



PRISA

INFORME DE RESULTADOS

Enero-Marzo 2022

PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.
26 de abril de 2022

Índice

Resumen	3
Grupo PRISA	
Resultados financieros	4
Cuenta de Resultados	5
Estado de flujos de efectivo	6
Posición Financiera Neta	7
Balance	8
Educación	
Resultados financieros	9
Desglose de ingresos	11
Cuenta de Resultados	12
PRISA Media	
Resultados financieros	13
Cuenta de Resultados	15
ESG	16
Guidance 2022	17
KPIs Principales del Grupo	18
Anexo	
Guidance 2025	20
Educación Q&A	21
PRISA Media Q&A	22
Evolución del tipo de cambio	24
Desglose de ingresos y EBITDA	25
Calendario de próximos eventos	26

Resumen

El EBITDA del primer trimestre de 2022, excluyendo indemnizaciones, ha mejorado un 156% respecto al año anterior (44 M€ frente a 17 M€). La importante mejora operativa de los negocios tanto de Educación como de Media ha hecho que el EBITDA se multiplique por 2,6x respecto al mismo periodo de 2021. **Mejora significativa en todos los principales KPIs financieros y digitales**

En el IT, PRISA generó unos ingresos de 211 M€, un 33% más que el mismo periodo del año anterior. El EBITDA excluyendo indemnizaciones fue de 44 M€; un 156% más que en el mismo trimestre del año anterior.

Educación ha mostrado una fuerte recuperación gracias a la vuelta a la normalidad en el sector con la reapertura de colegios y al impulso digital. Destaca la evolución de los modelos de suscripción Ed-Tech que son la principal fuente de ingresos de la compañía y que continúan su tendencia de crecimiento gracias a la estrategia de aceleración de la transformación que esta dando sus frutos. Por otro lado, Prisa Media ha mejorado sus resultados a pesar de la incertidumbre en el sector publicitario debido a la guerra en Ucrania y las consecuencias económicas derivadas de la misma.

El negocio digital continúa su expansión, con un crecimiento del número de suscripciones del 38.4% en modelos Ed-Tech en LatAm hasta alcanzar 2.480.000 suscripciones; EL PAÍS alcanzó 196.228 suscriptores (155.939 suscriptores digitales exclusivos) y Radio registró 77,4 M de horas mensuales de media de streaming y 45,9 M de descargas de podcast. Los ingresos digitales del grupo aumentaron su contribución en un 33% hasta representar el 39% del total.

Puntos destacados

Mejora operativa significativa tanto en Media como en Educación. EBITDA ajustado +156% vs IT 2021

Ayudado por el impulso de la digitalización en Educación tras la vuelta a la normalidad de la actividad en los colegios de LatAm y la mejora continuada en Prisa Media tras la reestructuración del negocio en 2021. Mg. EBITDA ajustado de 20,8%.

Impulso continuado de lo digital

El modelo de suscripción de Ed-Tech aumentó un 38% interanual, alcanzando los 2,48 M de suscripciones.

EL PAÍS alcanzó los 196 k suscriptores, de los cuales 156 k son sólo digitales (+55% interanual).

La radio sigue aumentando el consumo de horas en streaming (+19% interanual) y las descargas de podcasts (+49% interanual).

Acuerdo de refinanciación de la deuda: Firmado

El acuerdo mantiene las condiciones favorables del preacuerdo a pesar de la volatilidad de los mercados, permitiendo al grupo centrarse en el desarrollo del negocio, proporcionando estabilidad financiera a medio plazo, alargando el vencimiento de la deuda, mejorando la flexibilidad y estableciendo mejoras en los márgenes vinculadas a criterios ESG.

S&P eleva el rating de PRISA a CCC+ con perspectiva positiva

S&P abre la puerta a nuevas mejoras si el grupo implementa con éxito su plan estratégico.

Los ingresos de Educación en los tres primeros meses del año han aumentado un 57% en euros o un 50% en moneda local. En el negocio privado, los ingresos han crecido un 53%, con un fuerte crecimiento tanto en el negocio de suscripción como en el de didáctico que se ha visto reforzado por una venta extraordinaria en Argentina. En el negocio público, los ingresos también han mejorado a pesar de ser un trimestre poco relevante. **El incremento de ingresos se ha trasladado en una mejora de EBITDA sin indemnizaciones del 84% (45 M€ vs. 25 M€ en IT2021).**

PRISA Media mostró un crecimiento de los ingresos del 7% en el primer trimestre de 2022 **impulsado por el crecimiento publicitario, y el crecimiento del modelo de pago de EL PAÍS.** Los ingresos publicitarios de PRISA Media crecieron un +11% en el período. La recuperación del mercado publicitario, el crecimiento de los suscriptores digitales así como las medidas de eficiencia derivadas del plan de reestructuración puesto en marcha en 2021 y la nueva cultura de control de costes, han contribuido a que **el EBITDA sin indemnizaciones mejore en 4,7 M€ respecto a las cifras del primer trimestre de 2021.**

A nivel corporativo, se ha celebrado el primer Capital Markets Day en la historia de PRISA, centrado en los negocios y en las guías para cumplir en los próximos 4 años. Así mismo, con fecha 8 de Abril **se ha firmado el acuerdo de refinanciación** manteniendo los términos favorables del preacuerdo a pesar de la volatilidad de los mercados. El acuerdo permite al grupo centrarse en el desarrollo de los negocios, otorgando estabilidad financiera a medio plazo, alargando el vencimiento de la deuda, mejorando la flexibilidad y estableciendo mejoras de márgenes vinculados a los criterios ESG.

Resultados Financieros – Grupo

Generación de caja positiva en el período impulsada por la mejora operativa, el control del CAPEX y la gestión del circulante.

Ingresos

En el primer trimestre de 2022, los ingresos totales del Grupo alcanzaron los 211 M€, frente a los 159 M€ del mismo período del año anterior, lo que supone un aumento del 33% (+30% en moneda constante). Los ingresos de Educación crecieron un 57% en el primer trimestre del año impulsados por la vuelta a la normalidad con la reapertura de colegios y el impulso digital mientras que los ingresos de Media crecieron un 7% potenciados por la publicidad y el crecimiento del modelo de pago.

EBITDA

La mejora de ingresos en el período se ha trasladado en una mejora operativa del 156% alcanzando un EBITDA excluyendo indemnizaciones de 44M€ frente a los 17M€ del mismo período del año anterior. El EBITDA contable de 1T 2022 fue de 41,3 M€, frente a los 12,3 M€ del mismo período del año anterior, lo que supone un aumento del 236%.

Tipo de cambio

El tipo de cambio ha tenido un efecto positivo tanto en los ingresos como en el EBITDA durante el primer trimestre de 2022. El efecto en los ingresos fue de 4,8 M€ y en el EBITDA de 0,8 M€, debido principalmente a la revalorización del real brasileño.

Beneficio Neto

El beneficio neto del trimestre ascendió a 0,1M€, frente a los -13,8 M€ del año anterior, lo que supone una mejora de 13,9 M€.

Generación de Caja

Generación de caja positiva en el período de 40,8 M€, un 89% mejor que en el mismo trimestre de 2021. La generación de caja, excluyendo extraordinarios, es superior a la del primer trimestre de 2021 (50 M€ frente a 34 M€). La mejora en la generación de caja se explica por: i) la mejora operativa, ii) la gestión del control del capex, iii) la gestión del capital circulante y iv) la reducción de los intereses por el cambio en la periodicidad de pago (de mensual en 2021 a semestral en 2022).

