# Resultados 3T2020

# PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.

**28 de Octubre de 2020**

# ÍNDICE


| | |
|---|---|
| Visión Global | 3 |
| Impacto Covid-19 | 5 |
| Educación | 6 |
| Radio | 12 |
| Noticias | 15 |
| Total Grupo | 18 |
| Anexo | 24 |

# VISIÓN GLOBAL

## PRISA impulsa su hoja de ruta estratégica, refuerza su flexibilidad y solidez financiera y acelera la transformación digital de los negocios con los modelos de suscripción

- **PRISA refinancia su deuda hasta 2025 y acuerda la venta de Santillana España por un EV de 465 millones de euros.**
- **El acuerdo de refinanciación reduce la deuda neta del Grupo en más de un 30% e incrementa su liquidez. La compañía contará con más de 275 millones de euros para hacer frente a sus necesidades de liquidez y al desarrollo de los planes estratégicos de sus negocios.**
- **Estos acuerdos dotan a PRISA de una notable flexibilidad para acelerar la hoja estratégica del grupo centrada en los modelos de suscripción Ed-Tech en LatAm y en el desarrollo digital y modelos de suscripción de sus negocios de media.**
- **PRISA fija el marco para una futura separación de los negocios de Educación y Media.**

**Efecto Perímetro:** Los resultados de los 9 meses de 2020**, incluyen Media Capital como operación en discontinuidad.** La compañía ha acordado la venta del 64,47% que le restaba de Media Capital a un grupo de inversores portugueses por un importe de 36,9 millones de euros**.** La operación ha obtenido las aprobaciones necesarias de los acreedores y espera materializarse antes de final de año**. Santillana España permanece en el perímetro de los resultados de los primeros 9 meses** del año. Tras la operación anunciada de venta, pasará a contabilizarse en discontinuidad desde Octubre de 2020 con efectos retroactivos a Enero 2020.

- **En el período Enero-Septiembre, el Covid-19 ha tenido en el grupo un impacto negativo estimado en ingresos de -166 millones de euros y en EBITDA de -119,4 millones de euros**
- **El negocio de Educación muestra resiliencia manteniendo los márgenes en un difícil entorno de Covid-19, donde los colegios de la mayor parte de los países en los que Santillana está presente siguen sin abrir la asistencia presencial. Los ingresos caen en moneda local un 6,5% (-14,9% en euros), representando los ingresos digitales un 26% del total y un 53% del total de las ventas privadas en LatAm.** El número de alumnos de modelos de suscripción crece un 20% en los primeros nueve meses del año hasta alcanzar 1.726.000 alumnos. El buen comportamiento de los modelos de suscripción y de la venta pública, principalmente en Brasil, compensa parcialmente el peor desempeño del negocio didáctico en LatAm, afectado por la pandemia, y España, donde el 2020 es un año sin novedades significativas. Destaca en el período el mantenimiento de márgenes a pesar de la caída de ingresos y el desempeño de Brasil, que incrementa su EBITDA en más de 4x hasta alcanzar los 23,6 millones de euros, por las ventas del PNLD19 que se registraron en el 1T de 2020 y por el registro en el 3T de 2020 de las ventas de reposición, que el año pasado se registraron en el 4T.
- **Los negocios de Media se han visto especialmente afectados por la crisis del Covid-19, mostrando caídas de ingresos en el período del -37,6% en radio (1T -21,1%; 2T -54,3%; 3T -33,7%) y -25,8% en noticias (1T -15%; 2T -38,9%; 3T -21,7%) debido a la caída del** mercado publicitario y de la venta de ejemplares. Ambos negocios reducen sus costes.
  - **La Radio progresa en su estrategia de creación de nuevos contenidos de audio digital, la distribución multicanal y la innovación de producto,** que está teniendo su reflejo en el crecimiento del consumo de horas de streaming y descargas de podcast, que han alcanzado en el mes de Septiembre la cifra de 61,2 millones (+12%) y 25,4 millones (+63%) respectivamente.
  - **Noticias acelera la transformación de su modelo digital con el lanzamiento a principios de mayo del modelo de pago por suscripción digital de EL PAÍS. Suma ya 117.421 suscriptores de los cuales 71.021 son exclusivos digitales con un ARPU cercano a 9€.** El modelo de pago está demostrando ser un modelo que funciona económicamente y con gran potencial de desarrollo a futuro. Con ello se pone foco en el crecimiento de los ingresos de suscripción que permitirán consolidar el negocio digital desarrollado en los últimos años, haciéndolo más robusto y escalable. **El 41% de los ingresos de Noticias son ya digitales**.

# VISIÓN GLOBAL

- **Cumplimiento del plan de contingencia de 40 millones de euros puesto en marcha en todas las unidades de negocio para minorar los efectos negativos del Covid-19.** A septiembre, se ha ejecutado mas de un 80% del plan previsto.

- **El tipo de cambio ha tenido un efecto negativo en ingresos de -44,0 millones de euros y en EBITDA de -5,4 millones de euros** principalmente por las devaluaciones en México, Argentina y Brasil.

- **Resultado neto afectado principalmente por deterioros procedentes de la venta de Media Capital que suman un importe de 77 millones de euros, por el deterioro de la totalidad de los créditos fiscales pendientes en España que ascienden a 64,5 millones de euros** y por deterioros de activos de la radio en México y Chile por importe de 21,9 millones de euros.

- **La deuda neta bancaria al final del período se sitúa en 1.107 millones de euros frente a 1.061 a diciembre de 2019, lo que supone un ratio de Deuda neta /EBITDA de 7,8x. El ratio de endeudamiento proforma de las operaciones anunciadas se sitúa en 6.7x**

# IMPACTOS DEL COVID-19 EN LOS RESULTADOS DE LOS 9M 2020

- **Covid-19 está teniendo un impacto sin precedentes en la economía y la sociedad, perjudicando las industrias y las empresas de todo el mundo**. El virus esta afectando significativamente a los países en los que Grupo PRISA está presente.

- **En el Grupo PRISA, los medios de comunicación son los que más están sufriendo, mientras que el negocio de la educación está, en este momento, demostrando ser más resistente, a pesar de que las campañas se han visto afectadas por las dificultades de un entorno donde los colegios de la mayor parte de países donde Santillana está presente, aún no han comenzado la actividad presencial.**

- **Desde que se inició la crisis, PRISA, como grupo empresarial centrado en dos sectores tan esenciales como la educación y los medios de comunicación, ha dado la máxima prioridad a la continuidad de sus actividades, adoptando las medidas necesarias para proteger la salud y la seguridad de sus empleados, proveedores y clientes. Al mismo tiempo ha reafirmado su compromiso social ofreciendo el acceso a información amplia y rigurosa, entretenimiento de calidad y servicios educativos online en apoyo a las familias y colegios de España y Latinoamérica.**

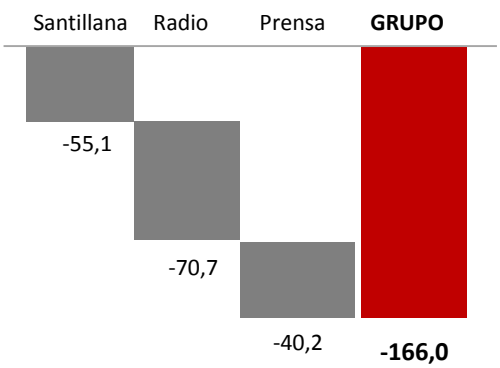
- **En el período Enero-Septiembre, el Covid-19 ha tenido en el grupo un impacto negativo estimado en ingresos de -166 millones de euros y en EBITDA de -119,4 millones de euros.**

- **La Compañía ha puesto en marcha un plan de contingencia de 40 millones de euros (durante el período Marzo-Diciembre) para minorar los impactos negativos derivados del Covid-19 que incluyen reducciones de costes en todas las partidas y que se está cumpliendo rigurosamente.** La compañía ha cerrado, con amplio respaldo por parte de los empleados, los acuerdos de reducción salarial de plantilla**. A septiembre se ha ejecutado mas de un 80% del plan previsto y se prevé de aquí a final de año, que el plan de ahorro supere los 40 millones comprometidos.**

