

RESULTADOS ANUAIS 2023



Media Capital
Juntos, criamos o futuro

Grupo Média Capital, SGPS, S.A.

Principais factos em 2023

- Grupo de canais TVI foi líder de audiências com um *share* de 19,5%.
 - CNN Portugal reafirmou a liderança entre canais de informação e foi vista, diariamente, por 2 milhões de pessoas.
 - TVI Ficção atingiu o melhor resultado de sempre.
 - Conjunto de canais TVI esteve todo o ano no 1º lugar do *ranking* digital nacional.
 - Media Capital assinou parceria pioneira com a Prime Video para a produção de “Morangos com Açúcar”. Série regressou à TVI e chegou ao *streaming*.
 - Segmento de Produção Audiovisual cresceu 25% (rendimentos operacionais).
-
- O Grupo Media Capital, com um Resultado Líquido Positivo, apresentou uma evolução positiva de €12,5 milhões face a 2022.
 - O EBITDA ajustado registou uma melhoria de 75% face ao período homólogo, atingindo €10,4 milhões.
 - As receitas do Grupo chegaram aos €150,9 milhões, 1% acima do ano anterior.
 - A estratégia de racionalização de custos permitiu reduzir custos em €9,9 milhões, 7% dos gastos operacionais ajustados de depreciações e amortizações.
 - A dívida líquida decresceu uma vez mais, atingindo €20,5 milhões, valor que se traduz num dos mais baixos de sempre na história do Grupo e num múltiplo de EBITDA ajustado inferior a 2x.
 - Os investimentos em CAPEX aumentaram 32%, fruto da aposta do Grupo na modernização.

1. Demonstração dos Resultados Consolidados

Milhares de €	2023	2022	Var %	2S 2023	2S 2022	Var %
Total de Rendimentos Operacionais	150 855	149 456	1%	81 562	79 783	2%
Televisão, Digital e Entretenimento	142 103	145 894	(3%)	76 328	77 426	(1%)
Produção Audiovisual	39 983	31 922	25%	21 621	15 720	38%
Outros	10 476	11 637	(10%)	4 872	5 760	(15%)
Ajustamentos de Consolidação	(41 707)	(39 997)	(4%)	(21 260)	(19 123)	(11%)
Total de Gastos Operacionais, ex-D&A	141 638	151 596	(7%)	71 065	78 292	(9%)
Gastos com Provisões, Imparidades e Reestruturações	1 194	8 095	(85%)	977	6 610	(85%)
Total de Gastos Operacionais, excl. D&A, Provisões e Reestruturações	140 443	143 500	(2%)	70 088	71 682	(2%)
EBITDA	9 217	(2 140)	n.a.	10 497	1 491	604%
Margem EBITDA	6,1%	(1,4%)	7,5pp	12,9%	1,9%	11,0pp
EBITDA Ajustado (1)	10 411	5 956	75%	11 474	8 101	42%
Margem EBITDA s/ Gastos líquidos com Provisões e Reestruturações	6,9%	4,0%	2,9pp	14,1%	10,2%	3,9pp
Televisão, Digital e Entretenimento	7 224	6 122	18%	9 881	8 657	14%
Produção Audiovisual	1 671	280	497%	972	114	754%
Outros	1 106	(305)	n.a.	202	(219)	n.a.
Ajustamentos de Consolidação	411	(141)	n.a.	419	(450)	n.a.
Depreciações e Amortizações	7 351	7 540	(3%)	3 802	3 834	(1%)
Resultado Operacional (EBIT)	1 866	(9 679)	n.a.	6 695	(2 343)	n.a.
Resultado Financeiro (Líquido)	(2 478)	(3 951)	37%	(1 458)	(1 971)	26%
Resultado Antes de Imposto	(611)	(13 630)	96%	5 237	(4 314)	n.a.
Imposto sobre o Rendimento	931	1 495	(38%)	(117)	37	n.a.
Resultado Líquido de Operações em Continuação	319	(12 136)	n.a.	5 120	(4 277)	n.a.
Resultado Líquido Ajustado (2)	1 514	(4 040)	n.a.	6 097	2 333	161%

(1) EBITDA Ajustado = EBITDA - Provisões - Imparidades de direitos - Indemnizações

(2) Resultado Líquido Ajustado = Resultado Líquido - Provisões - Imparidades de direitos - Indemnizações

Breve análise dos Resultados Consolidados

Em maio de 2022 concretizou-se a alienação do negócio das rádios, o que resultou numa mais-valia nas contas consolidadas do Grupo. Para efeitos comparativos, a informação financeira relativa ao ano de 2022 não apresenta os resultados da atividade das rádios no decurso desse ano, assim como não apresenta a mais-valia resultante do negócio, que totalizaram €48,8 milhões.

