

**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 2016

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 2016

1. EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

Análisis de la evolución y resultado de los negocios

Los *hechos más relevantes* en el período enero-junio de 2016 han sido:

- Los **ingresos de explotación** del Grupo alcanzaron los 624,5 millones de euros (-3,9%) y el **EBITDA**¹ fue de 86,5 millones de euros (+1,6%). Ambas magnitudes impactadas negativamente por la evolución del tipo de cambio.
- Los **ingresos publicitarios** del Grupo alcanzaron los 235,1 millones de euros (-3,0%). La publicidad en España registró un incremento del +1,0% respecto a junio 2015 debido al crecimiento digital y a los eventos en prensa que compensan la caída en radio; en Portugal, crecimiento del +5,5%, comportamiento por encima del mercado. En América Latina, la radio muestra dificultades en la evolución publicitaria reflejo de las dificultades macroeconómicas y específicas del sector publicitario que atraviesan esencialmente Colombia y Chile, además del fuerte impacto negativo del tipo de cambio.
- **Contribución significativa de América Latina y USA** al total consolidado del Grupo, representando un 46,4% de los ingresos del Grupo y un 82,3% de su EBITDA.
- La **reducción de costes** continúa en todas las áreas del grupo canalizándose los recursos a las áreas de crecimiento, principalmente Santillana, Radio y Prensa. Los gastos de explotación bajaron un 4,8% y se vieron afectados también por el efecto cambiario.
- **Aumento del nivel de inversiones** principalmente asociado a inversión en prototipos en España por cambios curriculares en Cataluña y País Vasco y a la reforma de la redacción de El País con espacios de trabajo adaptados para la transformación digital que está llevando a cabo.
- En el área de **Educación**, los ingresos de explotación alcanzaron los 279,6 millones de euros (-6,9%), recogiendo un impacto negativo por efecto cambiario de 57,0 millones de euros. Sin el efecto cambiario los ingresos aumentan respecto a 2015 (+12,1%). El EBITDA alcanza los 60,7 millones de euros (-5,7%). Si se elimina el efecto cambiario negativo, el EBITDA crece +26,7% respecto a 2015.

¹ El EBITDA es el resultado de adicionar al resultado de explotación la variación de las provisiones de circulante, las dotaciones para amortizaciones de inmovilizado y los deterioros de inmovilizado.

En el primer semestre las campañas del Área Sur se han cerrado prácticamente en su totalidad. Dichas campañas han aumentado ingresos en moneda constante, excepto Brasil. La caída de Brasil se compensa con el crecimiento en Perú por licitación institucional de primaria y secundaria.

Los sistemas de enseñanza digitales (UNO y Compartir) continúan su desarrollo en Latinoamérica mejorando su rentabilidad y creciendo en número de alumnos.

- En el área de **Radio**, los ingresos de explotación alcanzaron los 137,8 millones de euros (-8,2%), recogiendo un impacto negativo por el tipo de cambio de 10,7 millones de euros, y el EBITDA alcanzó 13,4 millones de euros (-30,1%) principalmente por la evolución en Latam. Sin el efecto cambiario negativo, el EBITDA cae un -28%.

La publicidad en España desciende un -4,0% (la publicidad en cadena crece un 2,5% mientras que local disminuye un -5,9%) y en América Latina un -5% en moneda local. Colombia y Chile muestran caídas en moneda local en publicidad a causa de las dificultades en el mercado publicitario relacionadas con la situación económica en dichos mercados.

- En el área de **Prensa**, los ingresos de explotación alcanzaron los 122 millones de euros (+4,3%). El incremento de la publicidad digital, de los eventos y de las promociones compensan la caída de publicidad tradicional y la circulación.

Los ingresos publicitarios crecen en un +8,6%, (El País +8,5% y AS +23,9%). La publicidad tradicional cae en un -5,0%, mientras que la digital se incrementa en un 20,4% y los eventos en un 135%. Se ha facturado mayor venta de promociones en un 15,4%. Los ingresos por venta de ejemplares disminuyen en menor medida que la difusión (-2,8%) por la subida de precios realizada en El País.

