desempenho desde o 1T 2016, com um crescimento de 5%.

Os **outros rendimentos**, que englobam entre outros, proveitos de cedência de sinal, vendas de conteúdos e serviços multimédia, subiram 22%, embora excluindo o impacto do IFRS 15 a variação teria sido de -4%.

Os **gastos operacionais** aumentaram 15%, embora a percentagem de variação baixe para 5%, quando excluído o efeito do IFRS 15. Esta subida decorre da aposta em conteúdos de maior qualidade.

A evolução combinada entre rendimentos e gastos resultou num **EBITDA** de € 3,4 milhões (-16% de variação homóloga) e margem de 10,5% (11,5% sem o impacto da adoção do IFRS 15).



3. Produção Audiovisual

milhares de €	1T 2018	1T 2017	Var %
Rendimentos Operacionais	7.512	6.658	13%
Publicidade	0	0	0%
Outros Rendimentos	7.512	6.658	13%
Gastos Operacionais, ex D&A	7.384	7.322	1%
EBITDA	127	(664)	N/A
Margem EBITDA	1,7%	-10,0%	11,7pp
Depreciações e Amortizações	478	803	-41%
Resultado Operacional (EBIT)	(351)	(1.467)	76%

Em 2018, a Plural continua a ser um dos principais *players* do setor de produção audiovisual, com uma presença muito relevante também ao nível dos meios de produção e cenários. Manteve a sua posição de liderança devido não só à ficção, com a produção das novelas “A Herdeira” e “Jogo Duplo”, como também ao entretenimento, neste caso através da adaptação do formato internacional “Apanha se Puderem”, um concurso líder de audiências na faixa das 19h00 da TVI.

Por seu turno, a EMVA (empresa de meios audiovisuais) prestou inúmeros serviços na Península Ibérica a diversos operadores, sendo notório o destaque na cobertura e transmissão de competições e eventos desportivos.

Já a EPC (empresa de cenários), destacou-se novamente como um dos principais fornecedores nacionais de cenografia nas áreas de entretenimento, ficção e informação.

No que refere à prestação financeira, o segmento de Produção Audiovisual atingiu um total de **rendimentos operacionais** de € 7,5 milhões (+13%), beneficiando do aumento substancial da atividade de produção televisiva em Portugal.

Em Portugal, os rendimentos operacionais subiram cerca de 10% em termos homólogos, refletindo sobretudo um aumento de horas da atividade de produção para televisão.

A atividade operacional da Plural Espanha encontra-se em níveis residuais, com a estrutura adaptada para atender às oportunidades comerciais.

Os **gastos operacionais** ficaram somente 1% acima dos verificados no período comparável de 2017.

Dadas as dinâmicas referenciadas atrás, o **EBITDA** foi positivo em € 0,1 milhões, melhorando € 0,8 milhões relativamente a 2017.

4. Rádio

milhares de €	1T 2018	1T 2017	Var %
Rendimentos Operacionais	4.032	3.950	2%
Publicidade	3.858	3.807	1%
Outros Rendimentos	173	143	21%
Gastos Operacionais, ex D&A	2.915	3.151	-7%
EBITDA	1.116	799	40%
Margem EBITDA	27,7%	20,2%	7,5pp
Depreciações e Amortizações	286	191	49%
Resultado Operacional (EBIT)	831	607	37%

Na primeira vaga publicada em 2018, os dados relativos às **audiências** continuaram a evidenciar o

excelente desempenho dos formatos explorados pela Média Capital Rádios (MCR).

Com efeito, o conjunto das rádios do Grupo Média Capital registou um **share líder de 37,2%**, 1,4pp acima do principal concorrente e 3,2pp melhor que a percentagem obtida pela MCR na vaga homóloga.

Em termos de formatos, a **Rádio Comercial melhorou o share** de 22,4% e 22,7%, respetivamente, na primeira e última vagas de 2017, **para 24,9%, o que lhe confere a liderança.**

Por seu turno, a **m80** – a rádio dos êxitos dos anos 70, 80 e 90 – obteve novamente uma **melhoria muito relevante do share** face ao período homólogo, com 7,9%, acima dos 7,3% registados em 2017. A m80 reforça, de forma destacada, o estatuto de **terceira rádio a nível nacional**, não obstante o facto de não possuir uma rede de cobertura nacional.