Deuda

La deuda bancaria neta en el trimestre se situó en 796 M€, frente a los 825 M€ de diciembre de 2021 gracias a la generación de caja. El ratio de apalancamiento financiero se sitúa en 6.1x. A 31 de marzo, la posición de caja era de 216 M€, con 99 M€ adicionales en líneas no dispuestas.

Puntos destacados

Generación positiva de caja en el período, gracias a las mejoras operativas, el control del capex y la gestión del WC

*Generación de caja positiva sin extraordinarios de 50,2 M€ (+15,7 M€ interanuales / +45% interanual).
Generación de caja positivo de 40,8 M€ (+19,2 M€ interanuales / +89% interanual).*

Beneficio neto positivo obtenido en el trimestre (0,1 M€ frente a -13,8 M€).

El beneficio del trimestre ha mejorado en 13,9 M€ respecto al año anterior.

Posición de liquidez

*La posición de tesorería se sitúa en 216 M€.
Líneas de liquidez adicionales no utilizadas por valor de 99 M€.
Optimización de la gestión de la liquidez y la tesorería bajo análisis.*

La deuda bancaria se reduce a 723 M€ frente a 756 M€ en diciembre de 2021

795 M€ frente a 825 M€ incluyendo la NIIF 16.

Ratio de Deuda Financiera Neta / EBITDA LTM de 6,1x. (8x en dic-21)

La perspectiva positiva proporcionada por S&P abre la posibilidad de una mejora de la calificación dentro de 12-18 meses.

Grupo PRISA – Cuenta de Resultados

Millones de €

Resultados Reportados

	ENERO - MARZO		
	2022	2021	Var.
Ingresos de Explotación	210,6	158,5	32,8%
EBITDA Contable	41,3	12,3	235,5%
<i>Margen EBITDA</i>	19,61%	7,76%	152,6%
EBITDA sin indemnizaciones	43,8	17,1	156,3%
<i>Margen EBITDA sin indemnizaciones</i>	20,79%	10,78%	92,9%
EBIT Contable	23,8	-4,5	---
<i>Margen EBIT</i>	11,30%	-2,87%	---
Resultado Financiero	-15,5	-7,1	-116,8%
Gastos por intereses de financiación	-16,2	-12,7	-27,4%
Otros resultados financieros	0,8	5,6	-86,4%
Resultado puesta en equivalencia	-0,1	-0,4	79,3%
Resultado antes de impuestos	8,2	-12,1	---
Impuesto sobre sociedades	9,0	3,7	144,7%
Resultado atribuido a socios externos	-0,8	-1,9	56,9%
Resultado Neto	0,1	-13,8	---

Millones de €

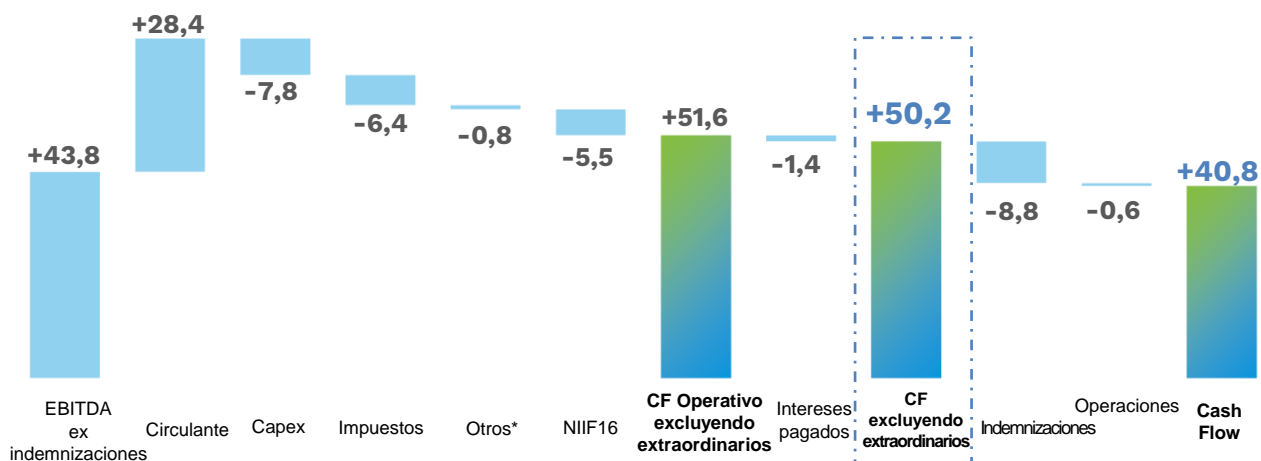
Resultados a tipo de cambio constante

	ENERO - MARZO		
	2022	2021	Var.
Ingresos de Explotación	205,7	158,5	29,8%
EBITDA	40,5	12,3	228,8%
<i>Margen EBITDA</i>	19,7%	7,8%	153,3%
EBITDA sin indemnizaciones	43,0	17,1	151,4%
EBIT	23,3	-4,5	---
<i>Margen EBIT</i>	11,3%	-2,9%	---

Grupo PRISA – Estado de flujos de efectivo

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Millones de €			Var. 22/21	
	IT 2022	IT 2021	Abs	%
EBITDA	41,3	12,3	29,0	235,5%
Gastos de Indemnizaciones	2,5	4,8	-2,3	-47,9%
EBITDA (excluyendo indemnizaciones)	43,8	17,1	26,7	156,3%
Variación del Circulante	28,4	35,2	-6,8	-19,3%
Pago de Indemnizaciones	-8,8	-5,3	-3,6	-67,7%
Pago de Impuestos	-6,4	-3,3	-3,2	-98,3%
Otros flujos de las actividades de explotación	-0,5	9,6	-10,1	---
Capex	-7,8	-7,8	0,0	0,4%
Inmovilizado financiero	0,3	-0,3	0,6	---
CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN	48,9	45,2	3,7	8,2%
Pago de intereses	-1,4	-9,8	8,4	86,2%
Cobro de dividendos	0,0	1,2	-1,2	-100,0%
Pago de dividendos	-0,5	-0,5	0,0	0,0%
Otros flujos de las actividades de financiación	-5,9	-7,2	1,3	18,1%
NIIF 16	-5,5	-6,6	1,1	17,2%
Otros	-0,4	-0,6	0,2	28,1%
CASH FLOW DE FINANCIACIÓN	-7,8	-16,3	8,5	52,0%
CASH FLOW ANTES DE DESINVERSIONES	41,1	28,9	12,2	42,1%
Desinversiones	0,3	0,4	-0,1	-15,6%
CASH FLOW ANTES DE OPERACIONES	41,4	29,3	12,1	41,4%
CASH FLOW ANTES DE EXTRAORDINARIOS	50,2	34,5	15,7	45,4%
CASH FLOW DE OPERACIONES	-0,6	-7,6	7,0	92,1%
CASH FLOW	40,8	21,6	19,2	88,6%



*Otros incluye: Inversiones financieras, otros flujos de caja y ajustes de las operaciones, dividendos y desinversiones