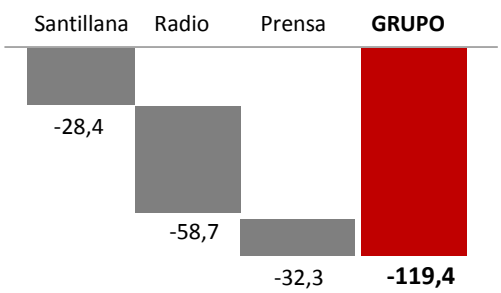
- **Las consecuencias para las operaciones del Grupo a futuro continúan siendo inciertas y van a depender en gran medida de la evolución y extensión de la pandemia en los próximos meses, así como de la capacidad de reacción y adaptación de todos los agentes económicos impactados.**

- **En la comunicación de resultados del 1T de 2020 y dada la incertidumbre existente a esa fecha, la compañía invalidó el Outlook de 2020 comunicado a mercado a finales de febrero.** Aún no es posible estimar impactos, siendo prematuro realizar una valoración detallada o cuantificación de los posibles impactos que tendrá el Covid-19 sobre el Grupo en los próximos meses, debido a la incertidumbre sobre sus consecuencias, a corto, medio y largo plazo, y especialmente en lo referente al riesgo de variación de determinadas magnitudes financieras y al riesgo de valoración de los activos y pasivos del balance. **Para el 4T, se espera que la publicidad en Media continúe con caídas similares a mercado y que Educación se vea afectado por la evolución del tipo de cambio, por la ausencia de novedades en la compra pública de Ensino Medio en Brasil y por el inicio de la campaña sur que podría verse influida por la falta de apertura presencial de los colegios.**

## IMPACTO ESTIMADO EN INGRESOS 9M20




## IMPACTO ESTIMADO EN EBITDA 9M20



# EDUCACIÓN

## Descripción del negocio y posicionamiento

**Efecto perímetro:** Con fecha 19 de Octubre de 2020, la compañía ha acordado la venta del negocio de Santillana España a Sanoma por un EV de 465 millones de euros. Las cifras a septiembre recogen en el perímetro el negocio de Santillana España. A partir de Octubre de 2020 y con efectos retroactivos a Enero 2020, el negocio de Santillana España se contabilizará como operación en discontinuidad.

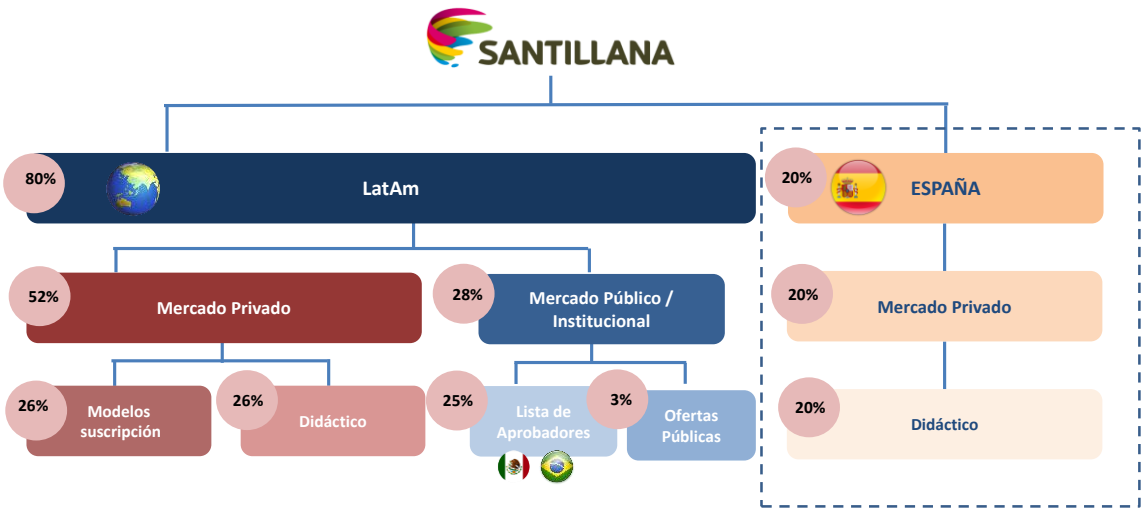
**La venta del negocio de Santillana España, permite a Santillana centrar sus esfuerzos en el impulso de los modelos de suscripción en Latinoamérica, donde tiene una propuesta de valor única, siendo la única plataforma Pan-Latam que está liderando la expansión de los modelos de suscripción fuera de Brasil. Con 1.726.000 alumnos en modelos de suscripción, tiene la ventaja competitiva de ser el único operador global en todos los mercados. Santillana está centrada en el mercado educativo de K-12, que es el más grande en tamaño, más atractivo y más resistente por su naturaleza de educación obligatoria.**

Dentro del mercado de K-12, Santillana, una vez vendido el negocio de Santillana España, desarrolla sus actividades en 2 áreas con dinámicas de mercado distintas:

**A** Mercado Privado de LatAm: 52%* del total del las ventas de Santillana (65% proforma venta de Santillana España). Enfocado en la transformación a modelos de suscripción.

**B** Mercado Público / Institucional en LatAm: 28%* del total de las ventas de Santillana (35% proforma venta de Santillana España). Con programas asentados en Brasil y México y crecimiento de cuotas.

**Distribución geográfica de las ventas**
**LTM Septiembre 2020**




Perímetro objeto de la transacción anunciada

***Liderazgo en el K-12, con especial foco en modelos de suscripción y con oportunidad de transformar los alumnos de modelo didáctico en modelos de suscripción***

* Datos correspondientes a LTM Septiembre 2020.

# EDUCACIÓN

## Descripción del negocio y posicionamiento

### A Mercado privado LatAm K-12

Santillana genera un 52%* de sus ingresos en el mercado privado de LatAm ( 65% proforma venta Santillana España)

En el mercado privado de América Latina dentro del K-12, existen 18 millones de alumnos de los cuales aproximadamente 11,4 millones estudian bajo metodología didáctica y 6,6 millones bajo modelos de suscripción.

**Se está produciendo una gran transformación en el desarrollo educativo de todos los países de Latinoamérica donde la educación está evolucionando desde un modelo de venta de libros didáctico/tradicional a un modelo de venta de contenidos y servicios mediante el uso creciente de la tecnología (modelos de suscripción). Este modelo aporta tanto una mejora de negocio para colegios y empresas como una mejora pedagógica para los alumnos.**

El reparto del mercado privado de LatAm a día de hoy entre didáctico y modelos de suscripción y el posicionamiento de Santillana a nivel global se muestra a continuación:

**Liderazgo en LatAm…**

| | | Addressable Market | Alumnos Santillana (% Market Share) |
|---|---|---|---|
| Estudiantes privados | Didáctico | ~11,4m (1) | ~5.3m (1) (~30%) |
| | Modelos Suscripcion | ~6,6m | ~1.7m(2) (~26%) |
| # Colegios | | 120,000 | 16,800 (~14%) |

**Datos relevantes por País (Estudiantes)**

| | | Addressable Market | Santillana | Market Share % | |
|---|---|---|---|---|---|
| Brazil (~8.0m Students) | Didactico | ~3.3m | ~1.3m | 22% | 2 |
| | Subscripción | ~4.7m | ~0.6m | 12,6% | 3 |
| Mexico (~3.2m Students) | Didactico | ~2.7m | ~0.7m | 15% | 1 |
| | Subscripción | ~0.5m | ~0.2m | 49% | |
| Colombia (~1.8m Students) | Didactico | ~1.2m | ~0.8m | 37% | |
| | Subscripción | ~0.6m | ~0.5m | 80% | |

**…Impulsado por presencia en todos los países**

1. *Alumnos usuarios de libros Santillana . Desde 1 materia hasta el curriculum completo.Alumnos no exclusivos de Santillana*
2. *Alumnos exclusivos de Santillana*

**Santillana es el único operador Pan-LatAm de educación presente en todos los países de Latinoamérica, con una posición de liderazgo indiscutible en la mayoría de ellos. Es el único operador Pan-LatAm que ha desarrollado los modelos de suscripción fuera de Brasil.**

**Santillana desarrolla un papel clave en el proceso de transformación tecnológica en el sistema educativo de los países en los que está presente,** mediante la implantación y desarrollo de la tecnología en el sistema de aprendizaje educativo en su grado pertinente a través de la implantación de modelos de suscripción digital. Ha creado una plataforma tecnológica escalable a cualquier usuario en cualquier región. Su oferta incluye un servicio integral dirigido a centros escolares, docentes y alumnos, que incorpora la tecnología, la formación y el asesoramiento. Los modelos de suscripción (UNO, Compartir, Farias Brito, Educa y sistemas de inglés) representan un 26%* de los ingresos totales de Santillana y un 50%* del total de los ingresos de enseñanza privada en LatAm. **Santillana está presente con los modelos de suscripción en 15 países de Latinoamérica.**

**Santillana**, a día de hoy, **tiene todo su foco en la transformación y en el crecimiento de los modelos de suscripción. Su liderazgo indiscutible en el negocio didáctico en la mayor parte de países de América Latina y sus logros en el posicionamiento en modelos de suscripción le confieren una posición privilegiada para acelerar exitosamente esta transformación.**

* Datos correspondientes a LTM Septiembre 2020.