- En **Media Capital**, los ingresos de explotación alcanzaron los 85,3 millones de euros (+3,6%) y el EBITDA los 17,3 millones de euros (+5,1%). Los ingresos publicitarios se incrementan en un +5,6%, con buen comportamiento, tanto en la televisión (+5,5%), como en la radio (+5,5%), por encima del mercado. Las llamadas de valor añadido cayeron respecto al año anterior pero gracias a la publicidad, los acuerdos de multidistribución de canales y el control de costes de programación de la televisión generalista, se supera la cifra de EBITDA del mismo periodo de 2015.
- Adicionalmente, el Grupo sigue enfocado en la ejecución de su **plan de reducción de deuda** y ha realizado durante el primer semestre 2016 una serie de operaciones. La deuda bancaria neta del Grupo se reduce en 98 millones de euros hasta los 1.562 millones de euros a 30 de junio de 2016 frente a 1.660 millones en diciembre de 2015. En el primer semestre se realizaron recompras de deuda con descuento y adicionalmente en junio se ha registrado la emisión de los bonos obligatoriamente convertibles, reduciendo la deuda en 100,7 millones de euros.
- Como **hechos significativos** del semestre destacan:
 - La formalización del acuerdo entre Santillana y Carvajal, S.A. para adquirir Norma por 60.000 millones de pesos colombianos. La operación está condicionada a la obtención de las autorizaciones pertinentes en materia de competencia.

- A cierre del año 2015 quedaban pendientes de resolver el conflicto sobre dos ajustes al precio de venta de Canal + a Telefónica por 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 724,5 millones de euros.

2. 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 que pueden agruparse en las siguientes categorías:

- Riesgos estratégicos y operativos de los negocios del Grupo.
- Riesgos financieros.

Riesgos estratégicos y operativos de los negocios del Grupo

Riesgos macroeconómicos-

En el ejercicio 2015, las tasas de crecimiento en España y Portugal han sido positivas. Tras la importante desaceleración y volatilidad experimentada durante los últimos años, desde finales de 2013 se ha producido un cambio en esta tendencia que se ha consolidado en los ejercicios 2014 y 2015. Durante el año 2016 se mantienen las previsiones de crecimiento para las economías de Iberia.

Las principales magnitudes de consumo en estos países han sufrido en el pasado deterioros muy significativos que han impactado, y podrían continuar haciéndolo en el caso de no cumplirse las previsiones de crecimiento, en el gasto que los clientes del Grupo realizan en sus productos y servicios, incluidos anunciantes y otros clientes de las ofertas de contenidos de Prisa.

Por otro lado, las actividades e inversiones de Prisa en Latinoamérica están expuestas a la evolución de los distintos parámetros macroeconómicos de cada país incluyendo potenciales deterioros del consumo como consecuencia de una ralentización del ritmo de crecimiento en alguno de estos países y del decrecimiento de otros.

Brasil se mantiene como la economía con mayor riesgo estructural en la región latinoamericana aunque muestra señales de estabilización en los primeros meses del año, principalmente en la inflación. El riesgo del país sigue siendo fundamentalmente político. Colombia evoluciona con crecimiento en el año aunque tiene riesgo en la evolución de la inflación. Chile da ciertas muestras de aceleración y ha crecido en el primer trimestre del año. México mantiene un crecimiento estable y Argentina sigue inmersa en la transición económica. Las previsiones macroeconómicas para el total del año son en general de crecimiento en todos los países excepto Argentina y Brasil.

En el ejercicio 2015, los resultados del Grupo en Latinoamérica se vieron negativamente afectados por la debilidad del tipo de cambio en la región. En los primeros seis meses del ejercicio 2016 el tipo de cambio ha continuado afectando negativamente en la mayoría de los países en los que opera el Grupo en la comparativa con el mismo semestre de 2015 pero con perspectivas de que esta tendencia a final de año se modere. En cualquier caso, la volatilidad de los tipos de cambio latinoamericanos se mantiene elevada.

El mantenimiento de los tipos de cambio en los niveles actuales o deterioros adicionales podría tener un impacto adverso en los resultados operativos y condiciones financieras del Grupo.

Deterioro del mercado publicitario-

Una parte relevante de los ingresos de explotación de Prisa provienen del mercado publicitario, principalmente en sus negocios de prensa, radio, audiovisual y digital. El gasto de los anunciantes tiende a ser cíclico y es un reflejo de la situación y perspectivas económicas generales.