Grupo PRISA – Posición Financiera Neta

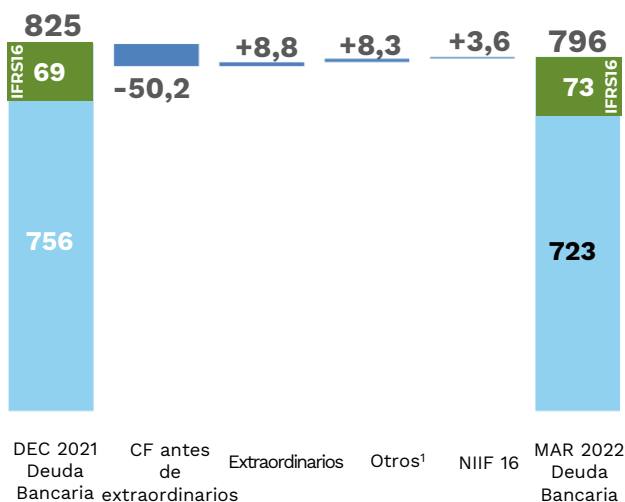
DEUDA BANCARIA TOTAL

	IT 2022	Dic 2021	Var. 22/21	
			Abs	%
€ million				
Deudas con entidades de crédito	964,6	949,3	15,4	1,62%
A largo Plazo	939,1	934,3	4,8	0,51%
A corto Plazo	25,5	14,9	10,6	70,92%
Inversiones financieras corrientes	-1,8	-2,1	0,3	12,46%
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	-216,4	-168,7	-47,7	-28,28%
Valor presente	-23,4	-22,4	-1,0	-4,57%
DEUDA BANCARIA TOTAL	723,0	756,1	-33,1	-4,37%
Pasivo NIIF 16	72,6	69,0	3,6	5,16%
DEUDA BANCARIA TOTAL CON NIIF 16	795,6	825,1	-29,5	-3,58%

DEUDA BANCARIA TOTAL POR UNIDAD DE NEGOCIO (incluye Interco)

	IT 2022	Dic 2021	Var. 22/21	
			Abs	%
€ million				
PRISA Holding + PRISA Gestión Financiera + PAE + Otros	777,7	761,9	15,8	2,1%
Deudas con entidades de crédito	918,6	905,1	13,5	1,5%
Caja, IFT y deuda intragrupo	-140,9	-143,2	2,3	1,6%
Santillana	-128,4	-98,2	-30,2	-30,8%
PRISA Media	73,7	92,4	-18,7	-20,2%
Radio	-10,3	5,7	-16,0	---
PRISA Noticias Gestión	1,1	94,6	-93,5	-98,8%
Otros	83,0	-7,9	90,8	---
DEUDA BANCARIA TOTAL	723,0	756,1	-33,1	-4,4%

Evolución deuda Neta (M€)



Perfil de la deuda actual (M€)

TRAMO	CANTIDAD ²	MARGENES	VENCIMIENTO
· Super Senior	c. 160 M€ + 80 M€ RCF	E+5.00% Cash	JUN-26
· Senior	c. 575 M€	E+5.25% Cash	DIC-26
· Junior	c. 185 M€	E+3.00% Cash + 5.00% PIK	JUN-27
TOTAL	c. 920 M€	Combinado E+5.94%	-

(1) Incluye principalmente el PIK, los intereses devengados no pagados y el impacto del tipo de cambio en la deuda neta
(2) El valor de la deuda se basa en la financiación a partir del 31 de marzo de 2022, e incluye los OID aplicables.

Grupo PRISA - Balance

€ Million	ACTIVO	
	31/03/2022	31/12/2021
ACTIVO NO CORRIENTE	421,0	399,2
Inmovilizado material	112,4	109,7
Fondo de comercio	119,7	109,5
Inmovilizado inmaterial	102,3	96,0
Inversiones financieras no corrientes	9,3	11,4
Sociedades puestas en equivalencia	28,1	27,0
Activos por impuestos diferidos	49,2	45,6
Otros activos no corrientes	0,0	0,0
ACTIVOS CORRIENTES	545,1	479,1
Existencias	51,6	39,9
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	273,2	265,7
Inversiones financieras corrientes	1,9	2,4
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	216,4	168,7
Activos mantenidos para la venta	1,9	2,3
TOTAL ACTIVO	966,1	878,3

€ Million	PASIVO	
	31/03/2022	31/12/2021
PATRIMONIO NETO	-481,7	-511,8
Capital suscrito	70,9	70,9
Reservas	-598,9	-521,1
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	0,1	-106,5
Socios Externos	46,2	44,9
PASIVOS NO CORRIENTES	1,038,3	1,033,8
Deudas con entidades de crédito	939,1	934,3
Otros pasivos financieros no corrientes	57,3	53,9
Pasivos por impuestos diferidos	19,4	21,3
Provisiones	19,5	21,0
Otros pasivos no corrientes	3,0	3,3
PASIVOS CORRIENTES	409,5	356,3
Deudas con entidades de crédito	25,5	14,9
Otros pasivos financieros corrientes	15,8	15,9
Acreedores comerciales	231,0	196,0
Otras deudas corrientes	89,1	93,2
Ajustes por periodificación	47,2	35,2
Pasivos mantenidos para la venta	0,9	1,1
TOTAL PASIVO	966,1	878,3

Educación – Santillana

Única plataforma Pan-LatAm que opera en el mercado educativo de K-12. Con liderazgo en 20 países, Santillana tiene centrada su estrategia en la transformación y digitalización del mercado educativo de K-12 en Latinoamérica mediante el impulso de los modelos de suscripción

Dentro del mercado de K-12, Santillana desarrolla sus actividades en 2 áreas con dinámicas de mercado distintas: En primer lugar tenemos Mercado Privado de LatAm al cual corresponde el 70% del las ventas anuales de Santillana. El mercado está enfocado en la transformación del mercado educativo y el crecimiento de los modelos de suscripción que ya representan un 67% del total de las ventas anuales privadas. En segundo lugar tenemos el Mercado Público que representa el 30% de las ventas anuales de Santillana. Este mercado son fundamentalmente programas asentados en Brasil y México y crecimiento de cuotas.

Resultados Financieros

Los ingresos de Santillana crecen un 57% en el primer trimestre de 2022 comparado con el mismo periodo de 2021. Educación ha mostrado una fuerte recuperación en contraste con el mal comienzo de 2021, en el que todavía había muchas restricciones relacionadas con el covid y las escuelas seguían cerradas. La reapertura física de los colegios ha permitido una campaña comercial más eficiente y muestra una mayor demanda por lo digital. Los ingresos de Santillana alcanzaron los 128 M€, frente a los 82 M€ del mismo periodo del año anterior.

En términos de EBITDA, Santillana alcanzó 45 M€ frente a los 23 M€ del primer trimestre de 2021, lo que supone un aumento del 92% en euros o del 88% en moneda local. Sin considerar las indemnizaciones, el EBITDA del primer trimestre fue un 84% mayor en euros y un 81% en moneda local (45M€ frente a 25 M€).

Durante el primer trimestre, en el negocio de educación privado se han obtenido unos resultados extraordinarios en la campaña Sur (que es la que se registra en este periodo) destacando especialmente la evolución de los modelos de suscripción que confirman la estrategia de aceleración de la transformación. El negocio didáctico muestra también unos buenos resultados gracias a la vuelta a la normalidad en los colegios de LatAm, especialmente en Argentina y Brasil, y al registro de una venta extraordinaria en Argentina. Los resultados de la venta pública también muestran un buen comportamiento a pesar de no ser relevantes en el trimestre.

Debido a la estacionalidad del negocio, no se espera que el segundo trimestre sea relevante ya que la campaña Sur 2022 se cerrará y dará

comienzo la campaña Norte 2022 cuya finalización se prevé en el 3T.