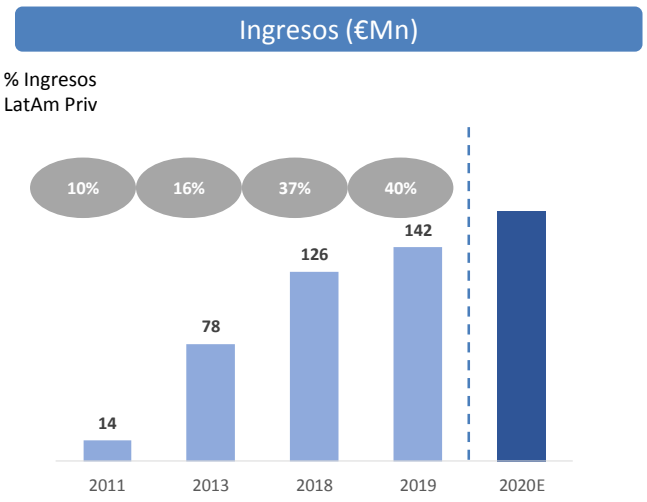
# EDUCACIÓN

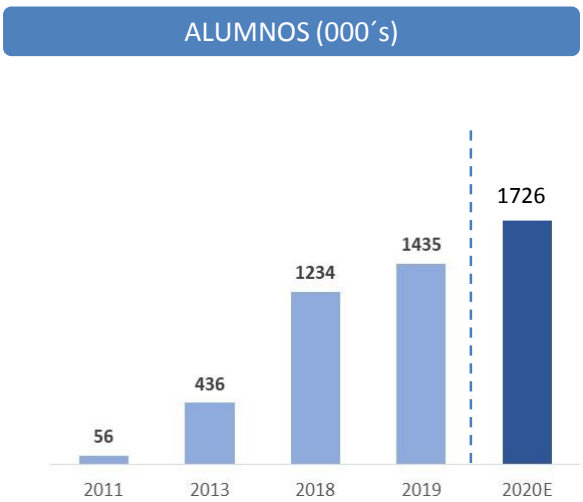
## Descripción del negocio y posicionamiento

### MODELOS DE SUSCRIPCIÓN

El modelo de negocio de suscripción ofrece 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 cercana al 90%, con un margen EBITDA aproximado del 30%.**

La evolución de los modelos de suscripción de Santillana desde su lanzamiento ha sido la siguiente:




### MODELOS DE SUSCRIPCIÓN EN EL ENTORNO COVID-19

Los modelos de suscripción de Santillana han demostrado durante esta situación de pandemia y crisis económica que estamos viviendo por el Covid-19, una mayor resiliencia. Su propuesta pedagógica integral ha salido más reforzada al adaptarse mucho mejor a una educación online, con una oferta blended compuesta de contenidos impresos y digitales y una amplia propuesta de servicios que hemos podido ofrecer a los colegios de forma ininterrumpida, a través de nuestras plataformas tecnológicas.

**Santillana ha conseguido en los primeros nueve meses de 2020 un crecimiento en alumnos del 20% hasta alcanzar el 1.726.000 alumnos.** En este entorno de crisis que estamos viviendo, se ha producido, desde abril, una caída de matrícula en los colegios vinculados con nuestros modelos de suscripción de campaña sur de un 4% y de campaña norte de un 10%, con especial énfasis en la educación infantil. Esta caída ya esta recogida en la cifra de 1.726.000 alumnos.

**En Brasil, Santillana ha sido la compañía que más ha crecido en alumnos en 2020 comparado con los principales competidores, pasando de 427.000 alumnos en 2019 a 591.000 en 2020 (+39%).**

En el contexto de las circunstancias excepcionales provocadas por el Covid-19, con el cierre temporal de los colegios, Santillana ha garantizado a sus clientes la actividad escolar con total normalidad, a través de sus plataformas y recursos digitales. Las interacciones en sus sistemas educativos se han incrementado más de un 482%.

El Covid-19 está produciendo un cambio fundamental en la educación, acelerando la transformación digital tanto de alumnos como de profesores.

# EDUCACIÓN

## Descripción del negocio y posicionamiento

### B Mercado público/Institucional LatAm K-12

Santillana participa en el mercado público de LatAm a través de licitaciones de distintos gobiernos, donde Brasil y México son los países mas relevantes. El conjunto de los ingresos procedentes de ventas públicas representan un 28%* del total de las ventas de Santillana ( 35% proforma venta de Santillana España)

En Brasil, que es el país más relevante, el Gobierno compra a través del programa PNLD** y sigue un calendario de compras de los distintos ciclos de Fundamental I, Fundamental II y Ensino medio con sistemas de novedades y renovaciones cada 3 o 4 años.

**Santillana ha conseguido en los últimos años incrementar significativamente su cuota en los pedidos de gobierno de Brasil gracias al esfuerzo comercial y a su oferta de producto. En 2019, la cuota alcanzada en FII se situó en el 32,5%, liderando el programa y duplicando su cuota respecto al ciclo anterior.**

Las dinámicas de compra del gobierno, especialmente en Brasil, suelen generar variaciones tanto temporales como de volumen entre los diversos años del ciclo educativo. A pesar de ello, es un negocio muy rentable y con perspectivas de crecimiento con la inflación a largo plazo.

**Para 2020, no se prevén novedades y se esperan reposiciones de FI, FII y Ensino Medio. Para 2021, se esperan novedades de Ensino Medio de libros interdisciplinares y de libros de asignatura además de reposiciones de FI y FII.**

**A septiembre de 2020, ya se han registrado las ventas de reposiciones de FII y de Ensino Medio cuyos importes están en línea con lo previsto. Quedan pendientes las reposiciones de FI, cuyo importe también está en línea con lo previsto, y cuyo registro se producirá según sean recogidos los libros por el gobierno pudiendo oscilar entre el 4T de 2020 y el 1T 2021. (La cantidad total asciende a 123 millones de reales).**

* Datos correspondientes a LTM Septiembre 2020.

* * PNLD se refiere a Programa Nacional de Libro Didáctico en Brasil

# EDUCACIÓN

## Principales titulares 9M 2020

- **En el contexto macro actual y ante las dificultades afrontadas en la mayor parte de los colegios que aún no han abierto la asistencia presencial por el Covid-19, las ventas de educación muestran resiliencia con una caída en el período de un 6,5% en moneda local (-14,9% en euros). El buen comportamiento de los modelos de suscripción y de la ventas públicas especialmente en Brasil compensa parcialmente la caída experimentada en el negocio didáctico. Los ingresos digitales representan en el período un 26% del total y un 50% del total de los ingresos privados en LatAm.**

  - **Los modelos de suscripción crecen en ingresos un 15% en moneda local (1% en euros) hasta alcanzar los 103 millones de euros con un aumento en alumnos del 20% hasta superar 1.726.000.** La plataforma tecnológica de Santillana ha registrado incrementos exponenciales de conectividad y uso de contenidos desde el inicio de la pandemia garantizando a sus clientes la actividad escolar con total normalidad. Durante este período, Santillana ha abierto sus plataformas tecnológicas a todos sus alumnos en España y Latinoamérica con la finalidad de ayudar y apoyar en la continuidad del proceso educativo.