Relativamente aos outros formatos, a Cidade obteve uma quota de 2,8% (3,1% na 1V 2017 e 2,5% na 5V 2017). Neste trimestre, um dos comediantes mais vistos no YouTube com mais de 420 mil seguidores - Alexandre Santos, juntou-se à Cidade.

Na componente financeira, os **rendimentos de publicidade** da MCR melhoraram 1% face ao 1T 2017.

Os **outros rendimentos operacionais** subiram 21% para € 0,2 milhões.

Quanto aos **gastos operacionais**, estes reduziram-se em 7%, revelando um forte controlo dos mesmos.

Face ao descrito, o **EBITDA** do segmento melhorou 40%, atingindo € 1,1 milhões. Este segmento melhorou uma vez mais a margem EBITDA, que passou de 20,2% para 27,7%.

5. Outros

milhares de €	1T 2018	1T 2017	Var %
Rendimentos Operacionais	3.882	3.919	-1%
Publicidade	694	639	9%
Outros Rendimentos Operacionais	3.188	3.279	-3%
Gastos Operacionais, ex D&A	3.909	3.574	9%
EBITDA	(27)	345	N/A
Margem EBITDA	-0,7%	8,8%	-9,5pp
Depreciações e Amortizações	143	137	4%
Resultado Operacional (EBIT)	(171)	208	N/A

Este segmento inclui as restantes atividades do Grupo, incluindo o Digital, a *holding*, os serviços partilhados do Grupo e outras atividades.

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*.

No primeiro trimestre, a atividade digital do Grupo Media Capital ficou pautada por uma ampla melhoria dos seus resultados a nível de audiências e receitas. Na comparação com o período homólogo o conjunto de *websites* e *apps* subiu 18% em sessões e 26% no que ao vídeo diz respeito. Contribuíram para estes bons resultados o trabalho de ativação em torno dos programas-chave da TVI, nomeadamente as novelas “A

Herdeira” e “Jogo Duplo”, assim como a 7ª edição de “Secret Story”.

No capítulo da inovação, a *app* “Secret Story 7” obteve assinalável reconhecimento do público e de vários média, bem como da indústria de desenvolvimento de *software*, pela sua vertente interativa - pela primeira vez em Portugal num programa de televisão foi usado o recurso à tecnologia de Inteligência Artificial e *Machine Learning*. A utilização da *app* triplicou em comparação com *apps* anteriores do formato, aumentando também a base de utilizadores únicos registados, para os 300 mil.

O primeiro trimestre ficou também marcado pelo assinalar dos 25 anos da TVI, data que mereceu destaque no digital de várias formas, destacando-se o lançamento do *website* comemorativo, com

cronologia em vídeo dos principais acontecimentos do canal ao longo das duas décadas e meia, e a produção e emissão para digital e para o canal TVI Ficção do programa “Alerta Gala”, recordando os protagonistas do canal e as ideias para o futuro.

No TVI Player foi realizada ação de apoio ao humor em português, com a iniciativa “Mês da Comédia” que viu, em janeiro, vários humoristas portugueses partilharem através desta plataforma dezenas de conteúdos de humor em sketches de vídeo, variando do *nonsense* ao sarcástico e ao popular. Para o público fora de Portugal, foram implementadas também novas formas de pagamento *online* para a opção de subscrição dos canais TVI Ficção e TVI Reality.

Ao nível da presença digital em redes sociais, a liderança das propriedades do Grupo face à

concorrência direta manteve-se ou ampliou-se nalguns casos, sobretudo em Instagram, Facebook e YouTube.

Por fim, e no capítulo do vídeo LIVE, foi reforçada a oferta na TVI24, TVI, MaisFutebol e Selfie, através do reforço de infraestrutura e soluções desenvolvidas internamente que permitiram aumentar a oferta de emissões em direto de várias fontes, nos vários canais digitais.

Na componente financeira, os **rendimentos de publicidade** melhoraram 9% no comparativo homólogo, ao passo que os **outros rendimentos operacionais** recuaram 3%.

O **EBITDA** do segmento foi praticamente nulo, que compara com € 0,3 milhões no período homólogo.



