

**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 2015

**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 2015

## 1. EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

### Análisis de la evolución y resultado de los negocios

Los *hechos más relevantes* en el período enero-junio de 2015 han sido:

- Los **ingresos de explotación** del Grupo alcanzan los 650,0 millones de euros (-5,5%) y el **EBITDA** es de 85,2 millones de euros (-3,6%).
- Los **ingresos publicitarios** del Grupo alcanzaron los 242,4 millones de euros (+1,9%).

Los ingresos publicitarios del Grupo en España crecen un 4,4% respecto al primer semestre de 2014 (ajustando los efectos extraordinarios el crecimiento sería del 5,7%).

La Radio en España crece un 8,9% registrándose crecimientos tanto en publicidad local (+10,1%), como en publicidad de cadena (+4,5%).

La prensa confirma el cambio de tendencia, creciendo un 0,7% (+3,6% en términos ajustados; -3,6% publicidad convencional; +22% publicidad online).

En Portugal, los ingresos publicitarios de Media Capital se mantienen prácticamente planos (+0,4%); (TVI -0,1% y Radio +8,5%).

- **América Latina y USA** representaron un 50,0% de los ingresos del Grupo y la práctica totalidad de su EBITDA.

En Educación, las campañas del Área Sur en el primer semestre de 2015 han mostrado un sólido comportamiento: los ingresos crecen un 18%.

En Radio Latam, los ingresos muestran una caída del 1,2% en el primer semestre del año. Continúa la debilidad en Chile y Colombia (aunque se ha moderado en el 2º trimestre), compensada parcialmente por la buena evolución en Argentina.

La evolución de los tipos de cambio en el año, ha tenido un impacto positivo en los ingresos de 9,3 millones de euros y en el EBITDA de 10,3 millones de euros. Dicho impacto se revertirá a final de año si se mantienen los tipos de cambio actuales.

- Los **ingresos de transformación digital** en el grupo se incrementan un 13,1% hasta alcanzar los 94,3 millones de euros.

Los Sistemas de Educación Digitales (UNO y Compartir) continúan su desarrollo y crecimiento en Latinoamérica alcanzando 815.212 alumnos.

La publicidad digital se incrementa un 15% en el primer semestre del año.

En el negocio de prensa, la publicidad digital representa ya un 35,1% de los ingresos publicitarios.

Los navegadores únicos medios en las páginas web crecen el 39%, alcanzando más de 118 millones.

- Sigue el esfuerzo en **control de gastos y capex**

Los gastos operativos descienden significativamente en Prensa y Media Capital mientras que en Educación y Radio el incremento está asociado al incremento de ingresos.

Se han revisado las inversiones operativas para canalizar recursos hacia las áreas de crecimiento, principalmente Santillana. En el primer semestre las inversiones ascienden a 31,9 millones de euros frente a 35,9 millones de euros en el mismo periodo de 2014.

- **Desapalancamiento y refuerzo de la estructura de capital**

La operación de Canal+ se cerró el 30 de abril de 2015 y con los fondos procedentes de la misma se cancelaron 470 millones de euros de deuda.

Adicionalmente se han cancelado 122 millones de euros mediante recompra de deuda a descuento (descuento medio del 22%) con los fondos procedentes de la venta de Mediaset España.

El Grupo dispone de una caja de 154 millones de euros para comprar deuda a descuento.

La deuda bancaria neta del Grupo se reduce en 681 millones (excluyendo la estimación de la cuenta pendiente de cobro por la operación de venta de DTS) hasta los 1.901 millones de euros a 30 de junio de 2015 (2.582 millones en diciembre de 2014).

Adicionalmente, con el fin de reforzar la estructura de capital, el Consejo de Administración de Prisa celebrado el 27 de febrero de 2015 aprobó un aumento de capital por un importe total de 75 millones de euros, pendiente de suscripción a la fecha.

- En el área de **Educación**, los ingresos de explotación alcanzaron los 300,3 millones de euros (4,1%), y el EBITDA los 64,4 millones de euros (+4.0%). El impacto del tipo de cambio en los ingresos fue positivo en 8,6 millones de euros y de 10,7 millones de

euros en EBITDA. Dicho impacto se revertirá al cierre del ejercicio si se mantienen los tipos de cambio actuales.