  - **Las ventas del negocio didáctico en LatAm muestran una caída del 35% en moneda local (41% en euros) explicada por i) las ventas de algunos países del área Sur (principalmente Argentina, Chile, Ecuador y Perú) que se han visto afectadas por el cierre de la cadena de distribución antes de estar finalizadas las campañas, ii) las ventas de algunos países del área Norte (principalmente México, Republica Dominicana y Puerto Rico) donde la campaña ha sufrido por las dificultades del entorno macroeconómico y el no inicio presencial de las clases y iii) el trasvase de alumnos a modelos de suscripción.**

  - **Las ventas públicas alcanzan los 68,3 millones de euros, con un crecimiento del 44% (75% en moneda local) explicado principalmente por las ventas pendientes del PNLD de Brasil de 2019 que se registraron en el 1T de 2020 y por el anticipo de las ventas de reposición que se han registrado en el 3T mientras que el año pasado se registraron en el 4T.**

  - **España muestra caída de ingresos por ser 2020 un año sin novedades significativas en línea con lo esperado.**

- **El EBITDA alcanza 110,1 millones de euros frente a 129,2 millones de euros en el mismo periodo de 2019. Caída en moneda local del 9,4% (-14,8% en euros).**

- **Mantenimiento de márgenes gracias a los ahorros llevados a cabo principalmente en gastos de personal y en servicios exteriores.**

- **Impacto cambiario negativo en ingresos de -38,8 millones de euros y de -7,0 millones de euros en EBITDA por la devaluación de monedas principalmente en Argentina, Brasil y México.**

- **El impacto del Covid-19 en los resultados de los primeros nueve meses de Santillana ha supuesto un impacto negativo estimado en ingresos de -55,1 millones de euros y en EBITDA de -28,4 millones de euros.**

- **Para el 4T del año, quedan pendientes las devoluciones de las campañas del área Norte (México principalmente), el inicio de la campaña Sur y el registro de las ventas públicas de Brasil de reposición de FI cuyo importe final a registrar en 2020 (123 millones de reales) dependerá de la recogida de libros por parte del gobierno pudiendo ocurrir entre el 4T de 2020 y el 1T de 2021 y de la evolución del tipo de cambio.**

# EDUCACIÓN

## Desglose de ingresos

| Millones de € | ENERO - SEPTIEMBRE 2020 | ENERO - SEPTIEMBRE 2019 | ENERO - SEPTIEMBRE Var.% | JULIO - SEPTIEMBRE 2020 | JULIO - SEPTIEMBRE 2019 | JULIO - SEPTIEMBRE Var.% |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Ingresos de Explotación: detalle** | | | | | | |
| **Venta de educacion** | **389,1** | **457,3** | **(14,9)** | **146,3** | **204,0** | **(28,3)** |
| Privado Latam | 195,5 | 258,8 | (24,5) | 41,3 | 69,4 | (40,5) |
| Didactico | 92,3 | 156,7 | (41,1) | 15,4 | 38,4 | (59,8) |
| Sistemas | 103,2 | 102,0 | 1,1 | 25,8 | 31,0 | (16,7) |
| Institucional | 68,3 | 47,4 | 44,1 | 20,4 | 28,8 | (29,2) |
| España* | 125,2 | 151,1 | (17,1) | 84,7 | 105,8 | (20,0) |
| **Otros ingresos** | **3,3** | **3,8** | **(14,7)** | **1,5** | **1,1** | **28,9** |
| **Ingresos de Explotación** | **392,3** | **461,1** | **(14,9)** | **147,8** | **205,2** | **(28,0)** |
| **Ingresos de Explotación a tipo constante: detalle** | | | | | | |
| **Venta de educacion** | **427,7** | **457,3** | **(6,5)** | **160,0** | **204,0** | **(21,6)** |
| Privado Latam | 219,3 | 258,8 | (15,3) | 45,7 | 69,4 | (34,1) |
| Didactico | 101,9 | 156,7 | (35,0) | (4,2) | 38,4 | --- |
| Sistemas | 117,3 | 102,0 | 15,0 | 50,0 | 31,0 | 61,2 |
| Institucional | 83,2 | 47,4 | 75,4 | 29,5 | 28,8 | 2,6 |
| España* | 125,2 | 151,1 | (17,1) | 84,7 | 105,8 | (20,0) |
| **Otros ingresos** | **3,5** | **3,8** | **(8,3)** | **1,5** | **1,1** | **32,8** |
| **Ingresos de Explotación** | **431,2** | **461,1** | **(6,5)** | **161,5** | **205,2** | **(21,3)** |

## Cuenta de resultados

| Millones de € | ENERO - SEPTIEMBRE 2020 | ENERO - SEPTIEMBRE 2019 | ENERO - SEPTIEMBRE Var.% | JULIO - SEPTIEMBRE 2020 | JULIO - SEPTIEMBRE 2019 | JULIO - SEPTIEMBRE Var.% |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Resultados Reportados** | | | | | | |
| **Ingresos de Explotación** | **392,3** | **461,1** | **(14,9)** | **147,8** | **205,2** | **(28,0)** |
| Negocio España | 121,5 | 147,9 | (17,9) | 81,7 | 102,6 | (20,3) |
| Negocio Internacional | 269,4 | 311,6 | (13,5) | 65,4 | 102,2 | (36,0) |
| Tecnología Educativa global y Centro Corpor. | 1,4 | 1,6 | (8,1) | 0,7 | 0,3 | 109,5 |
| **Gastos de Explotación** | **282,3** | **331,9** | **(15,0)** | **92,3** | **137,8** | **(33,1)** |
| Negocio España | 63,8 | 77,9 | (18,1) | 35,4 | 46,3 | (23,6) |
| Negocio Internacional | 201,5 | 236,3 | (14,7) | 51,2 | 85,7 | (40,2) |
| Tecnología Educativa global y Centro Corpor. | 16,9 | 17,7 | (4,8) | 5,6 | 5,7 | (2,0) |
| **EBITDA** | **110,1** | **129,2** | **(14,8)** | **55,5** | **67,4** | **(17,5)** |
| Negocio España | 57,6 | 70,0 | (17,7) | 46,3 | 56,3 | (17,7) |
| Negocio Internacional | 67,9 | 75,3 | (9,9) | 14,2 | 16,5 | (14,2) |
| Tecnología Educativa global y Centro Corpor. | (15,4) | (16,2) | 4,4 | (4,9) | (5,4) | 8,7 |
| *Margen EBITDA* | *28,1%* | *28,0%* | | *37,6%* | *32,8%* | |
| **EBIT** | **71,0** | **86,4** | **(17,8)** | **40,6** | **51,9** | **(21,7)** |
| Negocio España | 49,0 | 61,1 | (19,7) | 39,7 | 49,5 | (19,7) |
| Negocio Internacional | 40,9 | 45,4 | (10,1) | 7,7 | 9,6 | (19,9) |
| Tecnología Educativa global y Centro Corpor. | (18,8) | (20,1) | 6,4 | (6,9) | (7,3) | 6,2 |
| *Margen EBIT* | *18,1%* | *18,7%* | | *27,5%* | *25,3%* | |
| **Resultados a tipo constante** | | | | | | |
| **Ingresos de Explotación a tipo constante** | **431,2** | **461,1** | **(6,5)** | **161,5** | **205,2** | **(21,3)** |
| Negocio España | 121,5 | 147,9 | (17,9) | 81,7 | 102,6 | (20,3) |
| Negocio Internacional | 308,3 | 311,6 | (1,1) | 79,1 | 102,2 | (22,7) |
| Tecnología Educativa global y Centro Corpor. | 1,4 | 1,6 | | 0,7 | 0,3 | 109,5 |
| **EBITDA a tipo constante** | **117,1** | **129,2** | **(9,4)** | **57,0** | **67,4** | **(15,4)** |
| Negocio España | 57,6 | 70,0 | (17,7) | 46,3 | 56,3 | (17,7) |
| Negocio Internacional | 74,9 | 75,3 | (0,6) | 15,6 | 16,5 | (5,5) |
| Tecnología Educativa global y Centro Corpor. | (15,4) | (16,2) | | (4,9) | (5,4) | 8,7 |
| *Margen EBITDA* | *27,2%* | *28,0%* | | *35,3%* | *32,8%* | |
| **EBIT a tipo constante** | **73,7** | **86,4** | **(14,7)** | **40,6** | **51,9** | **(21,7)** |
| Negocio España | 49,0 | 61,1 | (19,7) | 39,7 | 49,5 | (19,7) |
| Negocio Internacional | 43,5 | 45,4 | (4,3) | 7,7 | 9,6 | (20,2) |
| Tecnología Educativa global y Centro Corpor. | (18,8) | (20,1) | | (6,9) | (7,3) | 6,2 |
| *Margen EBIT* | *17,1%* | *18,7%* | | *25,1%* | *25,3%* | |

* La cifra de España incluye €5,2n en 2020 y €4,6 Mn en 2019 correspondientes a Portugal y otros

# RADIO

## Descripción del negocio y posicionamiento

PRISA Radio es el mayor grupo radiofónico en español. A Septiembre de 2020, cuenta con presencia en 10 países, más de 21 millones de oyentes, 61,2 millones de consumo mensual de horas de streaming, 25,4 millones de descargas mensuales de Podcast (incluyendo Pódium Podcast) y con un excelente posicionamiento en los principales mercados radiofónicos de habla hispana. PRISA Radio es líder absoluto en España, Colombia y Chile.