6. Capex

milhares de €	1T 2018	1T 2017	Var %
Capex	370	417	-11%
Televisão	201	238	-16%
Produção Audiovisual	124	116	7%
Rádio	14	35	-59%
Outros	31	27	13%

O Grupo Média Capital registou um capex de € 0,4 milhões de euros. Este montante ficou 11% abaixo do observado em 2017, queda que se

verificou em todos os segmentos de reporte, com exceção da Produção Audiovisual.



7. Cash Flow

milhares de €	1T 2018	1T 2017	Var %
Recebimentos	50.963	49.691	3%
Pagamentos	(44.958)	(47.436)	5%
Fluxos das atividades operacionais (1)	6.005	2.255	166%
Recebimentos	1.286	0	3475581%
Pagamentos	(1.357)	(3.007)	55%
Fluxos das atividades de investimento (2)	(71)	(3.007)	98%
Recebimentos	25.146	28.064	-10%
Pagamentos	(31.099)	(27.857)	-12%
Fluxos das atividades de financiamento (3)	(5.953)	207	N/A
Caixa e equivalentes no início do período	294	1.235	-76%
Var. caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	(19)	(545)	97%
Efeito das diferenças de câmbios	(0)	(1)	66%
Caixa e equivalentes no final do período	275	689	-60%

O **cash flow das atividades operacionais** foi de € 6,0 milhões, comparando positivamente com € 2,3 milhões no mesmo período do ano transato, sobretudo por recebimentos e pagamentos na atividade de televisão.

O **cash flow das atividades de investimento** foi de € -0,1 milhões, quando no ano anterior havia sido de € -3,0 milhões. Analisando o **cash flow** respeitante a pagamentos de ativos fixos

tangíveis e intangíveis, este ascendeu a € -1,4 milhões, o que compara favoravelmente com € -3,0 milhões no período homólogo.

O **cash flow das atividades de financiamento** foi de € -6,0 milhões (€ 0,2 milhões em 2016), refletindo os movimentos verificados nas atividades operacionais e de investimento, e a variação de caixa e equivalentes.



8. Endividamento

milhares de €	Mar 18	Dez 17	Var Abs	Var %	Mar 17	Var Abs	Var %
Dívida financeira	90.368	95.557	(5.189)	-5%	100.489	(10.121)	-10%
Empréstimos bancários / Papel comercial / Obrigações	89.637	94.765	(5.127)	-5%	99.777	(10.140)	-10%
Outro endividamento	730	792	(62)	-8%	711	19	3%
Caixa & equivalentes	275	294	(19)	-6%	689	(413)	-60%
Dívida líquida	90.092	95.262	(5.170)	-5%	99.800	(9.708)	-10%

O **endividamento líquido** registou um decréscimo de € 5,2 milhões face a dezembro de 2017, situando-se no final de março de 2018 em € 90,1 milhões.

No comparativo com março de 2017, a redução foi de € 9,7 milhões, não obstante a distribuição

de dividendos de € 17,7 milhões durante o 2T 2017.

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

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS RESULTADOS
DOS TRIMESTRES FINDOS EM 31 DE MARÇO DE 2018 E 2017

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>31.03.2018</u>	<u>31.03.2017</u>
<u>RENDIMENTOS OPERACIONAIS:</u>		
Prestações de serviços	26.382	25.275
Outros rendimentos operacionais	12.345	9.801
Total de rendimentos operacionais	<u>38.727</u>	<u>35.076</u>
<u>GASTOS OPERACIONAIS:</u>		
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	(4.975)	(5.035)
Fornecimentos e serviços externos	(18.087)	(14.847)
Gastos com o pessoal	(10.384)	(10.069)
Amortizações e depreciações	(1.527)	(1.865)
Provisões e perdas de imparidade ((reforços) / reversões)	(57)	(12)
Outros gastos operacionais	(25)	(98)
Total de gastos operacionais	<u>(35.055)</u>	<u>(31.927)</u>
Resultados operacionais	<u>3.672</u>	<u>3.149</u>
<u>RESULTADOS FINANCEIROS:</u>		
Gastos financeiros	(999)	(1.113)
Rendimentos financeiros	10	15
Gastos financeiros, líquidos	<u>(989)</u>	<u>(1.097)</u>
Resultados antes de impostos	2.683	2.052
Impostos sobre o rendimento do período	(743)	(140)
Resultado consolidado líquido das operações em continuação	<u>1.940</u>	<u>1.912</u>
Atribuível a:		
Acionistas da empresa-mãe	1.940	1.912
Resultado por ação das operações em continuação em Euros		
Básico	0,0230	0,0226
Diluído	<u>0,0230</u>	<u>0,0226</u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DA POSIÇÃO FINANCEIRA
EM 31 DE MARÇO DE 2018 E 31 DE DEZEMBRO DE 2017

