



# PRISA

## INFORME DE RESULTADOS

### Enero-Septiembre 2022

PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.  
25 de octubre de 2022

# Índice

<b>Resumen</b>	<b>3</b>
<b>Grupo PRISA</b>	
Resultados financieros	4
Cuenta de Resultados	5
Estado de flujos de efectivo	6
Posición Financiera Neta	7
Balance	8
<b>Educación</b>	
Resultados financieros	9
Desglose de ingresos	11
Cuenta de Resultados	12
<b>PRISA Media</b>	
Resultados financieros	13
Cuenta de Resultados	15
<b>ESG</b>	16
<b>Guidance 2022</b>	17
<b>Principales indicadores del Grupo</b>	18
<b>Anexo</b>	
Guidance 2025	20
Evolución del tipo de cambio	21
Desglose de ingresos y EBITDA	22
<b>Calendario de próximos eventos</b>	23

# Resumen

El EBITDA en los primeros nueve meses del año de 2022, excluyendo indemnizaciones, alcanza los 76 M€ frente a 42 M€ en el mismo periodo de 2021. Continúa la mejora operativa de los negocios tanto de Educación como de Media que ha permitido que el EBITDA contable se multiplique por 4x. Mejora significativa en todos los principales indicadores operativos y digitales. a pesar de las incertidumbres macroeconómicas del entorno.

En los primeros nueve meses del año, PRISA generó unos ingresos de 587 M€, un 21% más que el mismo periodo del año anterior. El EBITDA excluyendo gastos de indemnizaciones fue de 76 M€; un 80% más que en el mismo periodo 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 basados en sistemas educativos (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. Por otro lado, Prisa Media ha mejorado sus resultados en un entorno de 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 33% en modelos Ed-Tech de Santillana en LatAm hasta alcanzar 2.624.703 suscripciones; EL PAÍS alcanzó 243.490 suscriptores (204.046 suscriptores digitales exclusivos) y Media registró una media de 79,0 M de horas mensuales de streaming y 45,7 M de descargas de podcast.

## Puntos destacados

### **Continúa la mejora operativa tanto en Media como en Educación**

A pesar de las incertidumbres macro desde principios de año, los negocios siguen mostrando su resiliencia.

El EBITDA sin indemnizaciones alcanzó los 76 M€ (+80% frente a 9M 2021). Margen EBITDA ajustado 12,9% (+4 p.p).

El EBITDA contable es 4 veces mayor en comparación con el del mismo periodo de 2021.

### **Impulso continuado del negocio digital**

El modelo de suscripción Ed-Tech de Santillana alcanza los 2,62 M de suscripciones. Expectativas superadas.

EL PAÍS alcanzó los 243 k suscriptores, de los cuales 204 k son exclusivos digitales (+68% interanual).

El consumo de audio sigue aumentando (aumento horas de streaming, +19% interanual) así como las descargas de podcasts (+43% interanual).

Los ingresos digitales aumentan un 30% en los primeros nueve meses del año.

### **Avances en la hoja de ruta de sostenibilidad del Grupo**

Se ha desarrollado un Plan Director de Sostenibilidad para el periodo 2022-2025 conectando los compromisos ESG con nuestros negocios, para aportar más valor y oportunidades de crecimiento.

Centrado en tres compromisos (Impacto en las personas y en la sociedad + Gestión responsable + Gobierno comprometido) con 17 objetivos alineados con los presentados en el CMD y apoyando los ODS estratégicos de PRISA.

Basado en un nuevo análisis de materialidad, con la participación de la alta dirección y las unidades de negocio.

### **Guidance 2022**

En línea para alcanzar los objetivos, pendientes de los hitos del Q4 (evolución del mercado publicitario y venta pública en educación).

Los ingresos digitales del grupo aumentaron en un 30% hasta representar el 34% del total.

**Los ingresos de Educación en los primeros nueve meses del año han aumentado un 39% en euros, o un 26% en moneda local.** En el negocio privado, los ingresos han crecido un 52%, gracias al fuerte crecimiento tanto en el negocio de suscripción como en el didáctico que se vio reforzado por una licitación extraordinaria en Argentina. En el negocio público, los ingresos también han mejorado a pesar del retraso de la venta pública de Brasil gracias al buen rendimiento de México. **El incremento de ingresos se ha trasladado en una mejora de EBITDA sin indemnizaciones en Santillana del 69% (59 M€ vs. 35 M€ en 9M2021).**

**PRISA Media mostró un crecimiento en ingresos del 6% durante los primeros nueve meses de 2022 gracias al crecimiento publicitario, y el crecimiento del modelo de pago de EL PAÍS.** Los ingresos publicitarios de PRISA Media crecieron un +5% en el período. La recuperación del mercado publicitario en comparación a 2021, el crecimiento de los suscriptores digitales así como las medidas de eficiencia derivadas del plan de reestructuración puesto en marcha en 2021 y la cultura reforzada de control de costes, han contribuido a que **el EBITDA sin indemnizaciones mejore en 7,2 M€ respecto al mismo periodo de 2021 (22 M€ vs. 15 M€ en 9M2021).**

## Resultados Financieros – Grupo

Mejora operativa de los negocios creciendo en ingresos y EBITDA. Generación de caja afectada por impactos extraordinarios.

### Ingresos

En los primeros 9 meses de 2022, los ingresos totales del Grupo alcanzaron los 587 M€, frente a los 486 M€ del mismo periodo del año anterior, lo que supone un crecimiento del 21% (+15% en moneda constante). En cuanto al tercer trimestre estanco, el Grupo generó 199 M€, lo que supone un crecimiento del 11% respecto a 2021. Se confirma la evolución positiva en ingresos en el año, apoyada en la vuelta a la normalidad tras la reapertura de colegios y el crecimiento en modelos digitales de suscripción en Santillana. En el caso de Media por el crecimiento publicitario frente a 2021 y el modelo de pago digital en El País, fundamentalmente.

### EBITDA

La mejora de ingresos en el período se ha trasladado en una mejora operativa del 80% alcanzando un EBITDA excluyendo gastos de indemnizaciones de 76 M€, frente a los 42 M€ del mismo período del año anterior. En el trimestre estanco el EBITDA ajustado fue de 26 M€, frente a los 24 M€ del tercer trimestre del año anterior, lo que supone una mejora del 9%.

### Tipo de cambio

El tipo de cambio ha tenido un efecto positivo de 29,0 M€ en los ingresos del periodo entre enero y septiembre, principalmente por la revaluación

del Real brasileño y el Peso mexicano. En el EBITDA el efecto ha sido positivo en 3,9 M€.