En el primer semestre se han cerrado la totalidad de las campañas de educación del área sur: Brasil, Colombia, Costa Rica, Centroamérica Norte, Uruguay, Chile, Bolivia, Argentina, Paraguay, Perú y Ecuador. Estas campañas han mostrado en su mayoría un buen comportamiento en moneda local. Destaca Brasil con crecimientos en moneda local del 7,2% y Argentina que ha mostrado un crecimiento significativo en moneda local del 77%.

Las campañas del Área Norte (España, México, Venezuela y las ventas institucionales de Brasil), tienen lugar en el segundo semestre del año, y por tanto, las cifras del primer semestre recogen prácticamente todos los gastos de promoción y comercialización de las campañas sin prácticamente ingresos. En España se han registrado retrasos respecto al año anterior por las dificultades en la implantación de la nueva ley de educación. A pesar de dichos retrasos, la campaña muestra buenas perspectivas y sus resultados repercutirán positivamente en el cierre anual.

Los sistemas de enseñanza digitales continúan su desarrollo en Latinoamérica. UNO alcanza un EBITDA de 6,6 millones de euros en el primer semestre de 2015.

- En el área de **Radio**, los ingresos de explotación alcanzaron los 150,1 millones de euros (+4,3%) y el EBITDA los 19,1 millones de euros (-7,5%).

La publicidad en España aumenta un 8,9 % en el primer semestre de 2015 a pesar del efecto del mundial de fútbol de 2014.

Destaca la mejora operativa en España, que incrementa su EBITDA en el primer semestre de 2015 un 46,0% hasta alcanzar los 7,3 millones de euros.

La publicidad en América Latina se resiente por el peor comportamiento en Chile y Colombia, compensado por la buena evolución de Argentina.

Continúa en 2015 el esfuerzo en control de costes, sin embargo los costes se incrementan, debido a la promoción de nuevos programas y a los costes relacionados con el incremento de ingresos (+5% en términos ajustados).

- En el área de **Prensa**, los ingresos de explotación alcanzaron los 117,0 millones de euros (-11,6%).

Los ingresos publicitarios se mantienen en línea respecto al primer semestre de 2015 (+0,7%) (El País 2,7% y AS -1,3%). La publicidad tradicional se reduce en un -7,8%, compensada por el buen comportamiento de los ingresos de publicidad digital (+22%, representando ya un 35% del total de los ingresos publicitarios).

- En **Media Capital**, los ingresos de explotación alcanzaron los 82,3 millones de euros (-7,5%) y el EBITDA los 16,4 millones de euros (-10,3%). Los ingresos publicitarios se mantienen en línea respecto al primer semestre de 2014 (+0,4%, Televisión (-0,1%) y Radio (8,5%).

## 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 2014, 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 el ejercicio 2014, con previsiones también de crecimiento para el ejercicio 2015.

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, con previsiones incluso de recesión en economías como Brasil.

Los resultados del Grupo en Latinoamérica se han visto negativamente afectados por la debilidad del tipo de cambio en la región desde mediados del ejercicio 2013, efecto que se atenuó a partir del segundo trimestre de 2014. Durante el primer semestre del ejercicio 2015 el tipo de cambio ha pasado a tener una contribución positiva en la mayoría de los países en los que opera el Grupo, con perspectivas de que esta tendencia se neutralice a final de año.

#### *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 mejora de la situación macroeconómica en España y Portugal no se cumplieran y el crecimiento en Latinoamérica se ralentizara o incluso se produjera recesión en algunos 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 y Prensa), una caída de los ingresos publicitarios repercute directamente en el beneficio operativo y por tanto en la capacidad de generación de caja del Grupo, obligando a las distintas unidades de negocio a llevar a cabo revisiones y ajustes en su base de costes.

#### *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, influye en la posición 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.