Ventas Mercado Privado

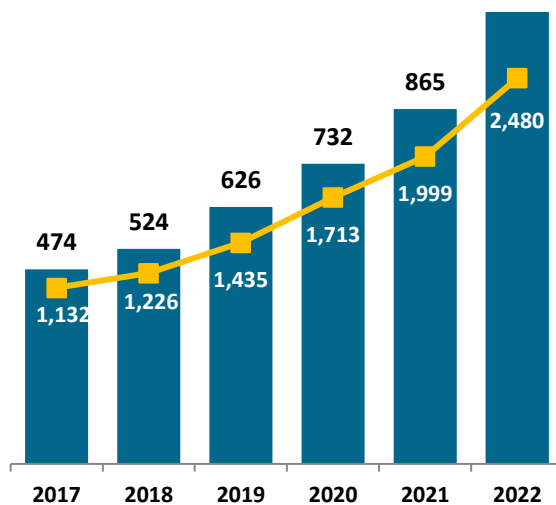
Modelos de Suscripción

Los modelos de suscripción son la principal fuente de ingresos de la compañía y representan mas del 55% del total de la ventas privadas. Los modelos de suscripción han acelerado su crecimiento, alcanzando los 2.480.000 suscripciones, lo que supone un aumento del 38% respecto al primer trimestre de 2021 y un 25% más que el número total de suscriptores en 2021. Los ingresos crecieron en el primer trimestre un 43% en euros o un 36% en moneda local, en comparación con el primer trimestre de 2021.

El modelo de suscripción muestra un crecimiento en todos los tipos de sistemas. El sistema Integral creció un 11% en comparación con el mismo periodo del año anterior, el flexible creció un 27% y las Suplementales un 96%. En el desglose por países en Brasil las suscripciones crecieron un 20%, en México un 27% y en Colombia un 29%. Cabe destacar el crecimiento en otros países como Ecuador y Chile ambos con un crecimiento superior al 150%.

Ingresos por suscripciones y evolución del total

Millones de BRL y suscripciones en miles



Ventas didácticas

En el primer trimestre, las ventas del negocio didáctico privado en LatAm ascendieron a 50,1 M€ (45% del total de las ventas privadas) y mostraron un incremento del 67,7% en euros y del 67,2% en moneda local, lo que se explica por i) una comparación positiva con el primer trimestre de 2021, en el que los colegios estuvieron cerrados por la actividad presencial, lo que favoreció el doble uso de los libros de texto y dificultó la campaña comercial, ii) la vuelta a la normalidad en LatAm y iii) el registro de una venta extraordinaria en Argentina por importe de 10 M€.

Educación – Santillana

Única plataforma Pan-LatAm que opera en el mercado educativo de K-12. Con liderazgo en 20 países, Santillana tiene centrada su estrategia en la transformación y digitalización del mercado educativo de K-12 en Latinoamérica mediante el impulso de los modelos de suscripción

Ventas mercado público

Las ventas públicas ascendieron a 15,1 M€, con un aumento del 87% en moneda local o del 112% en euros. El aumento de los ingresos está por encima de las expectativas a pesar de no ser un trimestre relevante.

Educación – Desglose de ingresos

Ingresos por actividad	ENERO - MARZO		
	2022	2021	Var.
Millones de euros			
Venta de educación	127,3	80,3	58,4%
Privado LatAm	112,2	73,2	53,2%
Suscripción	62,1	43,4	43,3%
Didáctico	50,1	29,9	67,7%
Público	15,1	7,1	111,9%
Otros ingresos	1,1	1,6	-34,7%
Ingresos de Explotación	128,4	82,0	56,6%

Ingresos por actividad tipo de cambio constante	ENERO - MARZO		
	2022	2021	Var.
Millones de €			
Venta de educación	122,3	80,3	52,2%
Privado LatAm	109,0	73,2	48,8%
Suscripción	59,1	43,4	36,2%
Didáctico	49,9	29,9	67,2%
Público	13,3	7,1	86,9%
Otros ingresos	1,0	1,6	-36,0%
Ingresos de Explotación	123,3	82,0	50,4%

Educación – KPIs digitales

	2022	2021	Var (%)
Suscripciones Ed-tech (k)	2.480	1.792	38,4%
ACV* (M€)	98,0	72,9	34,5%
Venta Sistemas/Privada	55%	59%	-6,5%

• ACV es el valor de las ventas anuales vinculadas a los contratos firmados. El ACV de la campaña Sur tiene lugar entre el cuarto trimestre del año anterior y los 3 primeros trimestres del año en curso. El ACV de la campaña del norte coincide con el año fiscal.

Educación – Cuenta de Resultados

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2022	2021	Var
Resultados Reportados			
Ingresos de Explotación	128,4	82,0	56,6%
Gastos de Explotación Contables	83,8	58,7	42,7%
EBITDA Contable	44,5	23,2	91,7%
Margen EBITDA	34,7%	28,3%	22,4%
EBITDA sin indemnizaciones	45,2	24,5	84,4%
Margen EBITDA sin indemnizaciones	35,2%	29,9%	17,7%
EBIT Contable	34,3	12,9	166,6%
Margen EBIT	26,7%	15,7%	70,2%

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2022	2021	Var
Resultados a tipo constante			
Ingresos de Explotación	123,3	82,0	50,4%
Gastos de Explotación Contables	79,5	58,7	35,4%
EBITDA Contable	43,8	23,2	88,4%
Margen EBITDA	35,5%	28,3%	25,3%
EBITDA sin indemnizaciones	44,5	24,5	81,3%
Margen EBITDA sin indemnizaciones	36,1%	29,9%	20,5%
EBIT Contable	33,9	12,9	163,1%
Margen EBIT	27,5%	15,7%	74,9%

PRISA Media

Plataforma líder de medios en español que integra los negocios de Radio y Noticias, con presencia en los mayores mercados de habla hispana con potencial y recorrido para crecer en todos ellos a través de un enfoque transmedia.

Nueva estructura organizativa que responde a alinear la organización en torno a un propósito y estrategia común para todos los medios del grupo, centrar los esfuerzos en acelerar la digitalización, potenciar el alcance global de los productos y aprovechar el potencial de crecimiento de las marcas, apostar por los modelos de suscripción para rentabilizar el liderazgo y la calidad de los distintos productos y racionalizar la estructura.

En la segunda mitad de 2021 se asentaron las bases de la nueva plataforma de media que está preparada para crecer. Se ha desarrollado la base de activos entorno a dos plataformas de video y audio y el foco está puesto en la producción del mejor contenido a través de todos los formatos maximizando su distribución, incrementando la escala digital y mejorando el conocimiento de la audiencia para maximizar su monetización.

Por otro lado en México, PRISA Media, Corporativo Coral, Crédito Real y la entidad Barrister Services han llegado a un acuerdo que pone fin a la controversia existente en torno a la radiodifusora mexicana Sistema Radiópolis. En virtud de este acuerdo, las cuatro entidades pactan convivir como accionistas de la emisora y renuevan su compromiso para hacer crecer el negocio, potenciando la presencia de la cadena en el mercado radiofónico mexicano.

Resultados Financieros

Prisa Media mantiene la tendencia positiva de los últimos trimestres gracias: i) al crecimiento de los mercados publicitarios a pesar de la guerra en Ucrania, ii) a su posición de liderazgo en todos los mercados donde opera, iii) al crecimiento e impulso del modelo de pago de EL PAÍS y iv) a las medidas de control de costes y eficiencia tras la fuerte reestructuración llevada a cabo en 2021. PRISA Media ha registrado unos ingresos de 82,5 M€ frente a los 77,0 M€ del primer trimestre de 2021, lo que supone un crecimiento del 7,2%.