Si las expectativas de crecimiento en España y Portugal no se cumplieran y el crecimiento en Latinoamérica continuara ralentizándose o se mantuviera la situación de recesión en ciertos países, las perspectivas de gasto de los anunciantes del Grupo podrían verse afectadas negativamente. Dado el gran componente de gastos fijos asociados a los negocios con una elevada componente de ingresos publicitarios (principalmente Radio, Prensa y Televisión), una caída de los ingresos publicitarios repercute directamente en el beneficio operativo y por tanto en la capacidad de generación de caja del Grupo.

Bajada de la circulación-

Los ingresos de la prensa provenientes de la venta de ejemplares y suscripciones continúan viéndose afectados negativamente por el crecimiento de medios alternativos de distribución, incluyendo sitios gratuitos de internet para noticias y otros contenidos, sin que haya perspectivas por el momento de que se produzca un cambio en esta tendencia.

Riesgo de competencia-

Los negocios audiovisuales, de educación, radio y prensa en los que Prisa opera son sectores altamente competitivos. La capacidad de anticipación y adaptación a las necesidades y nuevas demandas de los clientes, puede afectar a la posición competitiva de los negocios del Grupo frente al resto de competidores.

Regulación sectorial-

Prisa opera en sectores regulados y, por tanto, está expuesta a riesgos regulatorios y administrativos que podrían afectar negativamente a sus negocios.

En concreto, los negocios audiovisual y de radio están sujetos a la obligación de disponer de concesiones y licencias para el desarrollo de su actividad, mientras que el negocio de educación está sujeto a la legislación aplicable en materia de ciclos educativos a nivel nacional o regional.

Riesgo país-

Las operaciones e inversiones de Prisa en Latinoamérica pueden verse afectadas por diversos riesgos típicos de las inversiones en países con economías emergentes, como son la devaluación de divisas, restricciones a los movimientos de capital, inflación, expropiaciones o nacionalizaciones, alteraciones impositivas, cambios en políticas y normativas o situaciones de inestabilidad.

En el caso concreto del negocio de Educación, un porcentaje relevante de sus ingresos en Latinoamérica proviene de las ventas al sector público. En la medida en que se produzcan deterioros en la situación macroeconómica de estos países o cambios en sus políticas educativas y normativas, las ventas del negocio podrían verse afectadas negativamente.

Riesgos de litigios-

Prisa es parte en litigios significativos que se describen en las notas explicativas adjuntas. Adicionalmente, Prisa está expuesta a responsabilidades por los contenidos de sus publicaciones y programas.

Actividad digital y seguridad de los sistemas de red-

Las actividades digitales dependen de proveedores de servicios de internet, proveedores de servicios online y de la infraestructura de sistemas. Fallos significativos en los sistemas o ataques a la seguridad de los mismos podría tener un efecto adverso en los resultados operativos y condiciones financieras del Grupo.

Riesgo tecnológico-

Para mantener e incrementar su competitividad y su negocio, Prisa debe adaptarse a los avances tecnológicos, para lo que son factores clave la investigación y el desarrollo. Los cambios tecnológicos podrían propiciar la entrada de nuevos competidores y su posible incremento de cuota de mercado en detrimento de la del Grupo.

Por otro lado, el Grupo tiene externalizado con Indra Sistemas, S.A. (“Indra”) el servicio de gestión de tecnologías de la información y el desarrollo de proyectos de innovación en algunas sociedades del Grupo. En la medida en que esta prestación de servicios no continuara o se transfiriera a un nuevo proveedor, las operaciones del Grupo podrían verse afectadas.

Riesgos financieros

Riesgo de financiación-

Las obligaciones financieras del Grupo se describen en la nota 9 “Pasivos financieros” de las notas explicativas adjuntas.

Tal y como se describe en las notas explicativas adjuntas, en el mes de diciembre del ejercicio 2013 el Grupo firmó un acuerdo para la refinanciación de su deuda financiera.

Durante los ejercicios 2014, 2015 y el primer semestre de 2016, la compañía ha amortizado deuda por un total de 1.727.803 miles de euros con los fondos procedentes de la ventas de activos tales como Mediaset España y DTS y con los fondos de las ampliaciones de capital suscritas por Consorcio Transportista Occher e International Media Group S.à.r.l. Adicionalmente, la emisión de bonos necesariamente convertibles en acciones ordinarias de nueva emisión de Prisa mediante el canje de deuda financiera ha permitido reducir la deuda bancaria en 100.742 miles de euros durante el primer semestre de 2016.