#### *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.

La resolución de algunos de los litigios asociados a DTS, sociedad cuya venta se ha ejecutado en el mes de abril de 2015, podría implicar un ajuste en el precio de venta final de la sociedad o una obligación de indemnización a futuro (*véase nota 2 de las notas explicativas adjuntas*).

#### *Piratería-*

Los ingresos provenientes de la explotación de contenidos y derechos de los que es propietario el Grupo se ven afectados por el acceso ilícito a los mismos a través de internet o copia, lo que afecta fundamentalmente al negocio de edición de libros.

### *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.

## **Riesgos financieros**

### *Riesgo de financiación-*

Las obligaciones financieras del Grupo se describen en la nota 10 "*Pasivos financieros*" de las notas explicativas adjuntas.

Tal y como se describe en dicha nota, en el mes de diciembre del ejercicio 2013 el Grupo firmó un acuerdo para la refinanciación de su deuda financiera que supuso una extensión de los vencimientos, una mayor flexibilidad en el proceso de reducción de la misma y una mejora en su perfil de liquidez.

La mejora en el perfil de liquidez se derivaba tanto de la firma de un contrato de financiación adicional por importe de 353 millones de euros suscrito con determinados inversores institucionales para cubrir las necesidades de liquidez en el medio plazo, como de la reducción significativa del pago de intereses en efectivo. Esta línea de financiación ha quedado íntegramente amortizada en el mes de mayo de 2015 con los fondos procedentes de la venta del 56% de DTS.

Adicionalmente, el acuerdo de refinanciación incluía una serie de compromisos de reducción de deuda para cuyo cumplimiento el Grupo cuenta con diversas alternativas tales como la venta de activos no estratégicos, la recompra de deuda a descuento en el mercado, el apalancamiento de activos operativos, las transferencias de deuda entre tramos así como otras operaciones corporativas. El contrato contiene mecanismos automáticos que evitan su resolución anticipada bajo ciertos supuestos en el caso de no cumplirse dichos compromisos, lo cual proporciona estabilidad a la estructura de capital del Grupo.

A 30 de junio de 2015, el compromiso de reducción de deuda del Tramo 3 establecido para el ejercicio 2015 (900 millones de euros) ha quedado cumplido, tal y como se describe en las notas explicativas adjuntas.

A esta misma fecha, resta por amortizar un importe de 208 millones de euros para cumplir con el segundo de los compromisos de reducción de deuda del Tramo 3 previsto para el ejercicio 2016 (600 millones de euros). Tal y como se describe en las notas explicativas, el Grupo espera hacer frente a este importe con los fondos pendientes de utilizar a dicha fecha de las ventas de Mediaset España y del cobro del 80% del precio inicial de venta de DTS, así

como con el cobro del importe restante de la operación u otras operaciones corporativas, como la ampliación de capital de 75 millones de euros pendiente de suscripción a la fecha. De esta manera, el siguiente compromiso financiero relevante queda establecido para el ejercicio 2018, año en el que se produce el vencimiento del Tramo 2.

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 2015, el alto nivel de endeudamiento bancario del Grupo, que asciende a 2.213 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-*

En junio de 2014, debido a la pérdida de 750.383 miles registrada por la Sociedad Dominante del Grupo tras el acuerdo para la venta del 56% de DTS, el patrimonio neto era negativo en 593.513 miles de euros, de manera que, según establece la Ley de Sociedades de Capital, la Sociedad se encontraba incurso en causa de disolución.

Con el fin de restablecer el equilibrio patrimonial, se puso en marcha el mecanismo de conversión automática de parte del Tramo 3 de la deuda de la compañía en préstamos participativos por una cuantía suficiente para compensar dicho desequilibrio patrimonial.

Durante este período la compañía materializó operaciones de recompra de deuda a descuento con los fondos procedentes de la ampliación de capital suscrita por Occher y de las ventas del 10,0% Mediaset España que redujeron el importe del préstamo participativo necesario para restablecer la situación de equilibrio patrimonial.

La formalización del proceso de conversión de deuda en préstamo participativo se produjo el 15 de septiembre de 2014, por un importe de 506.834 miles de euros, que recogía tanto el impacto de estas operaciones como los resultados operativos hasta el momento de la conversión, lo que permitió igualar el patrimonio neto de la compañía a los dos tercios del capital social.