En cuanto al EBITDA, PRISA Media obtuvo un EBITDA contable de -1,8 M€ frente a los -7,5 M€ en el primer trimestre de 2021. Esto supone una mejora de 5,6 M€ (+76%) . En el caso del EBITDA comparable (excluyendo las indemnizaciones) el EBITDA de PRISA Media alcanzó los 0,0 M€ frente a los -4,8 M€ en el ejercicio anterior, lo que supone una mejora de 4,8 M€ (+99%).

En 1T 2022, el tipo de cambio tuvo un impacto negativo en los ingresos de -0,2 M€ y positivo en el EBITDA de +0,1 M€.

Publicidad

La publicidad es la principal fuente de ingresos para PRISA Media aportando el 75% de los ingresos totales. Los ingresos netos por publicidad ascendieron en el año a 62,2 M€ frente a los 56,1 M€ alcanzados en 2021, lo que supone un crecimiento en ingresos del 10,9% en euros.

A pesar de la escasa visibilidad y la incertidumbre creada por la crisis de Ucrania, la publicidad se ha mantenido en línea con las expectativas aunque destaca en especial el extraordinario comportamiento que ha tenido Colombia gracias a la continua mejora de cuota.

Circulación

El segundo concepto más importante en aportación de ingresos en PRISA Media, es la circulación. La circulación se divide en dos tipos, la offline, que engloba la venta de periódicos físicos y la online, que cubre fundamentalmente la venta de suscripciones digitales de EL PAÍS.

En el trimestre, los ingresos por circulación han alcanzado los 13,2 M€ frente a los 12,8 M€ del mismo periodo de 2021, lo que supone un crecimiento anual del 3,1% gracias al crecimiento de las suscripciones digitales (+33,8%) de EL PAÍS que compensan la continuada caída de la venta de periódicos offline (-3,8%).

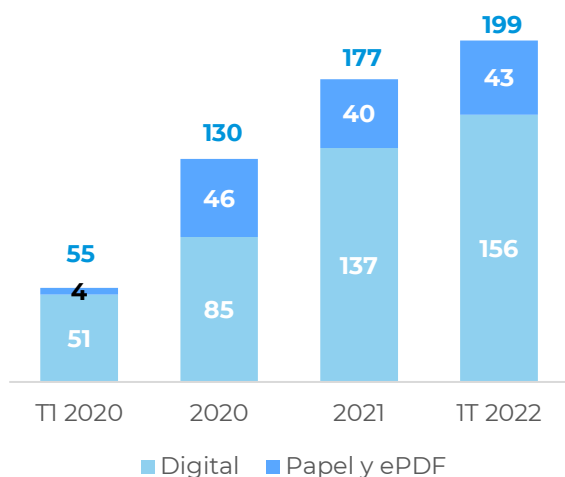
En mayo de 2020 se puso en marcha el modelo de suscripciones digitales de EL PAÍS, que ha alcanzado un total de 155.939 suscriptores exclusivos digitales en marzo de 2022 sobre una base total de 196.228 suscriptores.

PRISA Media

Plataforma líder de medios en Español que integra los negocios de Radio y Noticias, con presencia en los mayores mercados de habla hispana con potencial y recorrido para crecer en todos ellos a través de un enfoque transmedia.

Evolución de suscriptores digitales EL PAÍS

En miles



EL PAÍS lidera el mercado del modelo de suscripción en España con un ritmo de crecimiento del número de suscriptores superior al de la mayoría de las grandes cabeceras mundiales. El promedio entre las grandes cabeceras europeas al término de sus dos primeros años es 70.000 suscriptores, cifra que se eleva a unos 150.000 en el caso de las latinoamericanas.

El modelo de suscripción esta evolucionando para ofrecer a sus abonados más contenidos exclusivos, de rigor y de calidad, adaptado a los múltiples formatos.

Apuesta por el Audio

En 2021, fruto de la nueva organización y de su apuesta por nuevos productos digitales, se creó la división transversal de PRISA Audio, que integra todos los contenidos de audio no lineal del Grupo: EL PAÍS, AS, Cadena SER, Podium Podcast, Cadena DIAL, Los40, y las emisoras en Latinoamérica W Radio, Caracol Radio y ADN Chile, entre otros.

En 2021, apenas seis meses después de su lanzamiento, PRISA Audio se situó como primer productor mundial de Audio en español con 412 millones de descargas y alrededor de 800 millones de horas de escucha, según los datos internos de la compañía medidos por Triton Digital, firma de referencia en la medición de la industria del audio digital.

En lo relativo a los servicios de streaming (contenidos que se pueden escuchar en directo a través de Internet), PRISA Audio es la segunda compañía de medios mundial -sólo por detrás de iHeart Radio- y la primera en Latinoamérica.

Para 2022 PRISA Audio continúa con el plan de crecimiento, con la perspectiva de duplicar la producción de sus contenidos en un salto cuantitativo y cualitativo que le permita consolidarse como el referente creativo del podcast en español del mundo.

PRISA Media – Cuenta de Resultados

Millones de € Resultados Reportados	ENERO - MARZO		
	2022	2021	Var.
Ingresos de Explotación	82,5	77,0	7,2%
Publicidad Neta	62,2	56,1	10,9%
Circulación	13,2	12,8	3,1%
Offline	10,1	10,5	-3,8%
Online	3,1	2,3	33,8%
Otros	7,1	8,0	-11,9%
Gastos de Explotación Contables	84,4	84,5	-0,1%
Gastos Variables	13,3	12,0	10,8%
Gastos Fijos	71,1	72,5	-1,9%
EBITDA Contable	-1,8	-7,5	75,6%
Margen EBITDA	-2,2%	-9,7%	77,2%
EBITDA sin indemnizaciones	0,0	-4,8	99,3%
Margen EBITDA sin indemnizaciones	0,0%	-6,2%	99,4%
EBIT Contable	-8,9	-13,7	35,0%
Margen EBIT	-10,8%	-17,8%	39,4%

PRISA Media – KPIs Financieros y digitales

	1T 2022	1T 2021	Var (%)
Ingresos Digitales	19,3	18,0	7,3%
Ingresos No Digitales	63,3	59,0	7,2%
Mix Ingresos Digitales	23%	23%	0,0%
Gastos sin indemnizaciones	82,6	81,8	1,0%
EBITDA sin indemnizaciones	0,0	-4,8	99,3%
Navegadores Únicos promedio (M)	241,4	246,5	-2,1%
TLH promedio (M)	77,4	65,2	18,7%
Descargas Audio promedio (M)	45,9	30,8	49,0%
Suscriptores totales (K)	196	145	35,4%
Usuarios Registrados totales (M)	6,6	5,8	14,1%

ESG¹

Contribuyendo al desarrollo de las personas y al progreso de la sociedad en los países en los que PRISA está presente

Puntos destacados del 1 Trimestre

- E** Podium Podcast y BMW lanzan 'Change of Meaning', un podcast sobre sostenibilidad con el objetivo de conocer mejor la sostenibilidad y las claves para incorporarla a nuestro día a día.
- S**
 - PRISA colabora con el Comité de Emergencias para canalizar la solidaridad ante la crisis humanitaria en Ucrania.
 - Santillana celebró el día de la mujer con el lanzamiento de #voyaser, un programa de transformación social dirigido a niñas en riesgo de exclusión en Latinoamérica.
 - PRISA se ha unido al Clúster de Impacto Social promovido por Forética que tiene como objetivo común impulsar la ambición y la acción empresarial ante los retos de la transformación social y la lucha contra la desigualdad.
- G**
 - Nombramiento de la nueva directora de sostenibilidad, cargo de nueva creación, con el que la compañía refuerza su compromiso en este ámbito, tras la reciente creación de la Comisión de Sostenibilidad en el seno del Consejo de Administración.