**En España,** destaca la fortaleza competitiva de la Radio a través de sus marcas (Cadena Ser, Los40, Cadena Dial, Los40classic y Radiolé). Según el último informe de EGM, **Cadena SER mantiene el liderazgo absoluto en el mercado con 4.113 miles de oyentes** (cuota de mercado del 34% de la radio generalista en España)**. Los40 ocupa la segunda posición en España después de SER y mantiene el primer puesto en el mercado de Radio musical, con una cuota de audiencia que alcanzan el 22%.**

**En Chile y Colombia, las compañías del grupo son líderes con cuotas de audiencia del 42% y 26% respectivamente. En México (que consolida por puesta en equivalencia), alcanza por primera vez la primera posición en ciudad de México con una cuota de audiencia del 18%.**

**Posicionamiento del mercado de radio por región**

**España** (Ingresos / EBITDA 9M20): €91,7m / €-1,5m)

73%

| Marca | Genero | Posición Mercado | Cuota Audiencia 2020 |
|---|---|---|---|
| CADENA SER | Talk | #1 | 34% |
| Los40 | Music | #1 | 22% |
| dial | Music | #2 | 15% |

Las cifras de España incluyen Headquarters

**Internacional** (Ingresos / EBITDA 9M20): €33,6m / €-5,0m)

27%

| País | Posición Mercado | Cuota Audiencia 2020 |
|---|---|---|
| | #1 | 26% |
| | #1 | 42% |
| | #1 | 18%* |

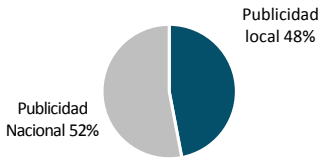
% *Del total ingresos 9M20*

* Liderazgo en audiencia en Ciudad de México, mercado mas relevante

**Portfolio de negocio diversificado por geografía y naturaleza**

**Desglose de ingresos publicitarios**

**9M2020**



# RADIO

## Descripción del negocio y posicionamiento

**POSICIONAMIENTO DIGITAL**

**PRISA 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.**

**Los avances en su estrategia de creación de nuevos contenidos de audio digital, la distribución multicanal y la innovación de producto están teniendo su reflejo en el crecimiento del consumo de horas de streaming y descargas de podcast que han alcanzado en el mes de septiembre la cifra de 61,2 millones y 23,8 millones respectivamente. Adicionalmente, Podium Podcast, la plataforma líder con catálogo sonoro único en España y LatAm, ha alcanzado la cifra de 1,6 millones de descargas.**

| Millones | ENERO - SEPTIEMBRE | | | SEPTIEMBRE | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2020 | 2019 | Var.% | 2020 | 2019 | Var.% |
| | TLH | | | TLH | | |
| España | 27,4 | 23,3 | 18% | 28,4 | 24,7 | 15% |
| Internacional | 31,0 | 30,7 | 1% | 32,8 | 30,1 | 9% |
| **TOTAL** | **58,3** | **54,0** | **8%** | **61,2** | **54,8** | **12%** |
| | DESCARGAS PODCASTS | | | DESCARGAS PODCASTS | | |
| España | 15,7 | 7,8 | 102% | 17,4 | 8,9 | 96% |
| Internacional | 5,7 | 5,3 | 8% | 6,4 | 5,5 | 15% |
| **TOTAL** | **21,4** | **13,1** | **64%** | **23,8** | **14,4** | **65%** |
| | PODIUM PODCAST | | | PODIUM PODCAST | | |
| **TOTAL** | **1,5** | **1,1** | **35%** | **1,6** | **1,2** | **39%** |

**TLH: Total listened hours**

# RADIO

## Principales titulares 9M2020

- **Avances en su estrategia de creación de nuevos contenidos de audio digital, la distribución multicanal y la innovación de producto que están teniendo su reflejo en el crecimiento del consumo de horas de streaming y descargas de podcast, que han alcanzado en el mes de septiembre la cifra de 61,2 millones y 25,4 millones respectivamente.**
- **Liderazgo en España, Colombia , Chile y por primera vez en Ciudad de México.**
- **Los resultados de la radio en los primeros 9 meses de 2020 se han visto afectados por el impacto del Covid-19 al haberse producido importantes caídas del mercado publicitario y ser la publicidad su principal fuente de ingresos tanto en España como en LatAm. Los ingresos en el periodo alcanzan 122,5 millones de euros vs 196,4 millones de euros en el mismo periodo del año anterior, lo que supone una caída del 37,6% (-35,1% en moneda local).**
- **La publicidad presenta caídas similares tanto en la publicidad nacional como en la local, con un comportamiento similar a mercado excluyendo los ingresos ligados a eventos.**
- **En España, el Q3 muestra una caída de ingresos del 17% con un mejor comportamiento que Q2 donde los ingresos registraron una caída del 50%.**
- **El EBITDA alcanza los -6,2 millones de euros vs 41,8 millones de euros en el mismo periodo del año anterior lo que supone una caída de 48 millones de euros (-49 millones de euros en moneda local).**
- **El tipo de cambio ha tenido un impacto en ingresos de -5,1 millones de euros y en EBITDA de +1 millón de euros.**
- **El Covid-19 ha tenido en el periodo un impacto negativo estimado en ingresos de -70,7 millones de euros y de -58,7 millones en EBITDA.**

## Cuenta de resultados

| | ENERO - SEPTIEMBRE | | | JULIO - SEPTIEMBRE | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Millones de € | 2020 | 2019 | Var.% | 2020 | 2019 | Var.% |
| **Resultados Reportados** | | | | | | |
| **Ingresos de Explotación** | **122,5** | **196,4** | **(37,6)** | **41,1** | **61,9** | **(33,7)** |
| España | 91,7 | 133,2 | (31,2) | 30,8 | 37,2 | (17,1) |
| Latam | 33,6 | 66,2 | (49,2) | 11,1 | 25,7 | (56,7) |
| Ajustes y Otros | (2,8) | (3,0) | 6,1 | (0,9) | (0,9) | 7,3 |
| **Gastos de Explotación Contables** | **128,7** | **154,6** | **(16,7)** | **42,1** | **48,2** | **(12,7)** |
| España | 93,2 | 108,1 | (13,8) | 30,8 | 33,7 | (8,4) |
| Latam | 38,6 | 49,3 | (21,6) | 12,1 | 15,4 | (21,6) |
| Ajustes y Otros | (3,1) | (2,8) | (10,2) | (0,9) | (0,9) | 5,3 |
| **EBITDA** | **(6,2)** | **41,8** | **---** | **(1,0)** | **13,7** | **---** |
| España | (1,5) | 25,0 | --- | (0,0) | 3,5 | --- |
| Latam | (5,0) | 16,9 | --- | (1,0) | 10,2 | --- |
| Ajustes y Otros | 0,3 | (0,1) | --- | (0,0) | (0,0) | 94,3 |
| *Margen EBITDA* | *-5,1%* | *21,3%* | | *-2,5%* | *22,1%* | |
| **EBIT** | **(39,2)** | **28,4** | **---** | **(5,4)** | **9,4** | **---** |
| España | (10,3) | 16,6 | --- | (2,9) | 0,7 | --- |
| Latam | (25,7) | 11,9 | --- | (2,5) | 8,7 | --- |
| Ajustes y Otros | (3,2) | (0,1) | --- | (0,0) | (0,0) | 94,3 |
| *Margen EBIT* | *-32,0%* | *14,4%* | | *-13,2%* | *15,1%* | |

