

**PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A. (PRISA) Y  
SOCIEDADES DEPENDIENTES**

Informe de Gestión Consolidado correspondiente al  
período de seis meses terminado el 30 de junio de 2012

**PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A. (PRISA)**  
**Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**  
INFORME DE GESTIÓN INTERMEDIO CONSOLIDADO  
CORRESPONDIENTE AL PERÍODO DE SEIS MESES TERMINADO EL 30  
DE JUNIO DE 2012

## 1. EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

Los *hechos más relevantes* en el período enero-junio de 2012 han sido:

- La fortaleza del negocio de televisión de pago, así como el crecimiento en América Latina de Educación y Radio permiten compensar en parte la debilidad producida por la crisis económica en España y Portugal que se refleja en el sector publicitario en ambos países.
- El EBITDA del Grupo alcanza los 209,08 millones de euros, lo que supone una caída del 5,1% respecto al mismo período del ejercicio anterior. Los ingresos de explotación alcanzaron una cifra de 1.277,59 millones de euros, lo que representa una caída del 5,4%. Los ingresos del área de Educación y abonados en Canal+ (especialmente en abonados de otras plataformas) han tenido un buen comportamiento, así como la publicidad internacional (principalmente en Radio). Todo ello ha compensado en parte la debilidad mostrada por la publicidad en España y Portugal y por la circulación (en Prensa).
- Los ingresos publicitarios ascienden a 282,21 millones de euros, un 10,7% menos que durante el primer semestre de 2011 y suponen el 22% del total de grupo (comparado con el 23,4% del primer semestre de 2011). Destaca el crecimiento del 13,5% de los ingresos publicitarios generados en América Latina, los cuales representan un 21,9% del total de ingresos publicitarios (17,2% en el primer semestre de 2011). Los ingresos publicitarios de España y Portugal caen un 15,7%, hasta alcanzar los 220,45 millones de euros.
- Los ingresos de Latinoamérica crecen un 10,0% y representan ya el 26,8% de los ingresos del Grupo, comparado con el 23,5% en el primer semestre de 2011. El EBITDA de Latinoamérica crece un 11,5%, representando ya un 49,1% sobre el total.
- En el área Audiovisual los ingresos ascienden a 594,00 millones de euros y el EBITDA alcanza los 103,37 millones de euros, destacando el crecimiento del 11,6% de Prisa Televisión.

Canal + mantiene en el primer semestre de 2012 su fortaleza operativa a pesar de que el segundo trimestre del año es estacionalmente débil por la finalización del campeonato de fútbol de la liga española:

- El número total de abonados asciende a 1.831.349, con 100.209 abonados de otras plataformas y OTT (*over-the-top*).
  - Las altas netas de abonados de otros operadores crecen en 17.962 en el semestre (frente a 11.388 altas netas en el primer semestre de 2011).
  - El ARPU de satélite se sitúa en 41,71 euros de media en el segundo trimestre (41,2 euros en el mismo trimestre de 2011).
  - La tasa de cancelaciones se sitúa en 14,0% (14,2% a junio de 2011).
  - Los abonados con iPlus alcanzan ya una penetración del 33,2% sobre el total de abonados (574.440 abonados frente a 415.735 a junio de 2011, con una penetración del 24%).
- 
- En el área de Educación, los ingresos alcanzan los 335,31 millones de euros y se incrementan en un 5,1% con un fuerte crecimiento de América Latina (+8,2%), destacando la evolución de México (+9,4%), Argentina (+13,1%), Chile (+6,4%), Uruguay (+28,7%) o Perú (+109,2%) y la disminución de ingresos en Brasil (-5,5%) debido a que el ejercicio 2012 es un año de menores ventas dentro del ciclo educativo en este país. El EBITDA alcanzó los 82,92 millones de euros (+6,2%), con un margen del 24,7%.
  - Los ingresos de la Radio alcanzan los 169,55 millones de euros (-8,4%). La caída de la publicidad en España es del 15,8%, manteniéndose la debilidad de la publicidad local (-25,2%) a la vez que se observa un deterioro en la publicidad nacional (-6,4%). La publicidad en América Latina mejora en un 15,6%, destacando el crecimiento en Colombia (+14,6%), Chile (+9,2%), México (+20,6%) y Argentina (+34,4%). El EBITDA alcanzó los 30,01 millones de euros (-19,8%), con un margen del 17,7%.
  - Los ingresos de Prensa se sitúan en 169,03 millones de euros, un 20,7% menos que el primer semestre del ejercicio anterior, explicado por la debilidad tanto de publicidad (-15,3%), por la caída de la circulación (-12,2%) y por el impacto positivo que tuvieron en el primer semestre de 2011 las deducciones fiscales y promociones. El EBITDA asciende a 13,01 millones de euros (-29,0%).
  - Sólido crecimiento de la actividad digital. La publicidad digital muestra un incremento del 14,4% en el primer semestre del año. El número de navegadores únicos mejora un 8,2% hasta los 71,1 millones, gracias sobre todo al fuerte crecimiento registrado por Prisa Televisión, El País.com y Cinco Días.com.
  - Prisa sigue manteniendo un importante esfuerzo de control de costes, buscando incrementar su eficiencia y rentabilidad. En el primer semestre de 2012 se han reducido los gastos de explotación, excluyendo amortizaciones y provisiones, un 5,5%.