Em 2023 os rendimentos operacionais atingiram os €150,9 milhões, 1% acima do alcançado no ano anterior, resultante, essencialmente, do **desempenho do segmento de produção audiovisual**, no qual se verificou um acréscimo de 25%.

Os gastos operacionais excluídos de amortizações e depreciações apresentaram um decréscimo de 7%, enquanto que os gastos com a mesma natureza excluídos de provisões e reestruturações reduziram 2% face ao período homólogo, fruto de uma política exaustiva de racionalização de gastos, levada a cabo pelo Grupo, atingindo, em 2023, os €140,4 milhões.

Os gastos com provisões, imparidades e reestruturações em 2022 foram significativamente impactados pelo registo de uma imparidade sobre os direitos de transmissão de programas, razão pela qual apresentaram em 2023 uma redução significativa de €6,9 milhões.

O EBITDA consolidado do Grupo ajustado de gastos líquidos com provisões e reestruturações atingiu, em 2023, €10,4 milhões, um aumento significativo de 75% face a 2022. Este crescimento é o reflexo do contributo positivo dado por todos os segmentos de negócio.

O resultado operacional (EBIT) atingiu, em 2023, €1,9 milhões, o que compara muito positivamente com os €-9,7 milhões registados em 2022.

Os resultados financeiros (líquidos) atingiram €-2,5 milhões, o que se traduz num decréscimo de 37%, resultante do

refinanciamento do Grupo e do efeito da reestruturação societária ocorrida nas entidades internacionais em 2022.

No ano de 2023 o Grupo Media Capital atingiu um **resultado líquido positivo de €0,3 milhões, representando uma franca recuperação face aos resultados negativos registados nos anos anteriores e em particular em 2022 de €-12,1 milhões.** Corrigido do efeito das provisões, imparidades de direitos e reestruturações, o Resultado Líquido Ajustado atingiu €1,5 milhões, representando um aumento de €5,6 milhões face a 2022.

Milhares de €	2023	2022	Var %	2S 2023	2S 2022	Var %
Rendimentos Operacionais	150 855	149 456	1%	81 562	79 783	2%
Publicidade	98 662	102 422	(4%)	54 931	55 513	(1%)
Outros Rendimentos Operacionais	52 193	47 034	11%	26 631	24 270	10%

Os rendimentos operacionais do Grupo Media Capital atingiram, em 2023, os €150,9 milhões, cerca de 1% acima do registado no ano anterior.

Os rendimentos de publicidade sofreram uma queda de 4%, para €98,7 milhões, decorrente da redução registada no mercado publicitário na televisão de canal aberto. Contudo, verificou-se um crescimento nos rendimentos de

publicidade nos canais de *pay-tv*, que atingiram um crescimento de 30%, fruto também dos bons resultados de audiência.

Os outros rendimentos operacionais assinalaram um significativo acréscimo de 11%, alcançando os €52,2 milhões, resultado do desempenho no segmento de produção audiovisual e na venda de conteúdos.



2. Televisão, Digital e Entretenimento

Milhares de €	2023	2022	Var %	2S 2023	2S 2022	Var %
Rendimentos Operacionais	142 103	145 894	(3%)	76 328	77 426	(1%)
Publicidade	98 673	102 507	(4%)	54 942	55 530	(1%)
Outros Rendimentos	43 430	43 387	0%	21 386	21 896	(2%)
Gastos Operacionais, ex D&A	135 527	147 075	(8%)	66 977	74 712	(10%)
Gastos com Provisões, Imparidades e Reestruturações	648	7 303	(91%)	530	5 943	(91%)
Total de Gastos Operacionais, excl. D&A, Provisões e Reestruturações	134 879	139 772	(4%)	66 447	68 769	(3%)
EBITDA	6 576	(1 181)	n.a.	9 352	2 714	245%
Margem EBITDA	4,6%	(0,8%)	5,4pp	12,3%	3,5%	8,7pp
EBITDA Ajustado (1)	7 224	6 122	18%	9 881	8 657	14%
Margem EBITDA s/ Gastos líquidos com Provisões e Reestruturações	5,1%	4,2%	0,9pp	12,9%	11,2%	1,8pp
Depreciações e Amortizações	4 622	4 850	(5%)	2 367	2 492	(5%)
Resultado Operacional (EBIT)	1 954	(6 031)	n.a.	6 985	222	>999%