PRISA es participante del Pacto Mundial de la ONU desde 2009 y Miembro del Comité Ejecutivo Español desde 2016 y miembro de los siguientes ESG índices:



Educación - Santillana

- Centrado en la formación virtual docente, en un año marcado por la pandemia garantizando la normalidad en la actividad escolar a través de la apertura de sus plataformas tecnológicas a todos sus alumnos y profesores.
- Integrando los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) en el desarrollo del contenido educativo.
- Impulso de la tecnología en la educación para ayudar al desarrollo del bienestar social e individual.
- Participación en programas destinados a fomentar la creatividad, la innovación y el desarrollo tecnológico y científico.
- Participación en fundaciones que fomentan el desarrollo profesional y personal como Fundación Conocimiento y Desarrollo o Fundación Princesa de Girona, entre otras.
- Participando en la educación de 28 millones de alumnos en Latinoamérica.

PRISA Media

- Compromiso social y papel fundamental en la información rigurosa y de calidad durante la pandemia, atendiendo a las necesidades de una sociedad confinada.
- EL PAÍS ha mantenido el acceso gratuito a la información sobre la crisis sanitaria durante toda la pandemia y la radio ha dado prioridad a la información de servicios.
- Lucha contra las fake news.
- Libros de estilo de EL PAÍS, SER y AS.
- Apoyo al periodismo que defiende las libertades, la independencia y el rigor con los Premios Ortega y Gasset.
- Respuesta a emergencias sociales colaborando con distintas fundaciones en acciones solidarias como Acción contra el Hambre, Operación Frio o Kilos de solidaridad entre otros.
- Colaboración con la Fundación Gates en Planeta Futuro.

1: ESG: se refiere a Ambiental, Social y de Gobierno del inglés: Environmental, Social & Governance

Outlook 2022

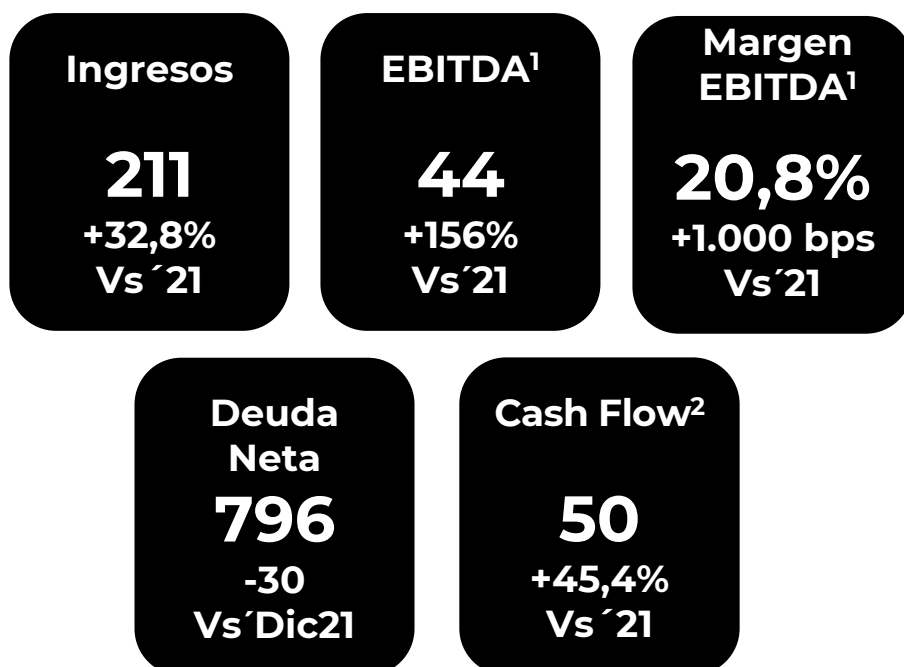
Tras un 2021 lleno de cambios, tanto en la estructura como en la dirección de la compañía, se espera que en 2022 se vean los resultados de los cambios implementados, **con crecimiento en todas las líneas de negocio.**

GRUPO PRISA

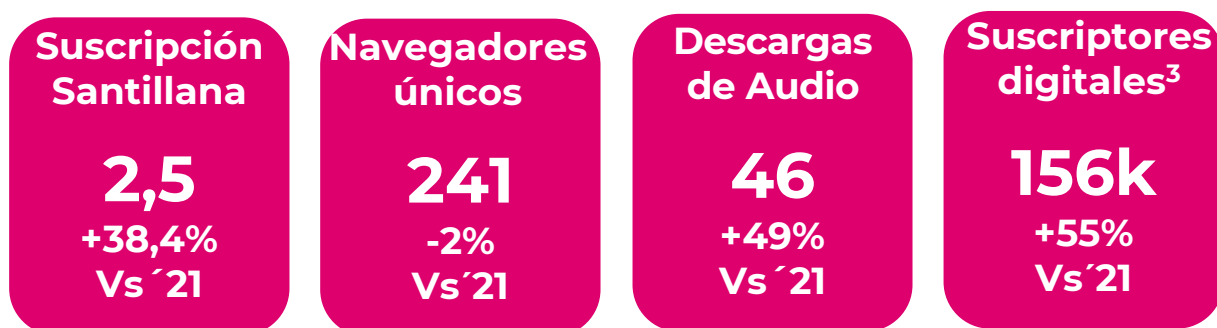
	<u>2021</u>	<u>Guidance</u> <u>2022</u>
INGRESOS	741 M€	770 – 800 €M
Margen EBITDA ajustado	14,4%	15-17%
Generación de caja ex extraordinarios	€1,6 M€	Mejora vs. 2021

PRINCIPALES KPIS – GRUPO PRISA

FINANCIEROS (M€)



DIGITALES (M)



1) Excluyendo indemnizaciones
2) Excluyendo extraordinarios

3) EL PAÍS suscriptores exclusivos digitales

Anexo



1. Guidance 2025	20
2. Educación Q&A	21
3. PRISA Media Q&A	22
4. Evolución del tipo de cambio	24
5. Desglose de ingresos y EBITDA	25

Outlook 2025 – CAPITAL MARKETS DAY

	<u>2025</u> <u>Guidance</u>
Ingresos	~ 1.000 M€
Margen EBITDA ajustado	22-25%
Generación de Caja acumulada*	~ 300 M€
Ingresos digitales	52%

* Excluyendo el pago de intereses.

Educación Q&A

Única plataforma Pan-LatAm que opera en el mercado educativo de K-12. Con liderazgo en 20 países, Santillana tiene centrada su estrategia en la transformación y digitalización del mercado educativo de K-12 en Latinoamérica mediante el impulso de los modelos de suscripción.

¿Dónde esta presente Santillana?

Santillana esta presente en 19 países de Latinoamérica.

¿Qué productos tiene Santillana?

Santillana ofrece plataformas Ed-tech basados en modelos de suscripción (como por ejemplo UNO, Compartir, Farias Brito...) y por otro lado libros de texto impresos (Moderna, Norma). Además Santillana esta impulsando su oferta de productos suplementales (extracurriculares) de inglés, matemáticas, etc.

¿En qué mercados participa Santillana?

Santillana desarrolla sus actividades en 2 áreas con dinámicas de mercado distintas: **Mercado Privado** es decir, en colegios privados de Latinoamérica, donde ofrece libros de texto tradicionales y modelos de suscripción. En este mercado Santillana se centra en la transformación del mercado educativo y el crecimiento de los modelos de suscripción. **Mercado Público/Institucional**, que está dirigido por los Gobiernos y se basa en licitaciones de programas asentados fundamentalmente en Brasil y México.