### Resultado Neto

El resultado neto del periodo mejoró un 66% en comparación con los primeros nueve meses de 2021, lo que supone una mejora de 54 M€. El periodo entre enero y septiembre cerró con un resultado neto de -28 M€ frente a los -82 M€ de 2021 fundamentalmente gracias a la mejora operativa.

### Generación de Caja

La Generación de caja excluyendo extraordinarios ha mejorado en 1,1 M€, en comparación con la el mismo periodo de 2021, alcanzando los +2,4 M€. La generación de caja total en el periodo se ha visto afectada por impactos extraordinarios como la compra de los minoritarios de la Radio o el pago de los gastos de la refinanciación y la contratación de una cobertura de tipos de interés. Así, la generación de caja en el periodo ha sido de -62 M€.

### Deuda

La deuda financiera neta en los primeros nueve meses del año se sitúa en 915 M€, frente a los 825 M€ de diciembre de 2021. El ratio de apalancamiento financiero se sitúa en 6,5x mejorando vs el ratio a diciembre 2021 (8x). El periodo se ha visto afectado especialmente por los impactos extraordinarios ya comentados (minoritarios de radio, refinanciación y cobertura de tipos).

A 30 de septiembre de 2022, la posición de caja era de 131 M€, con 101 M€ adicionales en líneas no dispuestas.

## Puntos destacados

### Resultados operativos

Aumento significativo del EBITDA ajustado: +80% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Los negocios de Educación y Media contribuyen al crecimiento del EBITDA: +69% y +49%, respectivamente; mientras que el centro corporativo reduce significativamente los costes.

### Generación de Caja

Cash flow ex one offs (+2 M€), por encima de la cifra del año pasado (+1,1 M€), en línea con las expectativas. Generación de Caja total - 62 M€(-28 M€/ -80% interanual), afectado por la adquisición de los minoritarios de Radio (32 M€) y los costes de refinanciación y de la cobertura de tipos de interés (16 M€).

### Deuda

Deuda bancaria neta de 845 M€ frente a 756 M€ a diciembre de 2021, especialmente afectada por efectos extraordinarios. Ratio de deuda financiera neta / EBITDA LTM de 6,5 veces (frente a 8x en diciembre de 2021). Cobertura de tipos de interés iniciada y seguimiento continuo de los mercados para posibles coberturas adicionales.

### Liquidez

La posición de Caja se sitúa en 131 M€, con líneas de liquidez adicionales no dispuestas que ascienden a 101 M€. Optimización continua de la gestión de la Caja teniendo en cuenta las necesidades de liquidez tanto en España como en LatAm.

## Grupo PRISA – Cuenta de Resultados

Millones de euros

Resultados Reportados

	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>587,3</b>	485,7	<b>20,9%</b>	<b>199,1</b>	179,5	<b>10,9%</b>
<b>EBITDA Contable</b>	<b>69,1</b>	18,0	<b>284,9%</b>	<b>24,4</b>	15,2	<b>60,2%</b>
<i>Margen EBITDA</i>	11,8%	3,7%	+8,1 p.p	12,3%	8,5%	+3,8 p.p
<b>EBITDA sin indemnizaciones</b>	<b>75,9</b>	42,1	<b>80,3%</b>	<b>26,2</b>	24,1	<b>8,7%</b>
<i>Margen EBITDA sin indemnizaciones</i>	12,9%	8,7%	+4,3 p.p	13,2%	13,4%	-0,2 p.p
<b>EBIT Contable</b>	<b>20,0</b>	-28,9	---	<b>9,9</b>	-0,5	---
<i>Margen EBIT</i>	3,4%	-6,0%	+9,4 p.p	5,0%	-0,3%	+5,3 p.p
<b>Resultado Financiero</b>	<b>-42,2</b>	-45,2	<b>6,6%</b>	<b>-19,7</b>	-16,1	<b>-22,4%</b>
Gastos por intereses de financiación	-49,7	-38,5	-29,0%	-17,3	-12,1	-42,4%
Otros resultados financieros*	7,5	-6,7	---	-2,4	-4,0	38,7%
<b>Resultado puesta en equivalencia</b>	<b>3,7</b>	-0,1	---	<b>0,3</b>	0,2	<b>20,1%</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>-18,4</b>	-74,2	<b>75,2%</b>	<b>-9,6</b>	-16,4	<b>41,6%</b>
Impuesto sobre sociedades	11,0	9,6	14,4%	5,5	9,0	-38,7%
<b>Resultado atribuido a socios externos</b>	<b>-1,3</b>	-2,0	<b>35,0%</b>	<b>-0,9</b>	0,3	---
<b>Resultado Neto</b>	<b>-28,2</b>	-81,8	<b>65,6%</b>	<b>-14,2</b>	-25,7	<b>44,8%</b>

\* Incluye efecto contable de la Refinanciación de abril 2022

Millones de euros

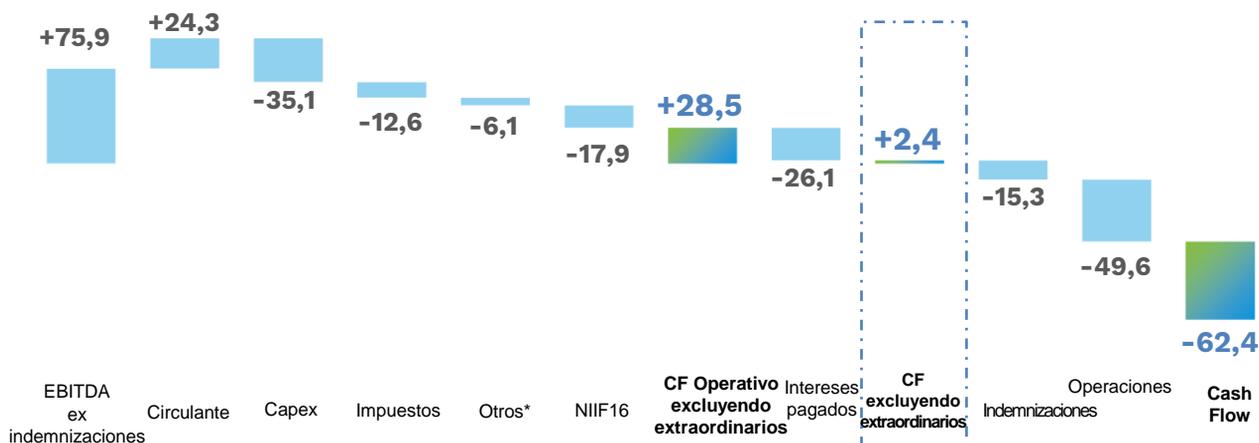
Resultados a tipo de cambio constante

	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>558,3</b>	485,7	<b>14,9%</b>	<b>183,6</b>	179,5	<b>2,3%</b>
<b>EBITDA contable</b>	<b>65,3</b>	18,0	<b>263,3%</b>	<b>19,7</b>	15,2	<b>29,2%</b>
<i>Margen EBITDA</i>	11,7%	3,7%	+8,0 p.p	10,7%	8,5%	+2,2 p.p
<b>EBITDA sin indemnizaciones</b>	<b>71,6</b>	42,1	<b>70,3%</b>	<b>21,4</b>	24,1	<b>-11,3%</b>
<b>EBIT contable</b>	<b>18,8</b>	-28,9	---	<b>6,2</b>	-0,5	---
<i>Margen EBIT</i>	3,4%	-6,0%	+9,4 p.p	3,4%	-0,3%	+3,6 p.p