| | 2020 | 2019 | Var.% | 2020 | 2019 | Var.% |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Resultados a tipo constante** | | | | | | |
| **Ingresos de Explotación a tipo constante** | **127,5** | **196,4** | **(35,1)** | **42,8** | **61,9** | **(30,9)** |
| España | 91,7 | 133,2 | (31,2) | 30,8 | 37,2 | (17,1) |
| Latam | 38,7 | 66,2 | (41,6) | 12,8 | 25,7 | (50,0) |
| Ajustes y Otros | (2,8) | (3,0) | 6,1 | (0,9) | (0,9) | 6,3 |
| **EBITDA a tipo constante** | **(7,2)** | **41,8** | **---** | **(1,0)** | **13,7** | **---** |
| España | (1,5) | 25,0 | --- | (0,0) | 3,5 | --- |
| Latam | (6,1) | 16,9 | --- | (1,0) | 10,2 | --- |
| Ajustes y Otros | 0,3 | (0,1) | --- | (0,0) | (0,0) | 94,3 |
| *Margen EBITDA* | *-5,7%* | *21,3%* | | *-2,3%* | *22,1%* | |
| **EBIT a tipo constante** | **(43,3)** | **28,4** | **---** | **(5,6)** | **9,4** | **---** |
| España | (10,3) | 16,6 | --- | (2,9) | 0,7 | --- |
| Latam | (29,8) | 11,9 | --- | (2,7) | 8,7 | --- |
| Ajustes y Otros | (3,2) | (0,1) | --- | (0,0) | (0,0) | 94,3 |
| *Margen EBIT* | *-33,9%* | *14,4%* | | *-13,0%* | *15,1%* | |

# NOTICIAS

## Descripción del negocio y posicionamiento

## EL PAÍS

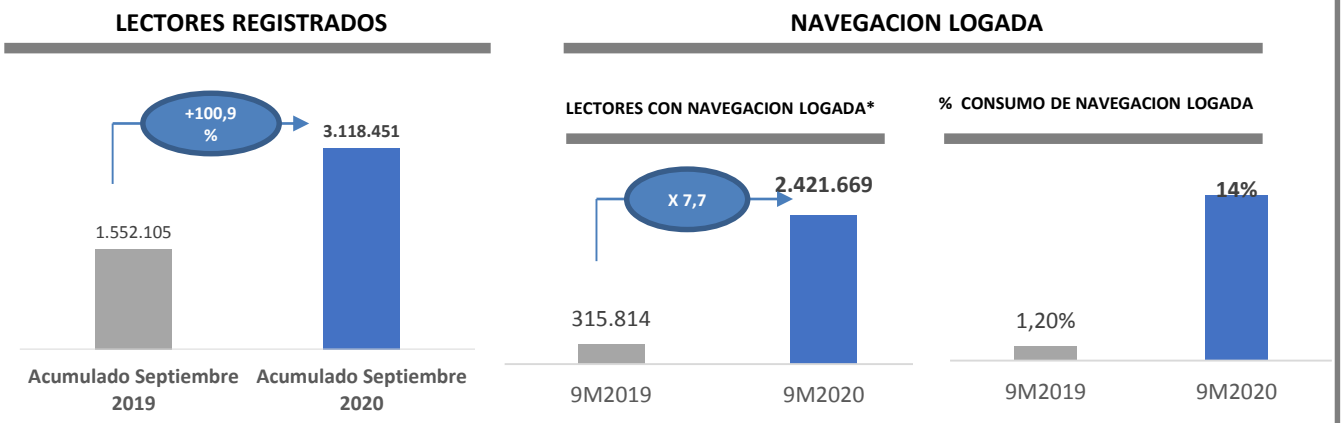
**EL PAÍS es la mayor plataforma global de noticias en Español y continúa avanzando en su hoja de ruta estratégica de crecimiento y consolidación.**

Una vez completada con éxito una primera etapa de expansión geográfica y de fuerte crecimiento global, en Julio de 2019 la compañía inició una nueva era con la implementación de una nueva "Estrategia de clientes" donde se han cumplido los siguientes hitos importantes:

- Lanzamiento de lectura bajo registro el 24 de Julio de 2019.
- Activación del modelo de suscripción digital el 1 de Mayo de 2020.

**MODELO DE REGISTRO**

**La navegación bajo registro es la pieza angular sobre la que se construye la estrategia de clientes**. A través de ella es posible i) extraer conocimiento de los lectores, para en base al mismo, desarrollar modelos de propensión al registro y suscripción, entre otros casos de uso y ii) obtener datos de referencia del usuario (First party data), esenciales para el desarrollo del modelo publicitario muy especialmente en un contexto tendente a la desaparición del rastro que deja el usuario al navegar (cookies). **Cabe destacar que desde la puesta en marcha de la iniciativa de lectura bajo registro, el número de lectores registrados ha experimentado un fuerte crecimiento alcanzando en Septiembre de 2020 la cifra de 3.118.451 lectores. Durante los 9 meses de 2020, 2.421.669 personas han navegado en EL PAÍS de manera identificada consumiendo de promedio mensual un 14% del total de las páginas vistas.**




* Numero de lectores distintos que han navegado de manera identificada en El País en el período eliminando duplicidades

**MODELO DE SUSCRIPCION**

Los hitos más relevantes en el lanzamiento del modelo de suscripción de **EL PAÍS** han sido los siguientes:

- Lanzamiento de la campaña de comunicación el 1 de marzo de 2020 "Suscríbete a los hechos" como anticipo a la activación del modelo de pago inicialmente previsto para el 15 de marzo.
- Ante las excepcionales circunstancias provocadas por el coronavirus, EL PAÍS decidió seguir ofreciendo a sus lectores el acceso digital de forma gratuita en consonancia con su misión de servicio público. Por este motivo, la activación del modelo de suscripción se pospuso al 1 de Mayo.
- Finalmente, el lanzamiento del modelo de suscripción se ha producido el 1 de Mayo de 2020, a la vez que la información esencial del coronavirus se mantiene de libre acceso.

**EL PAÍS** ha optado por el lanzamiento de un modelo de suscripción poroso, más flexible que un modelo de pago rígido, donde a diferencia de éste se deja abierto el site para todos los usuarios hasta que hayan leído 10 artículos gratuitos al mes. El precio de lanzamiento es de 10€ al mes, con una promoción del primer mes a 1€ para el formato mensual y con un 20% de descuento para las suscripciones anuales.

**El PAÍS cuenta ya con 71.021 suscriptores exclusivos digitales (de una base total de 117.421 suscriptores) con un ARPU medio cercano a los 9 euros. Un 28% de las suscripciones son anuales y el 22% proceden de fuera de España.**

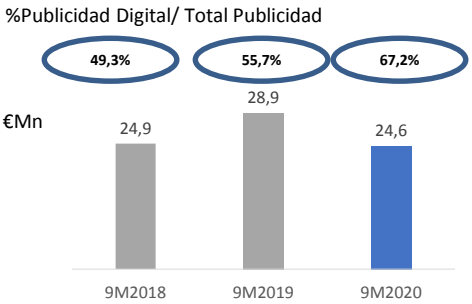
# NOTICIAS

## Descripción del negocio y posicionamiento

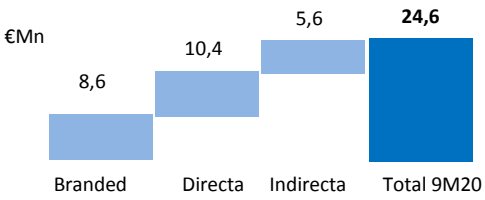
**PUBLICIDAD DIGITAL**

**La publicidad digital de EL PAÍS ha venido experimentando un fuerte crecimiento en los últimos años hasta representar en los 9M de 2020 un 67,2% del total de publicidad el periódico**. Dentro de la publicidad digital de el PAÍS, el mayor peso procede de branded content y de publicidad directa cuyos ingresos no se ven afectados por el lanzamiento del modelo de pago, dado que el factor determinante de inversión publicitaria lo marca la fuerza de marca **EL PAÍS** y el posicionamiento del producto. La publicidad restante, que corresponde a la indirecta, se verá afectada en parte principalmente por la desaparición de determinados formatos. Por lo tanto, el porcentaje de publicidad afectado por el lanzamiento del modelo de pago se estima inferior al 5% del total.