A 31 de diciembre de 2014, como resultado de, entre otros, la revisión del precio de venta de DTS y del registro de un deterioro adicional de 23.789 miles de euros, el patrimonio neto de la Sociedad 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 a cierre de ejercicio), era de 31.554 miles de euros.

Con el fin de reestablecer la situación de equilibrio patrimonial, se puso nuevamente en marcha el mecanismo de conversión automática de parte del Tramo 3 de la deuda de la compañía en préstamos participativos, de manera que el 20 de abril de 2015 se convirtieron 19.750 miles de euros adicionales de Tramo 3 en préstamos participativos, una vez contempladas las operaciones ejecutadas hasta la fecha y encaminadas a reducir al máximo este importe.

A 30 de junio de 2015, como consecuencia de las pérdidas registradas, el patrimonio neto de la sociedad dominante a efectos de la causa de disolución es de 119.635 miles de euros, siendo este importe inferior a las dos terceras partes de la cifra del capital social si bien se sitúa por encima de la mitad del capital social, por lo que la sociedad se encuentra por tanto la sociedad en una situación de desequilibrio patrimonial. Los Administradores estiman que se restablecerá el equilibrio patrimonial en el plazo legalmente establecido para lo que consideran, entre otras medidas, compraventas adicionales de deuda a descuento u otras operaciones corporativas, como la ampliación de capital de 75 millones de euros pendiente de suscripción a la fecha.

#### *Operación de venta de DTS-*

Tal y como se describe en las notas explicativas adjuntas, el 30 de abril de 2015, Prisa ejecutó con Telefónica de Contenidos, S.A.U. el contrato de compraventa del 56% de las acciones de DTS, por un precio inicial de 706.812 miles de euros. A 30 de junio de 2015, Prisa ha recibido de Telefónica el pago inicial de 565.450 miles de euros, correspondientes al 80% del precio, estando el 20% pendiente de cobro a la fecha.

En función del importe que finalmente cobre DTS de Mediapro como consecuencia del laudo emitido en el marco del procedimiento arbitral instado por DTS frente a Mediapro y la revisión de los ajustes contemplados en el contrato, el precio de la compraventa se ajustará.

#### *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 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.

#### *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 53,75% de su deuda con entidades financieras a interés variable. En este sentido el Grupo formaliza contratos de cobertura de riesgo de tipos de interés en la medida en que haya líneas de crédito disponibles.

#### *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.

### **3. EVOLUCIÓN PREVISIBLE**

El sector de medios de comunicación es muy sensible a la evolución de las principales variables macroeconómicas (PIB), del consumo y en especial al ciclo publicitario.

El ejercicio 2014 ha sido un año de recuperación en el mercado publicitario en España y Portugal. Ya desde el segundo trimestre de 2013 se produjo una ralentización en los ritmos de caída en España. El año 2014 finalizó con un crecimiento global del 5,0% (fuente: i2P), siendo por tanto el ejercicio 2014 el primero en que la inversión publicitaria ha crecido de manera significativa desde el ejercicio 2008. La estimación de crecimiento para el ejercicio 2015 en este país, también según i2P, es del 6,6%, con previsiones positivas en prácticamente todos los sectores. También el ejercicio 2014 ha sido un año de recuperación en el mercado publicitario en Portugal, con crecimientos del 9,5% y previsiones de crecimiento del 3,7% para 2015 (fuente: Zenith Optimedia).

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, con previsiones incluso de recesión en economías como Brasil. Recientemente el Banco Mundial ha rebajado las previsiones de crecimiento para el ejercicio 2015 para las economías de América Latina al 0,4%, lo que significa que la actividad se estancará prácticamente antes de repuntar al 2% en 2016 y al 2,7% en 2017.