(Montantes expressos milhares de Euros)

ATIVO	31.03.2018	31.12.2017
ATIVOS NÃO CORRENTES:		
<i>Goodwill</i>	149.374	149.374
Ativos intangíveis	10.321	10.663
Ativos fixos tangíveis	14.350	15.166
Ativos financeiros disponíveis para venda	5	5
Direitos de transmissão de programas de televisão	50.999	50.971
Outros ativos não correntes	2.618	3.937
Ativos por imposto diferido	2.196	2.388
	<u>229.864</u>	<u>232.504</u>
ATIVOS CORRENTES:		
Direitos de transmissão de programas de televisão	29.540	30.219
Clientes e outras contas a receber	31.603	33.629
Ativos por imposto corrente	354	340
Outros ativos correntes	4.386	4.258
Caixa e seus equivalentes	275	294
	<u>66.158</u>	<u>68.741</u>
TOTAL DO ATIVO	<u>296.022</u>	<u>301.244</u>
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		
CAPITAL PRÓPRIO:		
Capital	89.584	89.584
Reservas	51.063	32.071
Resultado líquido consolidado do período	1.940	19.787
Capital próprio atribuível aos acionistas da empresa-mãe	<u>142.587</u>	<u>141.442</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	<u>142.587</u>	<u>141.442</u>
PASSIVO:		
PASSIVOS NÃO CORRENTES:		
Financiamentos obtidos	51.849	61.233
Provisões	5.752	5.798
Passivos por imposto diferido	1.142	1.159
	<u>58.743</u>	<u>68.190</u>
PASSIVOS CORRENTES:		
Financiamentos obtidos	38.518	34.324
Fornecedores e outras contas a pagar	32.574	31.370
Passivos por imposto corrente	5	5
Outros passivos correntes	23.594	25.914
	<u>94.691</u>	<u>91.613</u>
TOTAL DO PASSIVO	<u>153.435</u>	<u>159.803</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	<u>296.022</u>	<u>301.244</u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS FLUXOS DE CAIXA
DOS TRIMESTRES FINDOS EM 31 DE MARÇO DE 2018 E 2017

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>31.03.2018</u>	<u>31.03.2017</u>
<u>ATIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	50.963	49.691
Pagamentos a fornecedores	(25.336)	(28.203)
Pagamentos ao pessoal	(9.720)	(10.216)
Fluxos gerados pelas operações	<u>15.907</u>	<u>11.272</u>
Recebimento de imposto sobre o rendimento	45	289
Outros pagamentos relativos à atividade operacional	(9.947)	(9.306)
Fluxos das atividades operacionais (1)	<u>6.005</u>	<u>2.255</u>
<u>ATIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Concentrações empresariais	1.286	-
Venda de ativos fixos tangíveis e ativos intangíveis	-	0
Juros e rendimentos similares	0	-
	<u>1.286</u>	<u>0</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Aquisição de ativos fixos tangíveis	(1.240)	(2.825)
Aquisição de ativos intangíveis	(117)	(182)
	<u>(1.357)</u>	<u>(3.007)</u>
Fluxos das atividades de investimento (2)	<u>(71)</u>	<u>(3.007)</u>
<u>ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	25.146	28.064
	<u>25.146</u>	<u>28.064</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	(29.727)	(26.060)
Amortização de contratos de locação financeira	(76)	(188)
Juros e gastos similares	(1.252)	(1.570)
Outras despesas financeiras	(44)	(38)
	<u>(31.099)</u>	<u>(27.857)</u>
Fluxos das atividades de financiamento (3)	<u>(5.953)</u>	<u>207</u>
Caixa e seus equivalentes no início do período	294	1.235
Variação de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(19)	(545)
Efeito das diferenças de câmbio	(0)	(1)
Caixa e seus equivalentes no fim do período	275	689