- Durante el ejercicio 2012 se han ejercido 75 millones de warrants por un importe de 150 millones de euros (la mayor parte de los cuales se ha destinado a reducir el endeudamiento del grupo).
- La Junta General de Accionistas de Prisa celebrada el 30 de junio de 2012 acordó emitir bonos necesariamente convertibles en acciones ordinarias clase A de nueva emisión, con exclusión del derecho de suscripción preferente a un ratio de conversión fijo (1 acción por 1,03 euros). Esta emisión ha sido suscrita en el mes de julio por acreedores bancarios del Grupo (334 millones de euros) mediante cancelación de deuda financiera y por Telefónica (100 millones de euros) en efectivo. Adicionalmente se acordó modificar el régimen del dividendo mínimo preferente de las acciones sin voto Clase B, de manera que podrá ser satisfecho en metálico, en acciones Clase A (a un ratio de conversión fijo 1 euro- 1 acción) o mediante combinación de ambos instrumentos.

### *Principales riesgos asociados a la actividad*

Las actividades de las filiales del Grupo y por lo tanto sus operaciones y resultados, están sujetas a riesgos del entorno en el que se desarrollan, y en todo caso a factores exógenos como son la situación macroeconómica, la evolución de sus mercados (publicidad, editorial, difusión, audiovisual...), los cambios normativos, y la incorporación y desempeño de sus competidores.

El Grupo cuenta con órganos y actuaciones específicas para detectar, medir, controlar y gestionar dichos riesgos.

Adicionalmente el Grupo está expuesto a otros riesgos referidos fundamentalmente a la evolución de los tipos de cambio de los diferentes países en los que opera, a la evolución de los tipos de interés, al mantener la práctica totalidad de su deuda bancaria a interés variable y a riesgos asociados a la situación financiera y gestión de su liquidez.

El Grupo sigue la práctica de formalizar, sobre la base de sus previsiones y presupuestos, contratos de cobertura de riesgos en la variación de los tipos de cambio e interés. En el caso de que las estrategias de cobertura resultasen inadecuadas o de que las contrapartes de los contratos de cobertura devinieran insolventes, el Grupo podría no ser capaz de neutralizar total o parcialmente los riesgos asociados a las fluctuaciones de los tipos de cambio e interés, con el consiguiente efecto adverso sobre la situación financiera y los resultados de Prisa.

Por otro lado, la gestión del riesgo de liquidez, principal riesgo del Grupo en la actualidad, contempla el seguimiento detallado del calendario de vencimientos de la deuda financiera y comercial del Grupo, así como el mantenimiento de líneas de crédito y otras vías de financiación que permitan cubrir las necesidades previstas de tesorería tanto a corto como a medio y largo plazo.