(1) EBITDA Ajustado = EBITDA - Provisões - Imparidades de direitos - Indemnizações

O segmento Televisão, Digital e Entretenimento inclui a atividade de televisão do Grupo (generalista e *pay-tv*), digital e de entretenimento, nomeadamente, no que se refere à gestão e venda de direitos musicais.

O conjunto dos canais TVI, que inclui também CNN Portugal, TVI Ficção e TVI Reality, liderou no ano de 2023 com uma vantagem de 0,8 pontos sobre o principal concorrente.

	Total dia (sh%)	Horário nobre (sh%)
Grupo de canais TVI		
UNIVERSO	19,5	20,2
ADULTOS	20,3	20,9
ABCD 15-54	13,8	14,8



O canal generalista, que celebrou este ano o seu 30º aniversário, atingiu um **share de 14,4% no ano de 2023 no target Universo**.

O intervalo face ao principal concorrente foi de -0,6 pontos percentuais, o que representa um encurtar de distâncias já que no final do ano passado os dois estavam separados por 1 pp. **No horário nobre, a TVI alcançou 16,4% de share**. A diferença cifrou-se agora nos -0,8 pontos percentuais. No *target* Adultos a TVI obteve 15% (total dia) e 17% (*prime-time*).

A TVI mantém a aposta na ficção nacional, com diversas novelas e séries de reconhecido sucesso. **“Festa é Festa”, foi a novela mais vista** pelos portugueses, conquistando 811 mil espetadores e um *share* de 18,3%. **“Queridos Papás”, também líder em 2023**, alcançou 590 mil espetadores no seu horário. O ano ficou ainda marcado pelos bons resultados dos projetos “Quero é Viver” e “Para Sempre”.

“Morangos com Açúcar”, um dos maiores sucessos de sempre da ficção nacional, regressou aos ecrãs da TVI em outubro de 2023 e provou que continua a ser um êxito junto do público, reunindo, em média, 651 mil espetadores em frente à televisão a cada novo episódio emitido.

No entretenimento, o “Big Brother” manteve o estatuto de programa favorito dos portugueses. Foram 16 semanas de “Big Brother”, com uma audiência média superior a 805 mil espetadores e uma quota de 21,7%. A TVI apostou também em novos programas, como “Ex-periência” e “Casamento Marcado”, que ocuparam vários fins-de-semana de 2023. Assim como aconteceu com “Vai ou Racha”, programa que fez companhia aos portugueses ao fim do dia.

Ao longo de todo o ano, **“Dois às 10” foi o programa mais visto nas manhãs** da televisão nacional, com 294 mil espetadores de média diária. Já

no **período da tarde, “Goucha” foi o preferido dos portugueses**, com 315 mil espetadores.

A TVI continuou a procurar destacar-se na informação e no desporto, com o acompanhamento próximo de eventos de destaque quer em Portugal quer a nível internacional, como a **“Jornada Mundial da Juventude”, o “Casamento Real” e a “Supertaça Feminina de Futebol”**.

A CNN Portugal foi o canal de informação de eleição dos portugueses, liderando com 3% de share, a que correspondeu uma audiência média de 64 mil espetadores. Dado talvez ainda mais relevante: **em 2023, 2 milhões de espetadores contactaram diariamente com a CNN Portugal**.

Nos canais de *pay-tv* destacou-se o **TVI Ficção, que alcançou o seu melhor resultado de sempre**. Conquistando 1,2% de *share*, cresceu 60% face ao ano anterior. O canal **TVI Reality reafirmou o seu bom desempenho**, estando sempre nos primeiros lugares da televisão paga em Portugal, com 1,0% de *share*.

O conjunto de canais TVI, TVI Player, CNN Portugal e SELFIE afirmou-se, de forma incontestável, enquanto líder no digital, tendo-se mantido na liderança do *ranking* nacional Netaudience durante todo o ano. O ano de 2023 marcou também o crescimento do TVI Player, alavancado pelo relançamento da marca “Morangos com Açúcar”, assim como a mudança estratégica ocorrida na forma como se disponibilizam as novelas aos utilizadores.