**PUBLICIDAD DIGITAL* EL PAIS**




**PUBLICIDAD DIGITAL* EL PAIS POR CONCEPTO**




* Datos correspondientes a publicidad bruta sin eventos, habiéndose visto afectados los resultados de los 9M2020 por el impacto Covid-19

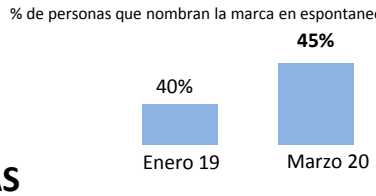
** La estimación de publicidad afectada recoge las hipótesis siguientes: 1) El branded content no se cierra;2) la publicidad directa tiene gran peso de portada que no se cierra;3) la publicidad indirecta se vera afectada entorno al 20/25% por la desaparición de determinados formatos y menores impresiones por el abandono de los no suscriptores una vez les aparezca el muro de pago

El foco de la compañía está en el desarrollo de productos de publicidad digital de valor diferencial y compatible con el modelo de suscripción digital potenciando i) el branded content, que está experimentando un fuerte crecimiento como contenido diferencial, ii) los acuerdos directos con anunciantes apalancados en el Brand safety del site y la data propia iii) el reach conjunto del market place WEMASS para desarrollar producto y ofrecer a los anunciantes acuerdos directos basados en audiencias (y más adelante data propia).

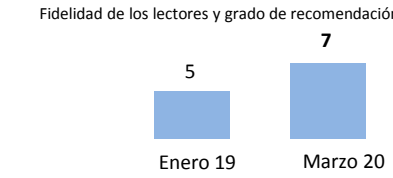
**FORTALEZA DE MARCA**

El liderazgo de **EL PAÍS** y el crecimiento de sus audiencias se ha venido construyendo en los últimos años alrededor de una fortaleza de marca cuyo reconocimiento y prestigio a nivel global representa un sólida base para el desarrollo futuro del modelo digital.
Los últimos datos sobre un estudio de indicadores de marca realizado a lectores de prensa en España tras las campañas realizadas en 2019 "Y tú qué piensas" y en 2020 "Suscríbete a los hechos", muestran unos resultados muy positivos que reconocen la fortaleza y fidelización de marca.

**TOP OF MIND**



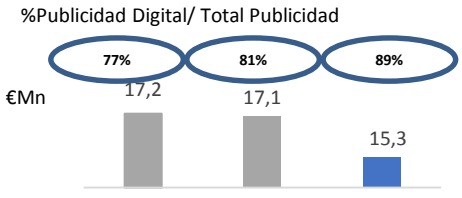

**NET PROMOTER SCORE**




## AS

Diario As, el periódico deportivo casi 100% digital, afianza su crecimiento y expansión internacional con **la consecución del liderazgo como diario deportivo de habla hispana a nivel mundial según datos de Comscore. El periódico deportivo cuenta ya con un 90% de publicidad digital** con una gran presencia internacional.

**PUBLICIDAD DIGITAL AS***




* Datos correspondientes a publicidad bruta, habiéndose visto afectados los resultados delos 9M2020 por el impacto Covid-19

**PRESENCIA GLOBAL AS**

**As Arabia está también presente en países de Oriente Medio y Norte de Africa**

# NOTICIAS

## Principales titulares 9M 2020

- **Tras el lanzamiento a principios de mayo del modelo de pago de EL PAÍS, se alcanzan 71.021 suscriptores exclusivos digitales con un ARPU cercano a los 9 euros demostrando ser un modelo económico que funciona y con gran potencial por desarrollar. Se pone el foco en el crecimiento de los ingresos de suscripción que permitirán consolidar el negocio digital desarrollado en los últimos años, haciéndolo más robusto y escalable.**
- **EL PAÍS cuenta ya con 3.118.451 lectores registrados, mostrando un gran crecimiento desde el lanzamiento de lectura bajo registro**
- **Resultados de Noticias afectados por la crisis del Covid-19 condicionando tanto a los ingresos publicitarios, que registran una caída del 28,1%, como a los ingresos por venta de ejemplares que descienden un 22%.**
- **El Q3, muestra una caída de ingresos del 21,7% mejorando el comportamiento de Q2 donde la caída fue del 38,9%.**
- **Los ingresos digitales representan ya un 41%* del total de los ingresos de Noticias creciendo su contribución un 25%.**
- **El EBITDA en el período alcanza los €-17Mn vs €+1,1Mn en el mismo periodo del ejercicio anterior lo que supone una disminución de €18,1 millones.**
- **El Covid-19 ha tenido en el periodo un impacto negativo estimado en ingresos de -40,2 millones de euros y de -32,3 millones de euros en EBITDA.**

* % sobre el total de ingresos excluyendo PBS y Prisa Tecnología

## Cuenta de resultados

| | ENERO - SEPTIEMBRE | | | JULIO - SEPTIEMBRE | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Millones de € | 2020 | 2019 | Var.% | 2020 | 2019 | Var.% |
| **Resultados Reportados** | | | | | | |
| **Ingresos de Explotación Noticias Gestión** | **113,5** | **152,9** | **(25,8)** | **37,9** | **48,4** | **(21,7)** |
| **Ingresos de Explotación PRENSA** | **100,3** | **136,4** | **(26,5)** | **33,8** | **42,2** | **(19,9)** |
| *Publicidad* | *51,9* | *72,2* | *(28,1)* | *16,8* | *20,8* | *(19,2)* |
| *Circulación* | *36,2* | *46,5* | *(22,0)* | *13,2* | *15,7* | *(16,2)* |
| *Promociones y Otros* | *12,1* | *17,7* | *(31,6)* | *3,8* | *5,7* | *(32,7)* |
| **PBS y Prisa Tecnología** | **13,2** | **16,5** | **(20,4)** | **4,1** | **6,2** | **(34,4)** |
| **Gastos de Explotación Contables Noticias Gestión** | **130,4** | **151,8** | **(14,1)** | **41,2** | **48,9** | **(15,7)** |
| **Gastos de Explotación Contables PRENSA** | **117,2** | **134,5** | **(12,9)** | **37,4** | **43,0** | **(13,0)** |
| **Gastos de Explotación Contables PBS y Tecnología** | **13,2** | **17,3** | **(23,3)** | **3,8** | **5,9** | **(35,6)** |
| **EBITDA Contable Noticias Gestión** | **(17,0)** | **1,1** | **---** | **(3,3)** | **(0,5)** | **---** |
| **EBITDA Contable PRENSA** | **(16,9)** | **1,8** | **---** | **(3,6)** | **(0,8)** | **---** |
| *Margen EBITDA* | *-16,9%* | *1,3%* | | *-10,7%* | *-2,0%* | |
| **PBS y Prisa Tecnología** | **(0,1)** | **(0,7)** | **89,8** | **0,3** | **0,3** | **(11,7)** |
| **EBIT Contable Noticias Gestión** | **(26,0)** | **(6,2)** | **---** | **(5,9)** | **(3,0)** | **(97,1)** |
| **EBIT Contable PRENSA** | **(24,5)** | **(4,1)** | **---** | **(5,7)** | **(2,8)** | **(102,7)** |
| *Margen EBIT* | *-24,5%* | *-3,0%* | | *-16,8%* | *-6,6%* | |
| **PBS y Prisa Tecnología** | **(1,5)** | **(2,1)** | **29,9** | **(0,2)** | **(0,2)** | **(9,9)** |

## Desglose de publicidad

| | ENERO - SEPTIEMBRE | | | JULIO - SEPTIEMBRE | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Millones de € | 2020 | 2019 | Var.% | 2020 | 2019 | Var.% |
| **Resultados Reportados** | | | | | | |
| *Publicidad* | *51,9* | *72,2* | *(28,1)* | *16,8* | *20,8* | *(19,2)* |
| *Digital* | *36,0* | *41,1* | *(12,4)* | *11,9* | *12,6* | *(6,2)* |
| *El País* | *21,5* | *25,1* | *(14,4)* | *6,4* | *7,6* | *(14,9)* |
| *As* | *13,3* | *14,4* | *(7,1)* | *5,1* | *4,6* | *10,9* |
| *Otros* | *1,2* | *1,6* | *(28,4)* | *0,4* | *0,5* | *(29,9)* |
| *Papel* | *15,9* | *31,1* | *(48,9)* | *4,9* | *8,1* | *(39,5)* |
| *El País* | *12,2* | *24,6* | *(50,4)* | *3,6* | *6,5* | *(43,7)* |
| *As* | *1,9* | *4,1* | *(53,1)* | *0,6* | *1,2* | *(45,6)* |
| *Otros* | *1,7* | *2,3* | *(25,2)* | *0,6* | *0,5* | *35,4* |