# Grupo PRISA – Estado de flujos de efectivo

## ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Millones de euros			Var. 22/21				Var. 22/21	
	Sept 2022	Sept 2021	Abs	%	3T 2022	3T 2021	Abs	%
EBITDA contable	69,1	18,0	51,2	284,9%	24,4	15,2	9,2	60,2%
Gastos de Indemnizaciones	6,7	24,1	-17,4	-72,1%	1,8	8,9	-7,1	-79,8%
EBITDA (excluyendo indemnizaciones)	75,9	42,1	33,8	80,3%	26,2	24,1	2,1	8,7%
Variación del Circulante	24,3	27,0	-2,6	-9,8%	11,9	29,3	-17,4	-59,4%
Pago de Indemnizaciones	-15,3	-20,3	5,0	24,7%	-2,9	-8,9	5,9	66,8%
Pago de Impuestos	-12,6	-11,9	-0,7	-5,6%	-3,5	-3,0	-0,5	-17,7%
Otros flujos de las actividades de explotación	-3,8	10,1	-13,9	---	-0,3	1,1	-1,4	---
Capex	-35,1	-30,0	-5,1	-16,9%	-12,8	-12,6	-0,2	-1,3%
Inmovilizado financiero	-0,3	-0,1	-0,2	-113,6%	-0,6	0,0	-0,6	---
<b>CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN</b>	<b>33,1</b>	<b>16,8</b>	<b>16,3</b>	<b>97,2%</b>	<b>17,9</b>	<b>30,0</b>	<b>-12,1</b>	<b>-40,3%</b>
Pago de intereses	-26,1	-16,2	-9,9	-61,1%	-2,4	-1,0	-1,4	-134,2%
Cobro de dividendos	0,1	1,6	-1,5	-95,0%	0,1	0,0	0,1	294,0%
Pago de dividendos	-2,0	-1,7	-0,3	-19,0%	-0,3	-0,3	0,0	-16,5%
Otros flujos de las actividades de financiación	-20,3	-23,1	2,7	11,8%	-7,0	-7,1	0,1	1,0%
NIIF 16	-17,9	-19,8	1,9	9,5%	-5,9	-6,0	0,1	1,3%
Otros	-2,4	-3,3	0,9	26,2%	-1,1	-1,1	0,0	-0,9%
<b>CASH FLOW DE FINANCIACIÓN</b>	<b>-48,3</b>	<b>-39,3</b>	<b>-9,0</b>	<b>-23,0%</b>	<b>-9,6</b>	<b>-8,4</b>	<b>-1,3</b>	<b>-15,3%</b>
<b>CASH FLOW ANTES DE DESINVERSIONES</b>	<b>-15,2</b>	<b>-22,5</b>	<b>7,3</b>	<b>32,5%</b>	<b>8,3</b>	<b>21,6</b>	<b>-13,4</b>	<b>-61,8%</b>
Desinversiones	2,4	3,6	-1,2	-34,1%	1,1	0,2	0,9	450,1%
<b>CASH FLOW ANTES DE OPERACIONES</b>	<b>-12,8</b>	<b>-18,9</b>	<b>6,1</b>	<b>32,2%</b>	<b>9,4</b>	<b>21,8</b>	<b>-12,5</b>	<b>-57,1%</b>
<b>CASH FLOW ANTES DE EXTRAORDINARIOS</b>	<b>2,4</b>	<b>1,3</b>	<b>1,1</b>	<b>81,3%</b>	<b>12,3</b>	<b>30,7</b>	<b>-18,4</b>	<b>-59,9%</b>
<b>CASH FLOW DE OPERACIONES</b>	<b>-49,6</b>	<b>-15,7</b>	<b>-33,9</b>	<b>-215,9%</b>	<b>-6,7</b>	<b>-1,4</b>	<b>-5,2</b>	<b>-365,6%</b>
<b>CASH FLOW</b>	<b>-62,4</b>	<b>-34,6</b>	<b>-27,8</b>	<b>-80,2%</b>	<b>2,7</b>	<b>20,4</b>	<b>-17,7</b>	<b>-86,8%</b>



\*Otros incluye: Inversiones financieras, otros flujos de caja, dividendos y desinversiones

# Grupo PRISA – Posición Financiera Neta

## TOTAL DEUDA FINANCIERA NETA

Millones de euros

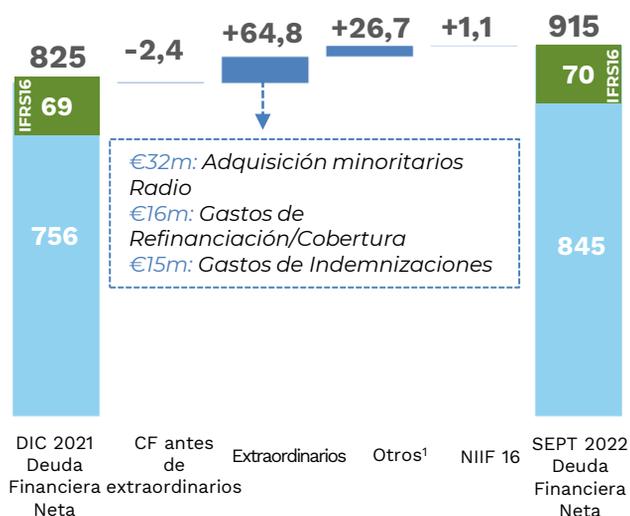
	Sept 2022	Dic 2021	Var. 22/21	
			Abs	%
<b>Deuda bancaria</b>	<b>940,0</b>	949,3	<b>-9,3</b>	<b>-1,0%</b>
A largo Plazo	899,3	934,3	-35,1	-3,8%
A corto Plazo	40,7	14,9	25,8	172,9%
<b>Inversiones financieras corrientes</b>	<b>-1,8</b>	-2,1	<b>0,3</b>	<b>13,2%</b>
<b>Efectivo y otros medios líquidos equivalentes</b>	<b>-130,5</b>	-168,7	<b>38,2</b>	<b>22,6%</b>
<b>Valor presente</b>	<b>37,6</b>	-22,4	<b>60,0</b>	<b>---</b>
<b>DEUDA BANCARIA NETA</b>	<b>845,2</b>	756,1	<b>89,2</b>	<b>11,8%</b>
Pasivo NIIF 16	<b>70,1</b>	69,0	<b>1,1</b>	<b>1,6%</b>
<b>TOTAL DEUDA FINANCIERA NETA CON NIIF 16</b>	<b>915,3</b>	825,1	<b>90,2</b>	<b>10,9%</b>