¿Mercado educativo Privado en Latinoamérica?

En K-12, hay unos 120,000 colegios y aproximadamente 17,8 millones de estudiantes, 11,4 en modelos tradicionales (libros de texto) y 6,4 bajo modelos de suscripción (Ed-tech).

¿Desglose de estudiantes por países del mercado potencial?

	Mercado Potencial (Millones)		
	Didáctico	suscripción	Total
Brasil	3,3	4,7	8
México	2,7	0,5	3,2
Colombia	1,2	0,6	1,8
Resto Latam	4,2	0,6	4,8
Total	11,4	6,4	17,8

¿Posición actual de Mercado de Santillana?

En 2021, Santillana contaba con un total de 7,2 Millones de estudiantes, de los cuales 2 millones bajo los modelos de suscripción y 5,3 millones bajo libro

de texto tradicional (didáctico). En Ed-tech tiene una cuota de mercado aproximadamente del 31%.

¿Ventaja frente a competidores?

Santillana es el único operador Pan-LatAm de educación presente en todos los países de Latinoamérica, con una posición de liderazgo indiscutible en todos los países LatAm a excepción de Brasil donde ocupa el tercer puesto. **Es el único operador Pan-LatAm que ha desarrollado los modelos de suscripción fuera de Brasil.**

¿Ventajas del modelo Ed-tech vs tradicional?

Los modelos de suscripción ofrecen una mayor visibilidad de los ingresos versus el modelo didáctico, con contratos firmados por periodos de 3 y 4 años y con un ingreso medio por alumno superior al ingreso medio por alumno del modelo didáctico. La tasa de renovación media de estos modelos de suscripción es superior al 80%.

¿Tipos de modelos de suscripción?

A día de hoy, Santillana ofrece cuatro tipos de modelos Ed-tech: integrales, flexibles, Inglés y Suplementales. Los sistemas Integrales implementan el 100% de las asignaturas en la escuela. Los sistemas flexibles integran de 3 a 4 asignaturas, suelen ser el primer paso para empezar a digitalizar escuelas e introducir los sistemas y su funcionamientos. Y por último, los modelos suplementales y los de inglés que ofrecen cursos extracurriculares de inglés, matemáticas entre otras.

¿Desglose de suscripciones por modelo Ed-tech?

A cierre del trimestre, Santillana cuenta con **2,48 Millones de suscripciones** de los cuales 1,50 millones estudian bajo el modelo flexible. Los modelos Integrales cuenta con 399 mil de suscripciones, los modelos suplementales 115 mil de suscripciones y los modelos de inglés con 464 mil.

¿Desglose de suscripciones Ed-tech por países?

El país con mayor numero de suscripciones con los modelos Ed-tech de Santillana es Brasil con 719 mil. Tras Brasil está Colombia con 602 mil, México con 300 mil y el resto de países LatAm con 859 mil.

¿Santillana en el futuro?

A día de hoy Santillana esta plenamente centrado en la transformación de los estudiantes del modelo didáctico a un modelo de suscripción Ed-tech. A su vez, sigue desarrollando los modelos Ed-tech y creando nuevos sistemas suplementales. En un futuro, la gran mayoría de los estudiantes estarán usando un modelo Ed-tech.

PRISA Media Q&A

El negocio de Media es el resultado de la nueva estructura organizativa que integra los negocios de Radio y Noticias. Radio y Prensa conforman las mayores plataformas en español de sus respectivos sectores.

¿En qué mercados participa PRISA Media?

PRISA Media esta presente en 12 países entre España y Latinoamérica.

¿Cuáles son los principales activos de PRISA Media?

PRISA Media esta compuesto por dos negocios, Radio y Prensa. En Radio, cuenta con emisoras líderes como Cadena Ser, Los40, Radio Caracol, Iberoamericana o Radiópolis. Mientras que Prensa, cuenta con EL PAÍS, AS y Cinco días.

¿Principal fuente de ingresos de PRISA Media?

La principal fuente de ingresos para PRISA Media proviene de la publicidad y de la venta de ejemplares. Para la Radio, la principal fuente de ingresos de la Radio es la publicidad. Para Prensa, los ingresos provienen de la publicidad y la circulación (tanto online como offline).

¿Principal actividad de PRISA Media?

PRISA Media es una plataforma líder en el negocio de Radio y Prensa. En el negocio de Radio es la plataforma global líder en español y tiene el foco dirigido en convertirse en el mayor productor y distribuidor de audio en español. En Prensa es la mayor plataforma global de noticias en Español con un modelo digital creciente y escalable en transición hacia un modelo basado en la Suscripción (Paywall).

¿Qué posición de Mercado tiene PRISA Media?

PRISA Media es la plataforma líder en los sectores donde esta presente. En Radio, es líder absoluto en España, tanto en radio Generalista como en la Musical. A nivel internacional es líder en Colombia y Chile. En México (que consolida por puesta en equivalencia), mantiene la tercera posición. En Prensa en España, EL PAÍS y AS lideran tanto en formato físico como en el digital. A nivel internacional donde solo está el formato digital, es líder tanto en EL PAÍS como en el diario deportivo AS.

PRISA Media cuenta en total con 241 millones de navegadores únicos de promedio mensual en el primer trimestre de 2022. La Radio cuenta en su versión web con 2,55 millones de usuarios registrados y la Prensa cuenta en su versión web con 4,02 Millones de usuarios registrados.

Radio tiene un promedio mensual de 22 millones de oyentes y un consumo digital de 77,4 millones de consumo mensual de horas de streaming, 45,5 millones de descargas mensuales de Podcast (incluyendo Pódium Podcast).

Según el último EGM, la SER mantiene el liderazgo absoluto con una cuota de mercado del 33% (radio generalista). Los40 es segunda después de SER y mantiene el primer puesto en el mercado de Radio Musical, con una cuota de 22%. En Chile y Colombia, es líder con cuotas de audiencia del 45% y 27% respectivamente. En México mantiene la segunda posición con una cuota de audiencia del 15%.

¿Qué es un modelo de suscripción?

El Modelo de Suscripción o Paywall, ahora mismo solo implementado en EL PAÍS, es un método por el cual el usuario tiene que pagar una suscripción para poder acceder al contenido online. Existen varios tipos de modelos en el mercado que van de más a menos restrictivos.

¿Qué tipo de modelo de suscripción tiene EL PAÍS?

EL PAÍS optó en el lanzamiento por un modelo de suscripción poroso, mientras que ha seguido en su trayectoria evolucionando hacia un modelo freemium

¿Qué tipo de suscripciones hay?

EL PAÍS cuenta con dos tipos de suscripciones, una mensual o una anual. En el caso de la mensual, el pago se realiza mensualmente mientras que en el anual se realiza una vez cada año.

¿Qué precio tienen las suscripciones?

El precio de lanzamiento son 10 euros al mes por usuario para el formato mensual, aunque existen promociones de bienvenida con el primer mes por 1 euro. En el caso de elegir suscripción anual se cuenta con un 20% de descuento respecto las mensuales.

¿Cuántos suscriptores hay en total?

A Marzo, El País cuenta con 155.939 suscriptores exclusivos digitales (de una base total de 196.228 suscriptores). Para las suscripciones exclusivas digitales, un 46% de las suscripciones son anuales y el 24% procedentes de fuera de España.

¿Cómo se compone la base total de suscriptores?

