

Grupo Prisa

Informe de gestión consolidado correspondiente al
ejercicio 2013

1. EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

Los **hechos más relevantes** en el período enero-diciembre de 2013 han sido:

- Los **ingresos de explotación** alcanzaron los 2.725,7 millones de euros (+2,3%) y el **Ebitda** los 296,2 millones de euros (-30,6%).
- Los **ingresos publicitarios** ascendieron a 543,8 millones de euros, un 2,3% menos que en 2012 y representaron el 19,9% del total de los ingresos del Grupo (el 20,8% en 2012). En el cuarto trimestre estanco la evolución de los ingresos publicitarios mejoró un 7,2% con respecto a los trimestres anteriores (+2,2% en el tercer trimestre; -8,4% en el segundo trimestre y -10,4% en el primer trimestre de 2013):
 - En España, los ingresos publicitarios disminuyeron un 2,4% en el ejercicio 2013. En el cuarto trimestre del ejercicio, los ingresos publicitarios crecieron un 12,3% (+5,2% en el tercer trimestre; -9,6% en el segundo trimestre y -15,7% en el primer trimestre del año).
 - Los ingresos publicitarios en América Latina, que supusieron un 26,6% del total de ingresos publicitarios del Grupo, crecieron un 2,8%. Los ingresos publicitarios en la radio en América Latina en moneda local se incrementaron en un 11,1%.
- El conjunto de ingresos de **Latinoamérica** creció un 3,4%. América Latina representó un 27,7% de los ingresos del Grupo (26,7% en 2012) y un 67,5% del Ebitda (45,0% en 2012).
- Se mantiene el esfuerzo en el **control de costes** dada la debilidad del entorno macroeconómico en 2013. Los gastos de explotación ascendieron a 3.526,8 millones de euros (+24,2%), principalmente por efectos extraordinarios derivados de deterioros de activos y por el nuevo acuerdo de explotación del fútbol. Las compras y consumos (1.130,0 millones de euros) se incrementaron un 27,1% respecto al mismo período del ejercicio anterior, si bien ajustando el impacto del nuevo acuerdo del fútbol se habrían reducido en un 9,0% (-16,8% en España; +4,5% internacional debido principalmente al desarrollo de los sistemas de enseñanza digitales en el área de Educación). Los gastos de personal (539,6 millones de euros) se redujeron en un 10,8%.
- En la **televisión de pago** los ingresos alcanzaron los 1.166,2 millones de euros (+9,2%), explicado por el crecimiento en ingresos de abonados de otras plataformas gracias a los acuerdos de multi-distribución que compensaron la caída en ingresos de abonados de satélite. El Ebitda alcanzó los 28,02 millones de euros (-84,5%).

La evolución de abonados se ha visto muy afectada durante el ejercicio 2013 por la caída del consumo en general, por la subida del IVA del 8 al 21% y por cambios recientes en la estrategia de ciertos competidores en cuanto a adquisición de contenidos y comercialización agresiva con ofertas en las que se regalan los contenidos en combinación con otros servicios.

Las altas netas de abonados de satélite se redujeron en el año en 99.179, mientras que las altas netas de abonados de Canal+1 en otros operadores (incluye OTT) crecieron en 12.973. El ARPU de satélite se situó en 43,5 euros de media en el trimestre (44,2 euros en el 4T 2012). Los abonados a iPlus alcanzaron el 38,9% (630.005 abonados, con un crecimiento de 42.674 abonados respecto a 2012). La penetración de Yomvi sobre el total de abonados del satélite fue del 29,0%. Canal+ mantuvo su liderazgo con una cuota de mercado del 44,3% según estimaciones internas.

Los ingresos de **Media Capital** en 2013 alcanzaron los 181,7 millones de euros (-1,4%) y un Ebitda de 39,1 millones de euros (-6,6%) consiguiendo en parte compensar la débil situación económica y del mercado publicitario en Portugal, reflejada en una caída de

ingresos publicitarios del 7,4%, gracias a su estrategia de diversificación de ingresos y a un estricto control de costes. TVI mantiene el liderazgo en Prime time, alcanzando una audiencia media diaria de 28,6% en 2013.