## DEUDA BANCARIA NETA POR UNIDAD DE NEGOCIO (incluye Interco)

Millones de euros

	Sept 2022	Dic 2021	Var. 22/21	
			Abs	%
<b>PRISA Holding + PRISA Gestión Financiera + PAE + Otros</b>	<b>834,1</b>	761,9	<b>72,3</b>	<b>9,5%</b>
Deudas con entidades de crédito	945,2	905,1	40,1	4,4%
Caja, IFT y deuda intragrupo	-111,0	-143,2	32,2	22,5%
<b>Santillana</b>	<b>-111,5</b>	-98,2	<b>-13,3</b>	<b>-13,5%</b>
<b>PRISA Media</b>	<b>122,6</b>	92,4	<b>30,2</b>	<b>32,6%</b>
Radio	0,2	5,7	-5,4	-96,1%
Prensa	-18,6	94,6	-113,3	---
Otros	141,0	-7,9	148,9	---
<b>DEUDA BANCARIA NETA</b>	<b>845,2</b>	756,1	<b>89,2</b>	<b>11,8%</b>

## Evolución Deuda Financiera Neta (M€)



## Perfil de la deuda bancaria actual (M€)

TRAMO	CANTIDAD <sup>2</sup>	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
<b>TOTAL</b>	<b>c. 920 M€</b>	<b>Combinado E+5.94%</b>	<b>-</b>

(1) Incluye principalmente el PIK, los intereses devengados no pagados, fees capitalizados y el impacto del tipo de cambio en la deuda neta.

(2) Incluye los OID aplicables.

## Grupo PRISA - Balance

Millones de euros	ACTIVO	
	Sept 2022	Dic 2021
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>442,0</b>	<b>399,2</b>
Inmovilizado material	107,6	109,7
Fondo de comercio	118,8	109,5
Inmovilizado inmaterial	110,4	96,0
Inversiones financieras no corrientes	11,8	11,4
Sociedades puestas en equivalencia	33,0	27,0
Activos por impuestos diferidos	60,3	45,6
Otros activos no corrientes	0,0	0,0
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>456,1</b>	<b>479,1</b>
Existencias	73,9	39,9
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	248,6	265,7
Inversiones financieras corrientes	1,8	2,4
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	130,5	168,7
Activos mantenidos para la venta	1,2	2,3
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>898,0</b>	<b>878,3</b>

Millones de euros	PASIVO	
	Sept 2022	Dic 2021
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>-536,0</b>	<b>-511,8</b>
Capital suscrito	74,1	70,9
Reservas	-595,5	-521,1
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	-28,2	-106,5
Socios Externos	13,6	44,9
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>995,9</b>	<b>1.033,8</b>
Deudas con entidades de crédito	899,3	934,3
Otros pasivos financieros no corrientes	56,9	53,9
Pasivos por impuestos diferidos	19,5	21,3
Provisiones	17,1	21,0
Otros pasivos no corrientes	3,1	3,3
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>438,1</b>	<b>356,3</b>
Deudas con entidades de crédito	40,7	14,9
Otros pasivos financieros corrientes	30,8	15,9
Acreedores comerciales	231,0	196,0
Otras deudas corrientes	89,6	93,2
Ajustes por periodificación	45,6	35,2
Pasivos mantenidos para la venta	0,4	1,1
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>898,0</b>	<b>878,3</b>

## Educación – Santillana

Santillana es la única plataforma de tecnología educativa (Ed-Tech) que opera en toda Latinoamérica. Con liderazgo en 19 países, Santillana tiene centrada su estrategia en la transformación y digitalización del mercado educativo de K-12 en Latinoamérica mediante la transformación hacia los modelos de suscripción basados en sistemas educativos.

Dentro del mercado de K-12, Santillana desarrolla sus actividades en 2 áreas con dinámicas de mercado distintas: en primer lugar, el Mercado Privado al cual corresponde el 70% de las ventas anuales de Santillana y está enfocado en la transformación del modelo educativo con el crecimiento de los modelos de suscripción que ya representan más de un 60% de las ventas anuales privadas. En segundo lugar, el Mercado Público que representa el 30% de las ventas anuales de Santillana, basado en programas de compra pública asentados, principalmente, en Brasil y México.

### Resultados Financieros

Los ingresos de Santillana crecen un 39% en los primeros nueve meses del año 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 la pandemia Covid-19 y las escuelas seguían cerradas. La reapertura física de los colegios ha permitido una campaña comercial más eficiente y muestra una mayor demanda por los sistemas educativos digitales. Los ingresos de Santillana alcanzaron los 310 M€, frente a los 223 M€ del mismo periodo del año anterior. En el trimestre estanco, los ingresos crecieron un 18% alcanzando los 108 M€.

En términos de EBITDA contable, Santillana cerró en el periodo de enero a septiembre con 56 M€ frente a los 31 M€ de 2021, lo que supone un crecimiento del 80%, un 68% en moneda local. Sin considerar las indemnizaciones, el EBITDA fue un 69% mayor en euros. En el trimestre estanco, el EBITDA contable fue de 19 M€, un 5% mejor que en el mismo trimestre del año pasado pese a estar afectado por el retraso en la venta pública de Brasil y el adelanto de la venta pública de México al primer semestre.

En los primeros nueve meses del año, el negocio privado ha obtenido unos extraordinarios resultados en las campañas sur y norte. La estrategia de transformación sigue dando resultados con el aumento de un 33% de las suscripciones en lo que va de año. Por su parte, el negocio didáctico también crece en el periodo gracias al retorno a la normalidad en los colegios de LatAm, y una licitación extraordinaria en Argentina. Los resultados del negocio público también muestran un buen comportamiento en lo que va de 2022 con los ingresos en línea con las expectativas al obtener mayores ventas en todas las geografías destacando México y República

Dominicana.