Los 155,939 suscriptores que son exclusivamente digitales son aquellos que se realizan a través de la pagina web de El País.

El resto hasta llegar a los 196 mil se dividen entre suscriptores en papel y suscriptores en otras plataformas como Kiosko y +, etc.

¿Ventajas competitivas de PRISA Media?

PRISA Media tiene 3 ventajas únicas claves frente a otros grupos de Media que le confieren una ventaja competitiva y un claro margen de mejora para construir un líder global de contenidos digitales en los mercados de habla hispana:

1. Fuerte Know-how y habilidades en prensa y audio con negocios rentables. El audio es el nuevo motor de digitalización en la industria de contenidos, pudiendo actuar simultáneamente como palanca en prensa y audio.
2. Nuestras marcas (EL PAÍS, SER, Caracol, AS, Los40...) son líderes indiscutibles en sus respectivos mercados.
3. PRISA Media es el único grupo mediático con presencia en mercados claves de habla hispana con potencial y recorrido para crecer en todos ellos con enfoque combinado, prensa + audio.

¿PRISA Media en el futuro?

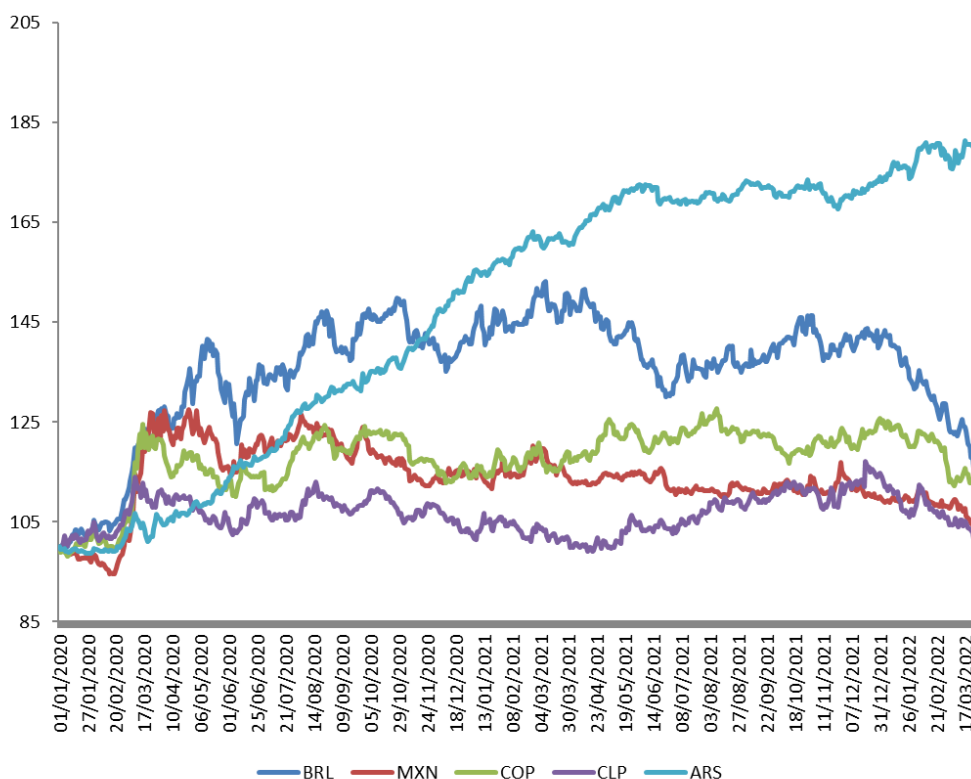
La tendencia a futuro de los negocios de Media es la digitalización. Por ello, la estrategia a futuro de PRISA Media es:

1. Potenciar las plataformas de video y audio en torno a todos los activos para proporcionar escala e introducir eficiencias para operar conjuntamente toda la cartera de activos.
2. Foco en la creación de contenidos con enfoque transmedia convirtiéndose en el mejor proveedor de contenidos digitales de habla hispana.
3. Impulsar audiencias globales tanto combinando medios (Prensa y Audio) en el entorno digital como dirigiéndose a múltiples países de habla hispana, LatAm e incluso EEUU.

Evolución del tipo de cambio

Los resultados del Grupo en Latinoamérica se han visto afectados por la evolución **del tipo de cambio en la región**, principalmente en Brasil y Argentina.

El impacto FX sobre los ingresos y el EBITDA del Grupo en el primer trimestre de 2022 ha sido positivo. **El impacto ha sido de +4,8 M€ en ingresos y de +0,8 M€ en EBITDA.**



	BRL	MXN	COP	CLP	ARG
1Q2020	4.92	22.06	3,912.25	886.27	67.83
2Q2020	5.92	25.67	4,231.20	905.24	74.50
3Q2020	6.29	25.81	4,365.32	912.62	85.71
4Q2020	6.44	24.49	4,354.98	905.93	95.57
1Q2021	6.60	24.51	4,288.58	872.56	106.76
2Q2021	6.38	24.12	4,454.06	863.41	113.36
3Q2021	6.17	23.61	4,534.56	911.47	114.61
4Q2021	6.39	23.72	4,442.68	944.97	114.92
1Q2022	5.86	23.00	4385.66	906.57	119.65

Fuente: Bloomberg

Desglose de ingresos y EBITDA comparable por U.N.

Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2021	2021	Var.
Ingresos de explotación	210,6	158,5	32,8%
Educación	128,4	82,0	56,6%
Media	82,5	77,0	7,2%
PRISA Radio	48,7	41,3	17,9%
Prisa Noticias	34,2	35,8	-4,6%
Otros	-0,3	-0,5	28,8%
EBITDA	41,3	12,3	235,5%
Educación	44,5	23,2	91,7%
Media	-1,8	-7,5	75,6%
PRISA Radio	0,9	-4,5	---
Prisa Noticias	-2,6	-2,8	6,7%
Otros	-1,4	-3,5	58,6%
EBITDA sin indemnizaciones	43,8	17,1	156,3%
Educación	45,2	24,5	84,4%
Media	0,0	-4,8	99,3%
PRISA Radio	2,3	-3,3	---
Prisa Noticias	-2,5	-1,3	-94,8%
Otros	-1,4	-2,7	46,9%

Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2022	2021	Var.
Ingresos de Explotación a tipo constante	205,7	158,5	29,8%
Educación	123,3	82,0	50,4%
Media	82,8	77,0	7,5%
PRISA Radio	48,9	41,3	18,5%
Prisa Noticias	34,2	35,8	-4,6%
Otros	-0,3	-0,5	28,8%
EBITDA a tipo constante	40,5	12,3	228,8%
Educación	43,8	23,2	88,4%
Media	-1,9	-7,5	74,6%
PRISA Radio	0,9	-4,5	---
Prisa Noticias	-2,6	-2,8	6,1%
Otros	-1,4	-3,5	58,6%
EBITDA sin indemnizaciones a tipo constante	43,0	17,1	151,4%
Educación	44,5	24,5	81,3%
Media	-0,1	-4,8	97,9%
PRISA Radio	2,2	-3,3	---
Prisa Noticias	-2,5	-1,3	-95,9%
Otros	-1,4	-2,7	46,9%

Calendario Financiero

12 Mayo, 2022: BofA Made in Iberia Conference

Más información en la web del evento.

26 Mayo, 2022: Foro MEDCAP de BME

Más información en la web del evento.

Junio 2022: Presentación resultados primer semestre

Más información disponible cuando se acerque la fecha del evento.



Relación con Inversores

+34 91 330 1085

ir@prisa.com

www.prisa.com