#### 4. EVOLUCIÓN PREVISIBLE

A pesar de la debilidad económica que están atravesando España y Portugal, Prisa ha mantenido un comportamiento operativo sólido durante el primer semestre del ejercicio 2012. Esto se ha debido principalmente a la fortaleza operativa de negocios como Educación y la Televisión de pago que han demostrado que son capaces de crecer incluso en las circunstancias más adversas, a la diversificación geográfica de sus negocios que cuentan ya con una contribución internacional de más del 34% de sus ingresos, y a un gran esfuerzo de control de costes y mejora de la eficiencia operativa que está llevando a cabo Prisa desde finales de 2010.

El sector de medios de comunicación, muy sensible a la evolución de las principales variables macroeconómicas (PIB) y en especial al ciclo publicitario, se ha mantenido débil a lo largo del primer semestre de 2012. Sin embargo, la exposición de Grupo Prisa a la evolución del mercado publicitario es limitada, debido a la diversificación de sus fuentes de ingresos, representando los ingresos publicitarios tan sólo un 22,1% del total de ingresos en el primer semestre del ejercicio 2012 (comparado con el 23,4% del primer semestre de 2011), de los cuales casi un 22% proviene de Latinoamérica.

Prisa cuenta con otros negocios sólidos, independientes del ciclo económico, que siguen demostrando su capacidad de crecimiento, como es el caso de Educación-Editorial, que en el primer semestre del ejercicio 2012 representa ya un 26,2% del total de ingresos del Grupo (frente al 23,6% en el primer semestre de 2011). Este negocio continúa mostrando buenas perspectivas de crecimiento, sobre todo en Latinoamérica donde sus ingresos han crecido un 8,5% en el primer semestre de 2012. El desarrollo propio de nuevos negocios iniciado en el año 2011, como es el diseño y comercialización de sistemas de educación, abre nuevas perspectivas de crecimiento en el área de Educación.

La otra fuente principal de crecimiento del grupo en 2012 ha sido el negocio de televisión de pago, Canal+. España se encuentra aún lejos de conseguir la misma penetración de la televisión de pago que sus vecinos europeos, lo cual deja aún un amplio espacio para el crecimiento del sector. Adicionalmente, el cambio de estrategia seguido por Canal+ en los últimos años, que empieza a dar fruto, debería seguir contribuyendo al crecimiento del negocio. La mejora de contenidos tales como el fútbol, donde Canal+ volverá a mostrar la Champions desde 2012, debería suponer un impulso al número de abonados. La mejora tecnológica (el descodificador iPlus, la alta definición) y el cambio en el modo de comercialización del iPlus ha incrementado la penetración del mismo hasta el 33% de los abonados y contribuido a reducir las tasas de cancelación hasta el 14% y este impacto debería seguir observándose en adelante. Finalmente, los acuerdos alcanzados en 2011 con otros operadores (en especial el alcanzado con Telefónica en agosto 2011 y con Jazztel a finales de 2011) en el marco de la nueva estrategia de multi-distribución de Canal+ está contribuyendo a aumentar el número de abonados en 2012.

En el actual entorno económico, el esfuerzo de control de costes y mejora de la eficiencia operativa son de vital importancia para mantener la liquidez necesaria y la rentabilidad del Grupo. En este contexto, Prisa llevó a cabo durante todo el año 2011

un plan de reestructuración que, con una inversión de 94,8 millones de euros, debería suponer unos ahorros anualizados de cerca de 64,5 millones de euros. Durante el primer semestre del ejercicio 2012 y debido al marcado empeoramiento del entorno económico y de consumo en España, lo que afecta a nuestros negocios, se ha mantenido el esfuerzo en el control de costes y en adelante se tomarán medidas adicionales para mejorar la eficiencia operativa del Grupo.

La refinanciación de la deuda bancaria realizada a finales del ejercicio pasado, que activó los mecanismos necesarios para el ejercicio de los 75 millones de warrants por un importe total de 150 millones de euros, unido a las operaciones de recapitalización aprobadas en la última Junta General de Accionistas celebrada el pasado mes de junio, permiten la reducción del endeudamiento del Grupo y demuestran el apoyo tanto de las entidades acreedoras de la compañía como de sus accionistas de referencia y socios estratégicos. Todo ello otorga al Grupo la flexibilidad financiera necesaria para poder centrar sus esfuerzos en mejorar operativamente sus negocios.