O 30º aniversário da TVI foi pretexto para homenagear o passado da estação, mas também para introduzir inovação, designadamente com o lançamento do projeto TVI 3.0. Um conjunto de vários NFTs e um espaço no Metaverso *Spatial* possibilitaram uma experiência diferente e imersiva no digital.

Desempenho Financeiro

O segmento de **Televisão, Digital e Entretenimento** viu os seus rendimentos operacionais totais decrescerem 3% face ao ano de 2022, resultado, essencialmente, da quebra de receitas de publicidade.

Os rendimentos de publicidade, face ao período homólogo, caíram 4% no total do ano, tendência de queda atenuada no segundo semestre do ano. Tal decréscimo resultou da quebra do investimento publicitário nos mercados de televisão em canal aberto, parcialmente compensada pela excelente performance dos canais de *pay-tv*, especialmente da **CNN Portugal**, que preservou a posição de canal de informação preferencial do público. No ano de 2023 destacou-se a performance da venda de conteúdos que permitiu compensar a redução de ganhos registada nos proveitos de cedência de sinal e nos serviços multimédia.

Os gastos operacionais excluindo amortizações, depreciações, provisões, imparidades de programas e reestruturações apresentaram uma diminuição de 4% face ao ano de 2022, fruto de uma estratégia de racionalização e otimização de custos transversal às diversas áreas. Apesar deste esforço, garantiu-se a **manutenção da qualidade, diversidade e inovação de conteúdos** - quer na ficção e entretenimento, quer na informação - em conformidade com o hábito criado pelo Grupo junto dos diversos *stakeholders*.

Apesar da redução da receita, o EBITDA ajustado cresceu 18% face a 2022, cifrando-se em €7,2 milhões, o que demonstra uma gestão exigente e uma forte capacidade de resiliência.



3. Produção Audiovisual

Milhares de €	2023	2022	Var %	2S 2023	2S 2022	Var %
Rendimentos Operacionais	39 983	31 922	25%	21 621	15 720	38%
Publicidade	-	-	-	-	-	-
Outros Rendimentos	39 983	31 922	25%	21 621	15 720	38%
Gastos Operacionais, ex D&A	38 595	31 748	22%	20 832	15 656	33%
Gastos com Provisões, Imparidades e Reestruturações	282	105	167%	183	50	269%
Total de Gastos Operacionais, excl. D&A, Provisões e Reestruturações	38 313	31 643	21%	20 649	15 606	32%
EBITDA	1 389	174	697%	789	64	>999%
Margem EBITDA	3,5%	0,5%	2,9pp	3,7%	0,4%	3,2pp
EBITDA Ajustado (1)	1 671	280	497%	972	114	754%
Margem EBITDA s/ Gastos Líquidos com Provisões e Reestruturações	4,2%	0,9%	3,3pp	4,5%	0,7%	3,8pp
Depreciações e Amortizações	2 423	2 413	0%	1 262	1 214	4%
Resultado Operacional (EBIT)	(1 034)	(2 239)	54%	(473)	(1 150)	59%

(1) EBITDA Ajustado = EBITDA - Provisões - Imparidades de direitos - Indemnizações

2023 foi um ano de forte empenho e exigência da Plural na produção de novelas. Além de continuar a produção de “Festa é Festa”, líder de audiências pelo terceiro ano consecutivo, produziu “Queridos Papás”, que continua, em 2024, em exibição na TVI com excelentes resultados. Para além disso, iniciou a **superprodução “Cacau”, gravada entre Portugal e Brasil, que estreou no início de 2024 e é líder de audiências desde o primeiro dia.** Mantendo a estratégia de diversificação do seu negócio, a Plural concretizou ainda alguns projetos de *branded content*, com destaque para “Natal a Meias” e “Electrão”.

O ano que passou foi também importante para a afirmação da See My Dreams que,

com a produção da série **“Morangos com Açúcar”, lançou as bases de uma profícua parceria com a Prime Video.**

O ano ficou também marcado pela pressecução do **Plano Estratégico de Centralização de Operações e Meios de todo o Grupo Media Capital conduzido pela EMAV**, assim como pelo forte investimento em meios com vista a garantir a qualidade e eficiência do Grupo.