El próximo trimestre será relevante en el mercado privado de Educación, con el registro de los primeros pasos de la campaña sur 2023 y la venta pública de Brasil en el mercado público.

### Ventas Mercado Privado

#### Modelo de Suscripción

Los modelos de suscripción son la principal fuente de ingresos de Santillana y representan actualmente más del 60% de las ventas privadas. Los modelos de suscripción han acelerado su crecimiento, alcanzando las 2.624.703 suscripciones, lo que supone un aumento del 33% respecto a septiembre 2021 y un 32% más que el número total de suscripciones al cierre de 2021. Los ingresos crecieron en enero a septiembre 2022 un 50%, un 38% en moneda local, en comparación con el mismo periodo de 2021.

Los modelos de suscripción muestran un crecimiento en todos los sistemas. Los sistemas Integrales crecieron un 17% en número de suscripciones en comparación con el mismo periodo del año anterior, Flexibles un 18% y Suplementales (incluyendo los de inglés) un 117%. Por países, en Brasil las suscripciones crecieron un 19%, en México un 28%, en Colombia un 30% y el resto de países LatAm un 53%.

#### Ingresos por suscripciones y evolución del total

Millones de BRL y suscripciones en miles



#### Modelo didáctico

En los primeros nueve meses del año, las ventas del negocio privado didáctico en LatAm ascendieron a 88 M€ (39% de las ventas privadas) y mostraron un crecimiento del 56%, 45% en moneda local. Pese al proceso de transformación de los alumnos del modelo didáctico al modelo de suscripción, el negocio didáctico ha crecido significativamente respecto al periodo enero-septiembre de 2021, fundamentalmente porque

## Educación – Santillana

*Santillana es la única plataforma de tecnología educativa (Ed-Tech) que opera en toda Latinoamérica. Con liderazgo en 20 países, Santillana tiene centrada su estrategia en la transformación y digitalización del mercado educativo de K-12 en Latinoamérica mediante la transformación hacia los modelos de suscripción basados en sistemas educativos.*

Los colegios estuvieron cerrados a la actividad presencial, lo que favoreció el doble uso de los libros de texto y dificultó la campaña comercial en 2021, y por el registro de las ventas de una licitación extraordinaria en Argentina en 2022.

### Ventas mercado público

Las ventas públicas ascendieron a 81 M€, con un crecimiento del 2% en moneda local, 17% en euros. La evolución de Santillana en el mercado público sigue en línea con las expectativas gracias a que los Gobiernos siguen apoyando y manteniendo sus planes de compra pública. En el trimestre estanco la caída de los ingresos se explica por el retraso de la venta pública en Brasil y por el adelanto de la venta pública de México que se registró en el primer semestre.

## Educación – Desglose de ingresos

Ingresos por actividad	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
Millones de euros						
<b>Venta de educación</b>	<b>306,6</b>	<b>217,1</b>	<b>41,3%</b>	<b>106,5</b>	<b>89,2</b>	<b>19,4%</b>
Privado LatAm	225,2	147,7	52,4%	70,3	47,5	48,1%
Suscripción	137,0	91,1	50,3%	43,5	27,9	55,7%
Didáctico	88,2	56,6	55,9%	26,8	19,5	37,3%
Público	81,4	69,3	17,4%	36,2	41,8	-13,3%
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>310,1</b>	<b>223,3</b>	<b>38,9%</b>	<b>107,6</b>	<b>91,6</b>	<b>17,5%</b>

Ingresos por actividad tipo de cambio constante	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
Millones de euros						
<b>Venta de educación</b>	<b>278,7</b>	<b>217,1</b>	<b>28,4%</b>	<b>91,5</b>	<b>89,2</b>	<b>2,5%</b>
Privado LatAm	207,7	147,7	40,6%	60,2	47,5	26,8%
Suscripción	125,6	91,1	37,8%	37,9	27,9	35,7%
Didáctico	82,1	56,6	45,1%	22,3	19,5	14,0%
Público	71,1	69,3	2,5%	31,3	41,8	-25,0%
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>282,2</b>	<b>223,3</b>	<b>26,4%</b>	<b>92,5</b>	<b>91,6</b>	<b>1,0%</b>

## Educación – Indicadores digitales

	9M 2022	9M 2021	Var (%)
Suscripciones Ed-Tech (k)	<b>2.625</b>	1.970	33,3%
Ingresos Campañas* (M€)	<b>173</b>	121	43,3%
Venta Sistemas/Privada	<b>61%</b>	62%	-1 p.p

\* Los ingresos de las campañas Sur se producen entre el Q4 del año anterior y el Q1, Q2 y Q3 del año en curso. Para la campaña Norte, los ingresos de campaña están en línea con el año fiscal.

## Educación – Cuenta de Resultados

Millones de euros Resultados Reportados	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>310,1</b>	223,3	<b>38,9%</b>	<b>107,6</b>	91,6	<b>17,5%</b>
<b>Gastos de Explotación Contables</b>	<b>254,5</b>	192,4	<b>32,3%</b>	<b>88,7</b>	73,6	<b>20,6%</b>
<b>EBITDA Contable</b>	<b>55,6</b>	31,0	<b>79,6%</b>	<b>18,9</b>	18,0	<b>5,0%</b>
Margen EBITDA	17,9%	13,9%	+4,1 p.p	17,6%	19,7%	-2,1 p.p
<b>EBITDA sin indemnizaciones</b>	<b>58,6</b>	34,6	<b>69,5%</b>	<b>20,0</b>	19,6	<b>2,2%</b>
Margen EBITDA sin indemnizaciones	18,9%	15,5%	+3,4 p.p	18,6%	21,4%	-2,8 p.p
<b>EBIT Contable</b>	<b>27,5</b>	3,0	<b>825,5%</b>	<b>10,9</b>	8,3	<b>31,5%</b>
Margen EBIT	8,9%	1,3%	+7,5 p.p	10,1%	9,0%	+1,1 p.p