Estas operaciones han permitido cumplir de manera anticipada los compromisos de reducción de deuda adquiridos en el contrato de refinanciación, de manera que el siguiente

compromiso financiero relevante queda establecido para el ejercicio 2018, fecha en la que se produce el vencimiento del Tramo 2, por importe de 956.512 miles de euros.

Los contratos que regulan las condiciones del endeudamiento de Prisa estipulan requisitos y compromisos de cumplir determinados ratios de apalancamiento y financieros (*covenants*). Estos contratos incluyen asimismo disposiciones sobre incumplimiento cruzado.

A 30 de junio de 2016, el nivel de endeudamiento neto bancario¹ del Grupo, que asciende a 1.562 millones de euros, supone una serie de riesgos para el mismo:

- Aumenta la vulnerabilidad del mismo al ciclo económico y a la evolución de los mercados.
- Requiere destinar una parte de los flujos de caja de las operaciones a atender las obligaciones de pago, abono de intereses y amortización del principal de la deuda, reduciendo la capacidad para destinar estos flujos a atender necesidades de circulante, inversiones, así como a financiar futuras operaciones.
- Expone al Grupo a las fluctuaciones de tipos de interés por la parte de los préstamos que se financian con tipos de interés variables.
- Limita la capacidad de adaptarse a los cambios en los mercados y coloca al Grupo en desventaja en relación a competidores menos endeudados.

Situación patrimonial de la sociedad dominante del Grupo-

La situación patrimonial de la sociedad dominante del Grupo se ha visto afectada en el pasado por el registro de las pérdidas derivadas de la venta del 56% de DTS, lo que conllevó a la conversión automática de deuda del Tramo 3 en préstamos participativos para restablecer el equilibrio patrimonial, tal y como se recoge en los acuerdos de financiación del Grupo (*véase nota 9 "Pasivos financieros" de las notas explicativas adjuntas*).

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.

Pérdidas adicionales en la sociedad dominante podrían situar a la compañía en causa de desequilibrio patrimonial.

Riesgo de crédito y liquidez-

La situación macroeconómica adversa, con caídas significativas de la publicidad y circulación ha tenido un impacto negativo en la capacidad de generación de caja del Grupo durante los últimos años, principalmente en España. Los negocios dependientes de la publicidad tienen un porcentaje elevado de costes fijos, y la caída de ingresos publicitarios repercute de manera significativa en los márgenes y en la posición de tesorería, dificultando la puesta en marcha de medidas adicionales para mejorar la eficiencia operativa del Grupo.

El Grupo realiza un seguimiento exhaustivo de los cobros y pagos asociados a todas sus actividades, así como de los vencimientos de la deuda financiera y comercial. En cuanto al

¹ El endeudamiento neto bancario incluye las deudas con entidades de crédito no corrientes y corrientes, sin considerar los gastos de formalización, minoradas por el importe de las inversiones financieras corrientes y del efectivo y otros medios líquidos equivalentes.

riesgo de crédito comercial, el Grupo evalúa la antigüedad de la deuda y realiza un seguimiento constante de la gestión de los cobros y tratamiento de la morosidad.

Adicionalmente, el Grupo analiza de manera recurrente otras vías de financiación con objeto de cubrir las necesidades previstas de tesorería tanto a corto como a medio y largo plazo. Sin embargo, a 30 de junio de 2016 el Grupo todavía mantiene un nivel de endeudamiento neto bancario de 1.562 millones de euros.

Intereses minoritarios en unidades generadoras de efectivo-

El Grupo tiene intereses minoritarios significativos en unidades generadoras de efectivo entre las que destacan los negocios de educación y radio. Santillana tiene la obligación de pagar a sus intereses minoritarios (25% del capital social) un dividendo fijo predeterminado preferente al dividendo de Prisa.

Exposición al riesgo de tipo de interés-

El Grupo se encuentra expuesto a las variaciones del tipo de interés, al obtener aproximadamente un 64,58% de su deuda con entidades financieras a interés variable. Actualmente el Grupo no tiene contratados derivados sobre tipos de interés.

Exposición al riesgo de tipo de cambio-

El Grupo está expuesto a las fluctuaciones en los tipos de cambio fundamentalmente por las inversiones financieras realizadas en participaciones en sociedades americanas, así como por los ingresos y resultados procedentes de dichas inversiones.