A **EPC** reconhecida nacional e internacionalmente como uma referência na cenografia de ficção e entretenimento tem vindo a **apostar cada vez mais na diversificação da sua atividade** atingindo resultados positivos e demonstrando capacitação para crescer em diversos mercados.



Evolução da atividade em 2023

O ano de 2023 trouxe vários desafios e marcos para o segmento de produção audiovisual, como o início da produção do *reboot* de uma das suas séries originais mais icónicas, “Morangos com Açúcar”; a continuação de uma das produções mais longas e bem sucedidas de sempre e líder em *prime-time*, “Festa é Festa”; e o regresso às grandes produções internacionais, com o projeto “Cacau”. Este conjunto de produções refletiu-se nos resultados financeiros, com uma melhoria muito expressiva face ao ano anterior.

Os rendimentos operacionais apresentaram um aumento de 25% para €40 milhões, essencialmente motivada pelo início da produção de séries em parceria com a Prime Video. Os custos operacionais líquidos de amortizações, depreciações, provisões e reestruturações cifraram-se em €38,3 milhões, representando um aumento de 21% face a 2022, decorrente do aumento da atividade.

O EBITDA ajustado cifrou-se em €1,7 milhões, registando um aumento de €1,4 milhões face ao ano anterior.



4. Outros

Milhares de €	2023	2022	Var %	2S 2023	2S 2022	Var %
Rendimentos Operacionais	10 476	11 637	(10%)	4 872	5 760	(15%)
Publicidade	-	-	-	-	-	-
Outros Rendimentos Operacionais	10 476	11 637	(10%)	4 872	5 760	(15%)
Gastos Operacionais, ex D&A	9 634	12 629	(24%)	4 935	6 597	(25%)
Gastos com Provisões, Imparidades e Reestruturações	264	687	(62%)	264	618	(57%)
Total de Gastos Operacionais, excl. D&A, Provisões e Reestruturações	9 370	11 942	(22%)	4 671	5 979	(22%)
EBITDA	842	(992)	n.a.	(63)	(837)	92%
Margem EBITDA	8,0%	(8,5%)	16,6pp	(1,3%)	(14,5%)	13,2pp
EBITDA Ajustado (1)	1 106	(305)	n.a.	202	(219)	n.a.
Margem EBITDA s/ Gastos líquidos com Provisões e Reestruturações	10,6%	(2,6%)	13,2pp	4,1%	(3,8%)	7,9pp
Depreciações e Amortizações	306	276	11%	173	128	35%
Resultado Operacional (EBIT)	535	(1 269)	n.a.	(236)	(965)	76%

(1) EBITDA Ajustado = EBITDA - Provisões - Imparidades de direitos - Indemnizações

Este segmento inclui as restantes atividades do Grupo, nomeadamente as *holdings* e os serviços partilhados.

Na componente financeira, os **rendimentos operacionais caíram 10%, para €10,5 milhões**. Os gastos operacionais excluindo amortizações, depreciações, provisões, imparidades de programas

e reestruturações apresentaram um decréscimo de 22%, decorrente, sobretudo, do desagravamento do custo da energia e do ajuste da estrutura das empresas.

O EBITDA ajustado do segmento foi de €1,1 milhões, o que se traduziu num crescimento de €1,4 milhões face a ano anterior.



5. Cash Flow

Milhares de €	2023	2022	Var %	2S 2023	2S 2022	Var %
Recebimentos	184 068	193 364	(5%)	101 394	94 981	7%
Pagamentos	(174 230)	(184 198)	5%	(88 947)	(86 178)	(3%)
Fluxos das atividades operacionais (1)	9 838	9 166	7%	12 447	8 803	41%
Recebimentos	90	67 315	(100%)	90	(138)	n.a.
Pagamentos	(5 360)	(5 201)	(3%)	(2 255)	(1 793)	(26%)
Fluxos das atividades de investimento (2)	(5 270)	62 114	n.a.	(2 165)	(1 931)	(12%)
Recebimentos	30 950	144 025	(79%)	17 800	15 200	17%
Pagamentos	(30 833)	(210 943)	85%	(17 305)	(15 922)	(9%)
Fluxos das atividades de financiamento (3)	117	(66 918)	n.a.	495	(722)	n.a.
Caixa e equivalentes no início do período	7 235	2 872	152%	1143	1 036	10%
Var. caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	4 685	4 362	7%	10 776	6 150	75%
Efeito das diferenças de câmbios	-	0	(100%)	-	(0)	100%
Caixa e equivalentes no final do período	11 920	7 235	65%	11 920	7 235	65%

O *cash flow* das atividades operacionais foi de €9,8 milhões, decorrente, em grande medida, da redução de recebimentos de clientes por via da diminuição de rendimentos de publicidade. Apesar da redução verificada na componente de publicidade, o apertado controlo de custos e adequada gestão de tesouraria permitiu minimizar o seu impacto nos fluxos operacionais do Grupo, conseguindo inclusivamente um aumento de 7% face ao ano anterior.