Millones de euros Resultados a tipo constante	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>282,2</b>	223,3	<b>26,4%</b>	<b>92,5</b>	91,6	<b>1,0%</b>
<b>Gastos de Explotación Contables</b>	<b>230,3</b>	192,4	<b>19,7%</b>	<b>78,2</b>	73,6	<b>6,3%</b>
<b>EBITDA Contable</b>	<b>51,9</b>	31,0	<b>67,7%</b>	<b>14,4</b>	18,0	<b>-20,4%</b>
Margen EBITDA	18,4%	13,9%	+4,5 p.p	15,5%	19,7%	-4,2 p.p
<b>EBITDA sin indemnizaciones</b>	<b>54,6</b>	34,6	<b>57,9%</b>	<b>15,3</b>	19,6	<b>-21,7%</b>
Margen EBITDA sin indemnizaciones	19,3%	15,5%	+3,9 p.p	16,6%	21,4%	-4,8 p.p
<b>EBIT Contable</b>	<b>26,5</b>	3,0	<b>789,9%</b>	<b>7,3</b>	8,3	<b>-12,2%</b>
Margen EBIT	9,4%	1,3%	+8,0 p.p	7,9%	9,0%	-1,2 p.p

## PRISA Media

*Prisa Media es el Grupo de Medios y Entretenimiento más grande en habla hispana, a la vanguardia en transformación digital, con marcas líderes en España, Latinoamérica y USA.*

La estructura organizativa de Prisa Media 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, apostando por los modelos de suscripción y los múltiples formatos para rentabilizar el liderazgo y la calidad de las marcas.

### Resultados Financieros

Prisa Media ha cerrado los primeros nueve meses del año con unos ingresos de 278 M€ frente a los 263 M€ de 2021, lo que supone un crecimiento del 6% en el periodo. Prisa Media sigue manteniendo la tendencia positiva de los últimos trimestres a pesar de la inestabilidad socioeconómica vivida en lo que va del año con la guerra de Ucrania y la coyuntura macroeconómica derivada de la misma. El crecimiento en ingresos en comparación con el año pasado se debe principalmente a: i) el crecimiento de los mercados publicitarios, ii) la posición de liderazgo en todos los mercados donde opera Prisa Media y iii) el crecimiento del modelo de pago por suscripción digital de EL PAÍS. Además, la reestructuración realizada y las medidas de eficiencia han permitido reducir los gastos en un 2% en comparación con los del mismo periodo en 2021 a pesar del crecimiento de negocio en 2022. En el tercer trimestre estanco, los ingresos de explotación han aumentado un 4% hasta alcanzar los 92 M€.

En cuanto al EBITDA, en el periodo de enero a septiembre, PRISA Media obtuvo un EBITDA contable de 18,4 M€ frente a los -0,2 M€ en 2021. Esto supone una mejora de 18,6 M€. En el caso del EBITDA ajustado (excluyendo las indemnizaciones), el EBITDA de PRISA Media alcanzó los 22 M€ frente a los 15 M€ en el ejercicio anterior, lo que supone una mejora de 7 M€ (+49%). En el tercer trimestre estanco el EBITDA ajustado fue de 8 M€; un 22% más que en el mismo trimestre de 2021.

En el periodo comprendido entre enero y septiembre, el tipo de cambio tuvo un impacto positivo tanto en ingresos como en el EBITDA contable. El impacto total fue de +1,0 M€ en los ingresos y de +0,2 M€ en el EBITDA.

### Publicidad

La publicidad es la principal fuente de ingresos para PRISA Media, aportando el 75% de los ingresos. Los ingresos netos por publicidad ascendieron en el año a 210 M€ frente a los 201 M€ alcanzados en los primeros 9 meses de 2021, lo que supone un crecimiento del 5%.

En el tercer trimestre estanco, los ingresos de publicidad estuvieron ligeramente por encima de los reportados en el mismo trimestre de 2021.

A pesar de la escasa visibilidad y la incertidumbre creada por la crisis derivada de la guerra en Ucrania, la publicidad se ha mantenido en línea con las expectativas en España (a pesar de que no ha habido Eurocopa este año) y ha presentado un comportamiento extraordinario en el ámbito internacional (Colombia especialmente) 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 offline engloba la venta de periódicos en papel y la online corresponde a la venta de suscripciones digitales de EL PAÍS.

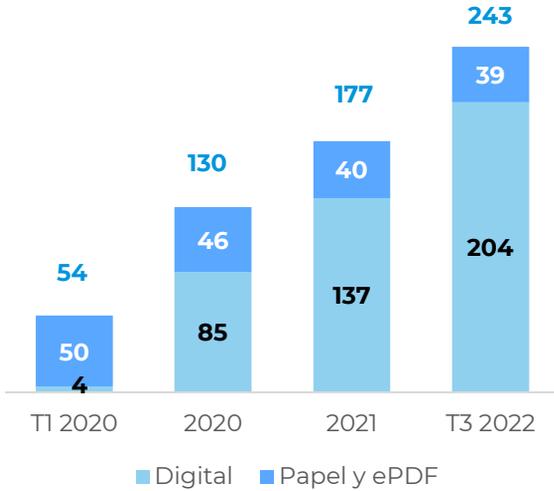
En los primeros 9 meses del año, los ingresos por circulación han alcanzado los 40 M€ frente a los 39 M€ del mismo periodo de 2021, lo que supone un crecimiento del 3% gracias al crecimiento de los ingresos de las suscripciones digitales de EL PAÍS (+37%) que compensa la caída de la venta de periódicos offline (-5%). En el tercer trimestre estanco, los ingresos por circulación ascendieron a 14 M€, un crecimiento del 2%.

EL PAÍS ha alcanzado un total de 243.490 suscriptores de los cuales 204.046 son exclusivamente digitales. En lo que llevamos de año, el modelo de suscripción acumula más de 66.730 altas netas. Los suscriptores totales marcan un crecimiento interanual del 50%, mientras que los suscriptores digitales han aumentado un 68% interanual.

## PRISA Media

Prisa Media es el Grupo de Medios y Entretenimiento más grande en habla hispana, a la vanguardia en transformación digital, con marcas líderes en España, Latinoamérica y USA.

### Evolución de suscriptores EL PAÍS En miles



El modelo de El País sigue evolucionando para ofrecer a sus suscriptores más contenidos y servicios exclusivos, de rigor y de calidad, adaptado a los múltiples formatos.