Los resultados del Grupo en Latinoamérica se han visto negativamente afectados por la debilidad del tipo de cambio en la región desde mediados del ejercicio 2013, efecto que se atenuó a partir del segundo trimestre de 2014. Durante el primer semestre del ejercicio 2015 el tipo de cambio ha pasado a tener una contribución positiva en la mayoría de los países en los que opera el Grupo, con perspectivas de que (si se mantienen los tipos de cambio actuales) esta tendencia se neutralice a final de año.

A pesar de que la exposición de Grupo Prisa a la evolución del mercado publicitario es limitada debido a la diversificación de sus ingresos (representando los ingresos publicitarios un 37,3% durante el primer semestre de 2015) los negocios dependientes de publicidad tienen un alto porcentaje de costes fijos y la caída de los ingresos publicitarios repercute por tanto de manera significativa en el resultado produciendo un empeoramiento de los márgenes y la posición de tesorería del Grupo.

En España, los ingresos publicitarios del Grupo aumentaron un 4,4% en el primer semestre de 2015, ajustando efectos extraordinarios el incremento sería del 5,7%. En el caso de Portugal, los ingresos publicitarios de Media Capital se han incrementado un 0,5% respecto al primer semestre de 2014, siendo un mercado donde la recuperación publicitaria comenzó ya a finales de 2013.

Durante el primer semestre de 2015 América Latina y USA representaron un 50,0% de los ingresos del Grupo y la práctica totalidad de su EBITDA.

Prisa cuenta con otros negocios menos dependientes del ciclo económico, que siguen demostrando su capacidad de crecimiento, sobre todo en Latinoamérica, como es el caso de Educación, que en el primer semestre de 2015 representa un 46,2% del total de ingresos del Grupo y un 75,7% del EBITDA. En Latinoamérica los ingresos se han incrementado un 14,7% en este mismo período (9,8% a tipo de cambio constante). Los esfuerzos del negocio editorial continúan centrados en la expansión de los sistemas de enseñanza digitales, sobre todo en países como México, Colombia y Brasil cuyo crecimiento en ingresos y en EBITDA ha continuado durante el primer semestre de 2015. En el primer semestre del año se han cerrado las campañas de área sur, que han tenido en su mayoría un buen comportamiento, destacando la evolución de Brasil y Argentina. En cuanto al área norte, en España se han registrado retrasos respecto al año anterior por las dificultades en la implantación de la nueva ley de educación, si bien las perspectivas para final de año son positivas.

Respecto a las operaciones de la radio en Latinoamérica, Chile y Colombia muestran cierta debilidad si bien el mes de Junio parece mostrar un ligero cambio de tendencia y se han comenzado a implantar distintas medidas de control de costes para compensar dicho comportamiento.

Las audiencias digitales continúan experimentando crecimientos significativos (118,1 millones de navegadores únicos a junio de 2015, lo que representa un crecimiento del 39,0% respecto al mismo período del año anterior). La compañía seguirá en adelante 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.

La publicidad digital se ha incrementado en un 15% en el primer semestre del ejercicio 2015 y en el negocio de prensa representa ya un 35,1% de los ingresos publicitarios (29,9% a junio de 2014).

En este entorno, una de las prioridades del Grupo continúa siendo el esfuerzo en reducción de gastos y control del capex, reduciendo las inversiones operativas al mínimo para canalizar recursos a las áreas de crecimiento, principalmente Santillana 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 liquidez y rentabilidad de los negocios.

Adicionalmente, el Grupo sigue enfocado en la ejecución de su plan de refinanciación. Durante el primer semestre de 2015 se ha ejecutado la operación de venta de DTS con Telefónica de Contenidos, S.A.U. Con los fondos obtenidos hasta la fecha de dicha operación, así como con los obtenidos por la venta de la práctica totalidad de las acciones que el Grupo poseía en Mediaset España, y por la ampliación de capital suscrita por Occher, el Grupo ha reducido deuda por 1.368 millones de euros durante el ejercicio 2014 y el primer semestre de 2015, en gran medida mediante recompras de deuda a descuento. Adicionalmente, con el fin de reforzar su estructura de capital, el Consejo de Administración de Prisa celebrado el 27 de febrero de 2015 aprobó un aumento de capital por un importe total de 75 millones de euros, pendiente de suscripción a la fecha.