En este contexto, con objeto de mitigar este riesgo, en la medida en que haya líneas de crédito disponibles, el Grupo sigue la práctica de formalizar, sobre la base de sus previsiones y presupuestos que se analizan mensualmente, contratos de cobertura de riesgo en la variación del tipo de cambio (seguros de cambio, "forwards" y opciones sobre divisas fundamentalmente) con la finalidad de reducir la volatilidad en los flujos de caja enviados a la matriz desde las filiales que opera en el extranjero.

Riesgos fiscales-

Los riesgos fiscales del Grupo se relacionan con una posible diferente interpretación de las normas que pudieran realizar las autoridades fiscales competentes.

Los Administradores consideran probable la recuperación de los créditos fiscales activados en el plazo legal, si bien existe el riesgo de que la capacidad de generación de bases imponibles positivas no sea suficiente para la recuperabilidad de los créditos fiscales activados derivados de las bases imponibles negativas de ejercicios anteriores, de la limitación de la deducibilidad de los gastos financieros y las amortizaciones, así como de las deducciones fiscales.

Los Administradores consideran probable la recuperación de los créditos fiscales, registrados en forma de anticipo como consecuencia del abono de las liquidaciones de IVA derivadas de las diferentes inspecciones de Hacienda en las que, la Administración, considera que Promotora de Informaciones, S.A. debe limitar la deducibilidad del IVA soportado en la adquisición de bienes y servicios, en la medida en que realiza determinadas operaciones que no le generan el derecho a su deducción íntegra (principalmente, actividad de financiación

intragrupo y compraventa de acciones y participaciones). Dichas liquidaciones se encuentran todas recurridas en diferentes instancias administrativas o judiciales, tal y como se describe en la nota 7 de las notas explicativas adjuntas. La Sociedad dispone de informes de dos de los principales despachos de abogados que confirman el criterio mantenido por la Compañía. No obstante, existe el riesgo de obtener sentencias firmes desestimatorias en los distintos procedimientos judiciales, que confirmen el criterio mantenido por la Administración.

3. EVOLUCIÓN PREVISIBLE

El sector de medios de comunicación es sensible a la evolución de las principales variables macroeconómicas (PIB), al consumo, y en especial al ciclo publicitario. Por otro lado negocios como Educación o Radio con presencia internacional están además afectados por la evolución de las monedas de los países en los que operan. A la gestión económica de los negocios le afectará también la evolución previsible de estas variables comentadas.

Durante el año 2016 se mantienen las previsiones de crecimiento para las economías de Iberia.

Por otro lado, las actividades e inversiones de Prisa en Latinoamérica están expuestas a la evolución de los distintos parámetros macroeconómicos de cada país incluyendo potenciales deterioros del consumo como consecuencia de una ralentización del ritmo de crecimiento en alguno de estos países o del decrecimiento de las economías.

En cuanto a las magnitudes macroeconómicas, decir que en Latinoamérica, según datos del FMI (abril 2016) la evolución del PIB en 2016 ha sido desigual en función de los distintos países. Mientras las condiciones en algunos países como Brasil sigue complicada (especialmente riesgo político) o Argentina (en transición económica), otros países como México, Perú, Chile o Colombia han mostrado crecimientos. La senda de crecimiento en estos países según estimaciones del FMI seguirá alta en el año 2017, mientras que en Brasil la economía se espera que deje de caer o en Venezuela la caída se suavizará. El Grupo está influido por la evolución de los parámetros macroeconómicos.

Los resultados del Grupo en Latinoamérica hasta junio se vieron negativamente afectados por la debilidad del tipo de cambio en la región. Excluyendo el impacto de los tipos de cambio, los resultados de Latam continúan mostrando crecimiento en moneda local, gracias al crecimiento en países como Perú, que compensa la caída en Brasil (asociada al trasvase de alumnos de la escuela privada a la pública por la situación macroeconómica del país).

En el cierre de 2016, los resultados en euros de Educación y Radio seguirán estando afectados por la evolución de los tipos de cambio pero con perspectivas de que el efecto cambiario negativo a final de año se modere. En cualquier caso, la volatilidad de los tipos de cambio latinoamericanos se mantiene elevada.

Otro de los factores que inciden en la evolución futura es el ciclo publicitario. No obstante, la exposición del Grupo Prisa a la evolución del mercado publicitario es limitada debido a la diversificación de sus ingresos (los ingresos publicitarios representan un 37,7% del total durante el primer semestre de 2016). Los negocios dependientes de publicidad tienen un alto porcentaje de costes fijos, por lo que el incremento de los ingresos publicitarios repercute de manera significativa en el resultado produciendo una mejora de los márgenes y de la posición de tesorería del Grupo.