## PRISA Media – Cuenta de Resultados

Millones de euros Resultados Reportados	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>278,0</b>	263,5	<b>5,5%</b>	<b>91,8</b>	88,3	<b>3,9%</b>
Publicidad Neta	209,8	200,8	4,5%	68,2	67,8	0,6%
Circulación	40,4	39,3	2,8%	13,8	13,5	1,9%
Offline	30,1	31,8	-5,4%	9,9	10,9	-8,6%
Online	10,4	7,6	37,0%	3,9	2,7	45,0%
Otros	27,8	23,4	18,8%	9,8	7,0	40,2%
<b>Gastos de Explotación Contables</b>	<b>259,6</b>	263,6	<b>-1,5%</b>	<b>84,8</b>	87,3	<b>-2,9%</b>
Gastos Variables	49,3	41,6	18,6%	17,3	13,9	24,6%
Gastos Fijos	210,3	222,0	-5,3%	67,4	73,3	-8,1%
<b>EBITDA Contable</b>	<b>18,4</b>	-0,2	<b>---</b>	<b>7,0</b>	1,0	<b>578,0%</b>
Margen EBITDA	6,6%	-0,1%	+6,7 p.p	7,6%	1,2%	+6,5 p.p
<b>EBITDA sin indemnizaciones</b>	<b>22,1</b>	14,8	<b>48,9%</b>	<b>7,8</b>	6,4	<b>21,6%</b>
Margen EBITDA sin indemnizaciones	7,9%	5,6%	+2,3 p.p	8,5%	7,2%	+1,2 p.p
<b>EBIT Contable</b>	<b>-1,6</b>	-18,5	<b>91,6%</b>	<b>0,9</b>	-4,8	<b>---</b>
Margen EBIT	-0,6%	-7,0%	+6,4 p.p	1,0%	-5,4%	+6,4 p.p

## PRISA Media – Indicadores Financieros y digitales

	9M 2022	9M 2021	Var (%)
<b>Ingresos Digitales</b>	64,7	63,7	1,6%
<b>Ingresos No Digitales</b>	213,3	199,8	6,8%
<b>Porcentaje Ingresos Digitales</b>	23%	24%	-1 p.p
<b>Gastos sin indemnizaciones</b>	255,9	248,6	2,9%
<b>EBITDA sin indemnizaciones</b>	22,1	14,8	48,9%
<b>Navegadores Únicos promedio (M)</b>	230,0	255,9	-10,1%
<b>TLH promedio (M)</b>	79,0	66,6	18,6%
<b>Descargas Audio promedio (M)</b>	45,7	31,8	43,5%
<b>Suscriptores exclusivos digitales (K)</b>	204,0	121,1	68,5%
<b>Suscriptores totales (K)</b>	243,5	162,3	50,1%

# ESG<sup>1</sup>

El Grupo PRISA continúa con su robusto compromiso por la Sostenibilidad, contribuyendo al desarrollo de las personas y al progreso de la sociedad en los países en los que está presente.

## El Plan Director de Sostenibilidad 2022-2025 de PRISA se centra en tres compromisos claros...



## ... y 17 objetivos alineados con los presentados en el CMD, para apoyar los ODS estratégicos de PRISA

ODS transversal



**E**

- Neutralidad climática en 2035
- Refuerzo de los sistemas de gestión para evitar, mitigar y compensar impactos ambientales



**S**

- Actor clave para el progreso y la transformación de los centros educativos en Latinoamérica
- Referente en concienciación y sensibilización, con contenido y campañas especializadas en nuestras marcas sobre los grandes retos sociales y medioambientales del siglo XXI
- Garante de la integridad y la veracidad de la información
- Ejemplo de diversidad en nuestros contenidos educativos y campañas de medios
- Mejora continua en la accesibilidad de nuestros contenidos
- Agente tractor de la sostenibilidad en anunciantes y eventos
- Compromiso con la acción social
- Apuesta por la retención y el desarrollo del talento
- Incremento de la diversidad y la igualdad en nuestros equipos



**G**

- Refuerzo de la Sostenibilidad en la Gobernanza
- Excelencia en la gestión de la ética y el cumplimiento
- Protección de la privacidad y seguridad de los datos
- Integración de riesgos y oportunidades ESG en la toma de decisiones
- Incremento de la transparencia con los stakeholders a través del reporting y la comunicación
- Mejora continua de la diligencia debida en ESG en la cadena de suministro