- Los ingresos de **Educación** (738,3 millones de euros) se mantuvieron en niveles similares a los del ejercicio anterior por el impacto negativo del tipo de cambio. A tipo de cambio constante, los ingresos se habrían incrementado en un 10,8%. Destaca el crecimiento de los ingresos de Sistemas de Enseñanza digitales (+ 61,3%). En América Latina los ingresos crecieron en un 4,1% (+17,2% a tipo de cambio constante), destacando la evolución de Colombia (+21,9%), Méjico (+6,1%) Ecuador (+9,2%) y Argentina (+6,9%). En Brasil (+12,3%) el impacto negativo del tipo de cambio fue significativo (a valores constantes, los ingresos de Brasil se habrían incrementado en un 31,3%). En España los ingresos cayeron en un 11,8% por debilidad de la campaña educativa en un año de pocas novedades. Ediciones generales redujo sus ingresos en un 5,8%. El Ebitda del área de Educación alcanzó los 170,9 millones de euros (-7,2%), reflejando el impacto del importante esfuerzo inversor en sistemas de enseñanza digitales.
- La **Radio** mostró un comportamiento divergente entre España y Latinoamérica. Los ingresos (342,9 millones de euros) se mantuvieron planos respecto a 2012 debido principalmente a la menor publicidad en España (-6,7%) si bien la tendencia a lo largo del ejercicio 2013 fue de mejora, especialmente en el cuarto trimestre del año (+8,6%). La publicidad en América Latina se incrementó en un 3,4% (+11,1% en moneda local), con crecimientos del 3,1% en Colombia, del 4,2% en Chile y del 13,0% en Méjico.
- Los ingresos de **Prensa** (282,5 millones de euros), cayeron un 10,2% comparado con 2012, explicado tanto por la debilidad de publicidad (-4,0%) que mostró una importante mejoría en el tercer y cuarto trimestres del año (+6,2% y +20,2% respectivamente, comparados con caídas del 16,3% y del 20,8% en el segundo y primer trimestre del año respectivamente), como por la caída de la circulación (-16,3%). El Ebitda fue positivo en 17,0 millones de euros (frente a pérdidas de 13,8 millones de euros en 2012 derivadas de los procesos de reestructuración y registro de deterioros de activos).
- En cuanto a la actividad **Digital**, la publicidad mostró un crecimiento del 10,0% en 2013 frente a una caída del mercado del 2,5% (según i2P). En prensa (+15,3%) la publicidad digital representa ya el 24% de ingresos publicitarios del área. En 2013, el promedio de navegadores únicos de las diferentes páginas web del Grupo alcanzó los 83,7 millones (+17%) donde resalta el crecimiento de EIPais.com, Radio internacional y As.com.
- 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. En este sentido, en el contexto de la refinanciación, el Grupo obtuvo una línea 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 así como de la reducción significativa del pago de intereses en efectivo. Adicionalmente, el acuerdo de refinanciación incluye una serie de compromisos de reducción de deuda para cuyo cumplimiento el Grupo cuenta con diversas alternativas estratégicas 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 bajo determinadas circunstancias evitan su resolución anticipada en el caso de no cumplirse dichos compromisos, lo cual proporciona estabilidad a la estructura de capital del Grupo.

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-

La situación económica de España y Portugal ha venido experimentado una apreciable desaceleración y volatilidad durante los últimos años. En concreto, las principales magnitudes de consumo en estos países han sufrido deterioros muy significativos que han impactado, y podrían continuar haciéndolo, en el gasto que los clientes del Grupo realizan en sus productos y servicios, incluidos anunciantes, abonados a nuestra plataforma de televisión de pago 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 un potencial deterioro del consumo como consecuencia de una ralentización del ritmo de crecimiento de estos países en el medio plazo.

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. Un empeoramiento de la situación macroeconómica en España y Portugal podría tener un impacto negativo en las perspectivas de gasto de los anunciantes del Grupo. 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 frecuentes en su base de costes.

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 a los negocios de televisión de pago y edición de libros.