Está creciendo significativamente la publicidad digital. En concreto, se ha incrementado en un 18,3% en el primer semestre de 2016 y en el negocio de prensa representa ya un 40% de los ingresos publicitarios (36% a junio de 2015). Se prevé que continúe la tendencia de crecimiento en el resto de 2016.

El mercado publicitario en España durante el 2015 creció un 5,8% según el informe de i2P. La estimación de esta misma fuente para el año 2016 sigue mostrando un crecimiento global del mercado español del 5%.

En España, los ingresos publicitarios del Grupo aumentaron un 1,0% en el primer semestre de 2016, gracias a la evolución de la publicidad digital y los eventos que compensan la menor publicidad local en Radio. Para 2016 se prevén ingresos publicitarios en crecimiento por encima del mercado apoyado en crecimiento digital, eventos especiales y un mejor comportamiento de la publicidad en Radio en el segundo semestre.

En Portugal, la recuperación del mercado publicitario se adelantó a finales de 2013, manteniéndose durante el año 2014. En el año 2015 el mercado portugués sufrió una ralentización motivada por la situación económica del país y que continúa durante el año 2016. Sin embargo, en este contexto, los ingresos publicitarios de Media Capital se han incrementado un 5,6% respecto al primer semestre de 2015 con un mercado portugués que apenas crece. Para el final de 2016 se estima que la publicidad siga creciendo tanto en televisión como radio e internet.

En Latinoamérica, según datos de Zenith Optimedia (diciembre 2015), el mercado publicitario crecerá, a tipos constantes en 2016 un 1,2%. Prisa Radio en Latinoamérica en el primer semestre ha caído un -4,7% a tipos de cambio constantes, afectado por la situación político-económico-social de Colombia y Chile unido a la situación complicada que atraviesa el sector publicitario en ambos países. Para el final de 2016, se espera mejorar la tendencia del primer semestre del año.

Prisa cuenta con otros negocios menos dependientes del ciclo económico y de la publicidad, que siguen demostrando su capacidad de crecimiento, sobre todo en Latinoamérica, como es el caso de Educación, que en el primer semestre de 2016 representa un 44,8% del total de ingresos del Grupo y un 70,2% del EBITDA. En Latinoamérica los ingresos han caído un -9,1% en este mismo período por efecto negativo del tipo de cambio. A tipo de cambio constante, Educación crece un +12,5% gracias a licitaciones en Perú y a un buen comportamiento en general de los países de campaña Sur, salvo Brasil que se ve afectado por la situación macroeconómica. La evolución de las campañas del área sur en su conjunto, ha sido positiva en moneda local en 2016. Las campañas del área norte principalmente tienen impacto en el tercer trimestre del año. Las ventas registradas en el primer semestre muestran solo el inicio de campaña mostrando cierto adelanto de ventas respecto al mismo periodo del año anterior. Por otro lado, continúa la expansión de los sistemas de enseñanza digitales, (UNO y Compartir) en Latinoamérica creciendo tanto en alumnos como en facturación (en moneda local). La evolución del segundo semestre en lo que se refiere a Sistemas dependerá esencialmente de la captación de alumnos en los países de campaña norte.

Una parte del crecimiento del Grupo para 2016 estará apoyado en el desarrollo digital. Las audiencias digitales han experimentado crecimientos significativos (123,0 millones de navegadores únicos a junio de 2016, lo que representa un crecimiento del 13% respecto al mismo período del año anterior). La compañía seguirá en 2016 centrada en incrementar el desarrollo digital en todas sus unidades de negocio. En concreto, el foco en la Prensa seguirá siendo rentabilizar lo máximo posible el liderazgo de cabeceras como El País o As no sólo en

España sino también en el mercado americano además del impulso a la comercialización de video digital.

En este entorno macroeconómico, una de las prioridades del Grupo continúa siendo en 2016 el esfuerzo en control de gastos y de inversiones, centrandose las inversiones operativas en áreas de crecimiento y manteniendo una estricta política de control de costes y de adecuación de sus estructuras productivas a la evolución de los ingresos con el fin de mantener la rentabilidad de los negocios.

Adicionalmente, el Grupo seguirá activo durante el segundo semestre en el refuerzo de su estructura de balance, disminución de la deuda y control de la generación de caja.