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

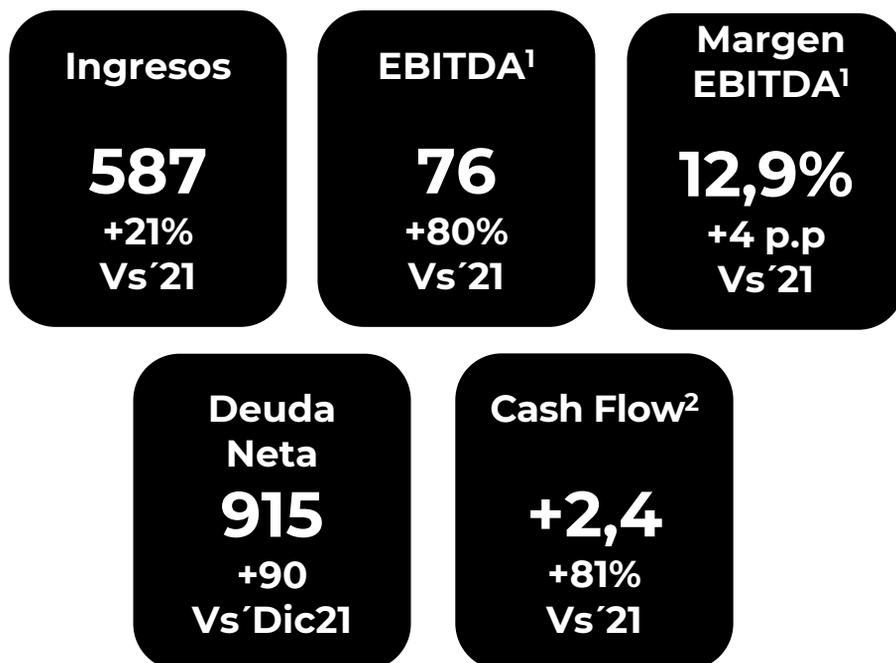
## Guidance 2022

GRUPO PRISA

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

## PRINCIPALES INDICADORES – GRUPO PRISA

### FINANCIEROS (M€)



### DIGITALES (M)



1) Excluyendo indemnizaciones  
2) Excluyendo extraordinarios

3) Suscriptores exclusivos digitales

## Anexos



1. Guidance 2025	20
2. Evolución del tipo de cambio	21
3. Desglose de ingresos y EBITDA	22

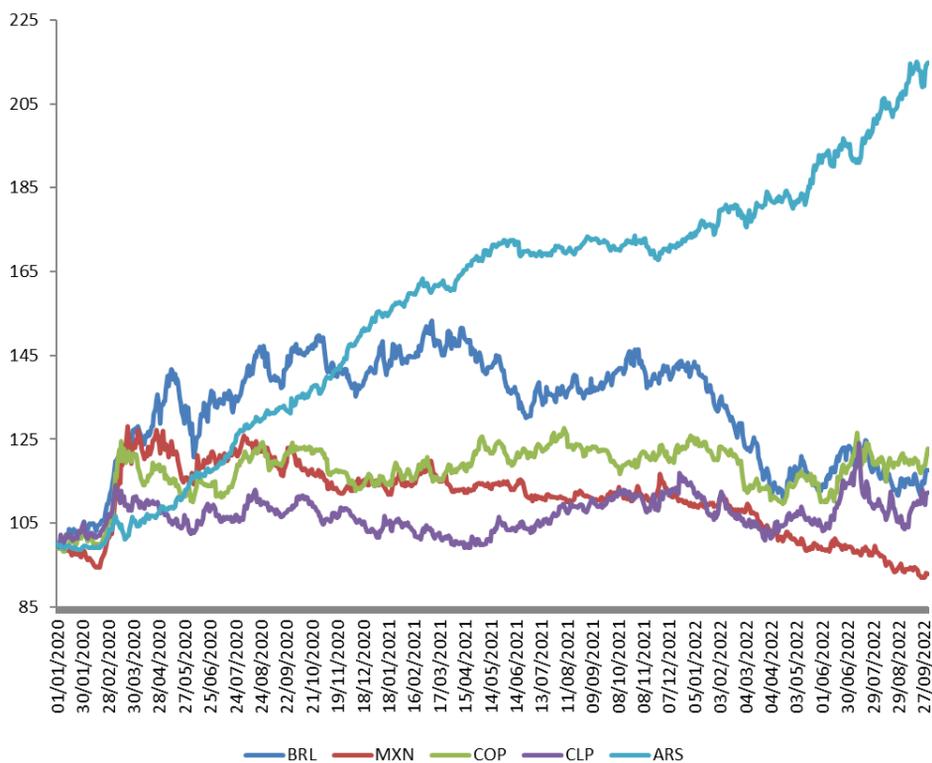
## Guidance 2025 – CAPITAL MARKETS DAY

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

\* Excluyendo el pago de intereses (Flujo de Caja libre antes del servicio de la deuda)

## Evolución del tipo de cambio

El impacto del FX sobre los ingresos y el EBITDA ha sido positivo en el periodo entre enero-septiembre de 2022. **El impacto ha sido de +29,0 M€ en ingresos y de +3,9 M€ en EBITDA.**



	BRL	MXN	COP	CLP	ARG
1Q2020	4,92	22,05	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	24,13	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
2Q2022	5,24	21,32	4175,91	899,16	125,65
3Q2022	5,28	20,37	4417,41	932,09	136,63

Fuente: Bloomberg

## Desglose de ingresos y EBITDA comparable por UU.NN.

Millones de euros	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>587,3</b>	485,7	<b>20,9%</b>	<b>199,1</b>	179,5	<b>10,9%</b>
Educación	310,1	223,3	38,9%	107,6	91,6	17,5%
Media	278,0	263,5	5,5%	91,8	88,3	3,9%
Radio	167,3	146,7	14,0%	55,7	50,1	11,2%
Prensa	106,4	116,2	-8,5%	34,1	37,7	-9,4%
Otros	-0,8	-1,0	22,3%	-0,2	-0,4	34,8%
<b>EBITDA contable</b>	<b>69,1</b>	18,0	<b>284,9%</b>	<b>24,4</b>	15,2	<b>60,2%</b>
Educación	55,6	31,0	79,6%	18,9	18,0	5,0%
Media	18,4	-0,2	---	7,0	1,0	578,0%
Radio	20,8	1,3	---	7,2	3,3	120,8%
Prensa	-4,5	-1,7	-164,4%	-2,1	-2,5	17,4%
Otros	-4,9	-12,8	62,0%	-1,6	-3,8	59,5%
<b>EBITDA sin indemnizaciones</b>	<b>75,9</b>	42,1	<b>80,3%</b>	<b>26,2</b>	24,1	<b>8,7%</b>
Educación	58,6	34,6	69,5%	20,0	19,6	2,2%
Media	22,1	14,8	48,9%	7,8	6,4	21,6%
Radio	23,2	10,8	116,1%	7,9	5,6	40,4%
Prensa	-4,0	3,2	---	-2,0	-0,1	---
Otros	-4,8	-7,3	34,4%	-1,6	-1,8	15,7%

Millones de euros	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
<b>Ingresos de Explotación a tipo constante</b>	<b>558,3</b>	485,7	<b>14,9%</b>	<b>183,6</b>	179,5	<b>2,3%</b>
Educación	282,2	223,3	26,4%	92,5	91,6	1,0%
Media	277,0	263,5	5,1%	91,3	88,3	3,4%
Radio	166,7	146,7	13,6%	55,6	50,1	10,8%
Prensa	106,2	116,2	-8,7%	34,0	37,7	-9,7%
Otros	-0,8	-1,0	22,3%	-0,2	-0,4	34,8%
<b>EBITDA contable a tipo constante</b>	<b>65,3</b>	18,0	<b>263,3%</b>	<b>19,7</b>	15,2	<b>29,2%</b>
Educación	51,9	31,0	67,7%	14,4	18,0	-20,4%
Media	18,2	-0,2	---	6,9	1,0	564,4%
Radio	20,8	1,3	---	7,2	3,3	119,9%
Prensa	-4,6	-1,7	-171,2%	-2,1	-2,5	14,5%
Otros	-4,9	-12,8	62,0%	-1,6	-3,8	59,5%
<b>EBITDA sin indemnizaciones a tipo constante</b>	<b>71,6</b>	42,1	<b>70,3%</b>	<b>21,4</b>	24,1	<b>-11,3%</b>
Educación	54,6	34,6	57,9%	15,3	19,6	-21,7%
Media	21,9	14,8	47,4%	7,6	6,4	19,4%
Radio	23,2	10,8	115,4%	7,8	5,6	39,9%
Prensa	-4,1	3,2	---	-2,1	-0,1	---
Otros	-4,8	-7,3	34,4%	-1,6	-1,8	15,7%

## Calendario Financiero

### 8-10 de noviembre 2022: JB Capital Iberian Conference

*Más información disponible en la web del evento.*

### 23 de noviembre 2022: Foro LATIBEX 2022

*Más información disponible en la web del evento.*

### 11 y 12 enero 2023: Spain Investors Day

*Más información disponible en la web del evento.*

### 1 y 2 de Febrero 2023: XXIX Santander Iberian Conference

*Más información disponible en la web del evento.*

### Febrero 2023: Presentación de resultados 2022

*Más información disponible cuando se acerque la fecha del evento.*



**Relación con Inversores**

+34 91 330 1085

ir@prisa.com

www.prisa.com