O *cash flow* das atividades de investimento foi de €-5,3 milhões, refletindo os investimentos em CAPEX

efetuados em 2023, fruto da estratégia de modernização, os quais apresentaram um aumento de 3% face ao período homólogo. Os recebimentos ocorridos em 2022 referem-se à alienação do negócio das rádios.

O *cash flow* das atividades de financiamento foi de €0,1 milhões, em virtude da eficaz gestão de tesouraria e apertado controlo de custos. Em consequência, e apesar da redução dos recebimentos de clientes, foi possível controlar as necessidades de utilização de financiamento.



6. Endividamento

milhares de €	dez'23	dez'22	Var %
Dívida financeira	32 411	28 441	14%
Empréstimos bancários	28 286	22 539	25%
Outro endividamento	4 125	5 902	(30%)
Caixa & equivalentes	11 920	7 235	65%
Dívida líquida	20 491	21 207	(3%)
Locações operacionais à luz da anterior IAS 17	2 680	3 597	(25%)
Dívida líquida s/ locações operacionais à luz da anterior IAS 17	17 811	17 610	1%

O endividamento líquido no final de 2023 registou o montante de €20,5 milhões, fruto, essencialmente, da utilização da linha de papel comercial contratada.

Em 2022 a dívida líquida atingiu montantes historicamente baixos na

sequência da alienação do negócio das rádios e, conseqüente, reembolso de financiamento obtido. Apesar desse marco histórico já atingido em 2022, a apertada política de gestão de tesouraria permitiu, ainda assim, **reduzir em 2023 a dívida líquida em 3%**.



7. Perspetivas futuras

Apesar dos impactos negativos esperados, resultantes da tensão geopolítica à escala global e da instabilidade política no plano doméstico, as projeções de dezembro de 2023 do Boletim Económico do Banco de Portugal apontam para um crescimento económico de 1,2% em 2024. Espera-se que a inflação mantenha a trajetória descendente já verificada em 2023 e é ainda expectável que, em 2024, a economia portuguesa tenha nas exportações e no investimento a principal fonte de crescimento.

A Media Capital tem planos ambiciosos para 2024. O Grupo quer afirmar-se no mercado televisivo nacional pela sua estratégia diferenciadora, intensificar o contributo das suas marcas na dinamização do mercado de *streaming*, alargando essa ambição a nível internacional.

Focado em garantir a execução do seu plano estratégico, o Grupo pretende continuar a aliar a produção e emissão de conteúdos de qualidade ímpar, reconhecidos em Portugal e no estrangeiro, com uma necessária resiliência financeira e uma obrigatória eficiência na gestão dos recursos humanos e económicos.

O regresso de “Morangos com Açúcar” à antena, em 2023, abriu boas perspetivas de futuro numa frente de negócio à qual o Grupo tem estado particularmente atento. **É certo que 2024 contará com o reforço das parcerias internacionais com plataformas de *streaming*, mantendo uma aposta na produção de séries.**

No segmento da produção audiovisual, os desafios da Media Capital passam por continuar a superar os níveis de qualidade e conquistar espaço no mercado nacional e internacional, produzindo conteúdos, prestando serviços de cenografia e fornecendo meios.

Na área Digital, a nova meta está no aumento dos conteúdos e na melhoria da experiência do utilizador, esperando que a inteligência artificial dê um impulso decisivo nesse âmbito.

Atendendo ao contexto, **há um imperativo futuro que mobiliza toda a organização: procurar novas fontes de receita.** O ano de 2024 exige um olhar crítico à evolução das tendências e do próprio mercado, mas o Grupo Media Capital enfrenta o desafio com maturidade e confiança.

Vamos continuar a inovar, a surpreender e a (com)provar!





Media Capital

Juntos, criamos o futuro

Grupo Média Capital, SGPS, S.A.