Riesgo de competencia-

Los negocios audiovisuales, de educación, radio y prensa en los que Prisa opera son sectores altamente competitivos. De la misma manera, en lo referido al negocio de la televisión de pago, las actividades de la competencia pueden afectar a la capacidad de los negocios del Grupo en este segmento para captar nuevos abonados e incrementar la tasa de penetración, pudiendo también derivar en un aumento del coste asociado a la captación de abonados o en la adquisición de derechos televisivos, de lo que se podría derivar un impacto negativo significativo en la situación financiera y en los resultados de esta línea de actividad.

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.

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, principalmente en el negocio Audiovisual. 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.

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 ha firmado un acuerdo para la refinanciación de su deuda financiera que ha supuesto 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 deriva 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, así como de la reducción significativa del pago de intereses en efectivo.

Adicionalmente, el acuerdo de refinanciación incluye una serie de compromisos de reducción de deuda para cuyo cumplimiento el Grupo cuenta con diversas alternativas estratégicas 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.

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. Adicionalmente, la actual refinanciación supone una mayor flexibilidad en cuanto a que se han incorporado mecanismos legales de adopción de decisiones por mayorías cualificadas en procesos de negociación que con anterioridad se sometían a consentimientos unánimes por parte de las entidades financieras.

A 31 de diciembre de 2013 el endeudamiento bancario del Grupo ascendía a 3.401 millones de euros. El nivel de endeudamiento del Grupo:

- 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.

Riesgo de crédito y liquidez-

La situación macroeconómica adversa, con caídas significativas de la publicidad y circulación y de los abonados a la televisión de pago, ha estado teniendo 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. De la misma manera, en el negocio de la televisión de pago, en un contexto de incremento de los costes asociados al nuevo modelo de comercialización del fútbol y de competencia creciente en la adquisición de contenidos, y de comercialización agresiva por parte de ciertos operadores con ofertas en las que se regalan los contenidos en combinación con otros servicios, una caída de los ingresos de abonados y una subida de los costes de derechos incrementa necesariamente el período de tiempo requerido para rentabilizar dichos costes. Esto afectaría directamente a la liquidez del negocio, lo que podría plantear necesidades de financiación adicional en el mismo

En el contexto del acuerdo de refinanciación de la deuda firmado el pasado mes de diciembre, el Grupo ha obtenido una línea de financiación adicional por importe de 353 millones de euros para cubrir sus necesidades de liquidez en el medio plazo.

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 televisión de pago. Santillana tiene la obligación de pagar a sus intereses minoritarios (25% del capital social) un dividendo fijo predeterminado preferente al dividendo de Prisa. Por otro lado, el Grupo accede a la caja de la televisión de pago, negocio en el que cuenta con un porcentaje de minoritarios del 44%, a través del reparto de dividendos.

Exposición al riesgo de tipo de interés-

El Grupo se encuentra expuesto a las variaciones del tipo de interés, al obtener aproximadamente un 35% de su deuda con entidades financieras a interés variable. En este sentido el Grupo formaliza contratos de cobertura de riesgo de 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.

Riesgos fiscales-

Los riesgos fiscales del Grupo se relacionan con una posible diferente interpretación de las normas que pudieran realizar las autoridades fiscales competentes así como con la generación de bases imponibles positivas que permitan la recuperabilidad de créditos fiscales activados. Adicionalmente, como consecuencia de las distintas reformas fiscales en España, se ha limitado la deducibilidad de los gastos financieros y las amortizaciones, por lo que se han generado créditos fiscales futuros adicionales.

Cambios en el grupo de control de Prisa-

Es razonable prever que el 21 de febrero de 2014 el grupo accionario de control de Prisa haya visto reducido su porcentaje de participación en el capital social de Prisa por debajo del 30%. Como consecuencia de este hecho, de confirmarse, el derecho que el acuerdo entre accionistas de DTS, Distribuidora de Televisión Digital, S.A. reconoce a Telefónica de Contenidos y Mediaset España a adquirir la participación accionarial ostentada por Prisa en DTS será ejercitable durante el plazo de los quince días naturales siguientes a la fecha en que Prisa comunique este hecho al Consejo de Administración de DTS y a las citadas entidades. La regulación de este derecho de adquisición incluye un mecanismo y procedimiento de valoración de las acciones de DTS propiedad de Prisa.

Los estados financieros adjuntos no contemplan el impacto del eventual ejercicio de esta opción al no existir certeza sobre el mismo, que puede conllevar la salida de Prisa del capital de DTS, caso de ejercitarse el derecho y cerrarse la operación,.

3. EVOLUCIÓN PREVISIBLE

Prisa ha continuado experimentando comportamientos divergentes entre sus actividades procedentes de España y Portugal y las procedentes de Latinoamérica durante el ejercicio 2013.

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. La publicidad en España y Portugal ha mantenido su comportamiento negativo durante el ejercicio 2013, si bien ya desde el segundo trimestre del año se aprecia una ralentización en los ritmos de caída en España y las principales fuentes del mercado apuntan hacia la estabilización o potencialmente incluso a ligeros crecimientos para el próximo ejercicio.

En Latinoamérica por el contrario, la evolución del PIB ha sido positiva y los países en los que el Grupo está presente han recuperado los niveles previos a los del comienzo de la crisis global, si bien el Grupo está expuesto a las fluctuaciones en los tipos de cambio y evolución de los parámetros macroeconómicos de los distintos países, incluyendo un potencial deterioro del consumo como consecuencia de una ralentización del ritmo de crecimiento en el medio plazo.

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 tan sólo un 19,9% del total en el ejercicio 2013), 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 disminuyeron un 2,4% en 2013, con una tendencia de mejora durante el año que se acelera en el cuarto trimestre estanco, con un crecimiento del 12,3% (comparado con el crecimiento del 5,2% en el 3T y con las caídas del 9,6% en el segundo trimestre y del 15,7% en el primer trimestre del año). En Latinoamérica, los ingresos publicitarios (que representan un 26,6% del total de ingresos publicitarios del Grupo), crecieron un 2,8%.

En el ejercicio 2013 América Latina representó un 27,7% de los ingresos del Grupo (+3,4%;) y un 67,5% de su Ebitda (+6,2%).

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- Editorial, que en el ejercicio 2013 representa un 27,1% del total de ingresos del Grupo y un 57,7% del Ebitda. En Latinoamérica los ingresos han crecido un 4,1% en 2013 (+17,2% 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. En España, el ejercicio 2013 ha tenido una evolución negativa por ser un año de pocas novedades. Sin embargo, en el contexto de la nueva reforma educativa de aplicación a partir del verano de 2014, Santillana espera aumentar sus ventas como consecuencia de la publicación de nuevos libros.

Las audiencias digitales han experimentado crecimientos significativos (83,7 millones de navegadores únicos a diciembre de 2013, lo que representa un crecimiento del 16,9% 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.

Los ingresos del negocio de la televisión de pago se han incrementado un 18,3% en el ejercicio 2013, si bien su Ebitda decrece en un 64,5%, debido principalmente al nuevo modelo de explotación del fútbol. Aunque dicho modelo mejora sustancialmente la calidad del contenido ofrecido, también lleva aparejado un incremento de costes que deberá ser compensado a lo largo del tiempo a través de las ventas de multidistribución a terceros y un necesario incremento de la base de abonados. La evolución de abonados se ha visto muy afectada por la caída del consumo en general y por la subida del IVA del 8 al 21%. Además recientemente ha surgido una

competencia creciente en cuanto a la adquisición de contenidos y comercialización agresiva por parte de ciertos operadores con ofertas en las que se regalan los contenidos en combinación con otros servicios. Todo ello afecta a la rentabilidad del negocio.

En este difícil entorno económico en España y Portugal, Prisa ha mantenido una estricta política de control de costes. En 2013, a excepción de los costes del fútbol, todos los costes operativos han experimentado caídas significativas. El Grupo continuará con su esfuerzo de reducción de costes y de adecuación de sus estructuras productivas a la evolución de los ingresos con el fin de mantener la liquidez y rentabilidad del Grupo y situarle en una posición adecuada para aprovechar la recuperación de los mercados, reto al que el Grupo podrá hacer frente con una situación financiera más estabilizada gracias al reciente proceso de reestructuración de su deuda firmado el pasado mes de diciembre de 2013.