# TOTAL GRUPO

## Principales titulares operativos 9M 2020

- **Avances en la hoja de ruta de la compañía con el acuerdo de refinanciación y venta de Santillana España que dotan a PRISA de una notable flexibilidad para acelerar la hoja estratégica del grupo centrada en los modelos de suscripción Ed-Tech en LatAm y en el desarrollo digital y modelos de suscripción de sus negocios de media.**

- **Efecto Perímetro: Media Capital se contabiliza como operación en discontinuidad.** La compañía ha vendido el 64,47% restante de Media Capital a un grupo de inversores portugueses por un importe de 36.9 millones de euros**.** La operación ha obtenido las aprobaciones necesarias de los acreedores y espera materializarse antes de final de año**. Santillana España permanece en el perímetro de los resultados de los primeros 9 meses del año**. Tras la operación anunciada de venta, pasará a contabilizarse en discontinuidad desde Octubre de 2020 con efectos retroactivos a enero 2020**.**

- **Santillana muestra resistencia a pesar de haberse visto afectado el negocio didáctico por el cierre de la cadena de distribución y las dificultades en un entorno de colegios cerrados físicamente en la mayor parte de países. Los medios de comunicación se han visto impactados por las caídas significativas del mercado publicitario.**

- **Foco en el crecimiento y extensión de los modelos de suscripción digitales y en el impulso digital de la publicidad y el audio. Los ingresos digitales del grupo crecen su contribución un 26%.**

- **Ahorros en costes durante el período cumpliendo con el plan de contingencia de €40 millones puesto en marcha para minorar los impactos negativos que la crisis del Covid-19 pueda tener en el negocio.** Cumplimiento de más del 80% del plan a la fecha.

- **Impacto cambiario negativo en ingresos de -44,0 millones y de -5,4 millones en EBITDA principalmente por las devaluaciones en Argentina, Brasil y México.**

- **Resultado neto afectado principalmente por deterioros procedentes de la venta de Media Capital que suman importe de 77 millones de euros, por los deterioros de la totalidad de los créditos fiscales pendientes en España que ascienden a 64,5 millones de euros** y por deterioros de activos de la radio en México y Chile por importe de 21,9 millones de euros.

## Cuenta de resultados

| | ENERO - SEPTIEMBRE | | | JULIO - SEPTIEMBRE | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Millones de € | 2020 | 2019 | Var.% | 2020 | 2019 | Var.% |
| **Resultados Reportados** | | | | | | |
| **Ingresos de Explotación** | **616,0** | **796,9** | **(22,7)** | **223,2** | **311,2** | **(28,3)** |
| **EBITDA Contable** | **82,1** | **114,2** | **(28,1)** | **50,0** | **79,6** | **(37,1)** |
| *Margen EBITDA* | *13,3%* | *14,3%* | | *22,4%* | *25,6%* | |
| **EBIT Contable** | **(0,1)** | **49,6** | **---** | **27,7** | **56,9** | **(51,3)** |
| *Margen EBIT* | *0,0%* | *6,2%* | | *12,4%* | *18,3%* | |
| **Resultado Financiero** | **(59,7)** | **(61,4)** | **2,9** | **(21,9)** | **(22,0)** | **0,3** |
| Gastos por intereses de financiación | (52,9) | (44,2) | (19,8) | (19,0) | (15,7) | (21,4) |
| Otros resultados financieros | (6,8) | (17,3) | 60,8 | (2,9) | (6,3) | 54,1 |
| **Resultado puesta en equivalencia** | **(6,8)** | **1,1** | **---** | **0,1** | **0,5** | **(77,8)** |
| **Resultado antes de impuestos** | **(66,6)** | **(10,7)** | **---** | **5,9** | **35,5** | **(83,3)** |
| Impuesto sobre sociedades | 80,4 | 29,6 | 172,1 | 4,5 | 16,4 | (72,9) |
| **Resultado operaciones en discontinuación** | **(76,5)** | **(69,9)** | **(9,5)** | **(1,4)** | **(76,9)** | **98,2** |
| **Resultado atribuido a socios externos** | **(14,2)** | **0,3** | **---** | **(2,6)** | **1,1** | **---** |
| **Resultado Neto** | **(209,3)** | **(110,4)** | **(89,5)** | **2,8** | **(58,9)** | **---** |
| MC impairment | 77,3 | 76,4 | | 0,0 | 76,4 | (100,0) |
| Mediapro ruling | | 40,8 | | 0,0 | 0,0 | --- |
| Deterioros fiscales | 64,5 | | | 0,0 | 0,0 | --- |
| Deterioros Activos Radio | 21,9 | | | 0,0 | | |
| **Resultado Neto Comparable** | **(45,6)** | **6,8** | **---** | **2,8** | **17,5** | **(84,3)** |

| Millones de € | 2020 | 2019 | Var.% | 2020 | 2019 | Var.% |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Resultados Comparables** | | | | | | |
| **Ingresos de Explotación** | **616,0** | **796,9** | **(22,7)** | **223,2** | **311,2** | **(28,3)** |
| **EBITDA** | **82,1** | **165,3** | **(50,3)** | **50,0** | **79,6** | **(37,1)** |
| *Margen EBITDA* | *13,3%* | *20,7%* | | *22,4%* | *25,6%* | |
| **EBIT** | **18,9** | **100,6** | **(81,2)** | **27,7** | **56,9** | **(51,3)** |
| *Margen EBIT* | *3,1%* | *12,6%* | | *12,4%* | *18,3%* | |

| | 2020 | 2019 | Var.% | 2020 | 2019 | Var.% |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Resultados Comparables a tipo constante** | | | | | | |
| **Ingresos de Explotación a tipo constante** | **660,0** | **796,9** | **(17,2)** | **238,6** | **311,2** | **(23,3)** |
| **EBITDA a tipo constante** | **87,6** | **165,3** | **(47,0)** | **50,9** | **79,6** | **(36,1)** |
| *Margen EBITDA* | *13,3%* | *20,7%* | | *21,3%* | *25,6%* | |
| **EBIT a tipo constante** | **17,0** | **100,6** | **(83,2)** | **26,9** | **56,9** | **(52,8)** |
| *Margen EBIT* | *2,6%* | *12,6%* | | *11,3%* | *18,3%* | |

Los ajustes entre resultados reportados y resultados comparables se deben al ajuste en 2019 de la sentencia de Mediapro (ver pagina 26) , a los ajustes en 2019 y 2020 de los deterioros de Media Capital y a los ajustes por los deterioros de créditos fiscales y de activos de radio

# TOTAL GRUPO

## Estado de flujos de efectivo

| Millones de € | Sep. 2020 | Sep. 2019 | Var. 20/19 Abs. | Var. 20/19 Rel. |
|---|---|---|---|---|
| EBITDA (*) | 82,1 | 165,3 | -83,1 | -50,3% |
| Gasto de indemnizaciones | 4,8 | 8,2 | -3,5 | -42,0% |
| EBITDA (excluyendo indemnizaciones) | 86,9 | 173,5 | -86,6 | -49,9% |
| Variación del circulante | -11,3 | -66,5 | 55,2 | 83,0% |
| Pago de indemnizaciones | -4,8 | -11,5 | 6,6 | 57,8% |
| Pago de impuestos | -15,3 | -22,4 | 7,1 | 31,6% |
| Otros flujos de las actividades de explotación | -4,4 | 0,7 | -5,1 | --- |
| Capex | -41,0 | -48,3 | 7,3 | 15,0% |
| Inmovilizado financiero | -0,1 | 1,1 | -1,2 | --- |
| **CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN** | **10,0** | **26,6** | **-16,6** | **-62,5%** |
| Pago de intereses | -23,7 | -20,9 | -2,8 | -13,5% |
| Cobro de dividendos | 10,9 | 0,1 | 10,9 | --- |
| Pago de dividendos | -1,1 | -5,6 | 4,5 | 80,5% |
| Otros flujos de las actividades de financiación | -25,8 | -30,5 | 4,6 | 15,1% |
| - NIIF 16 | -22,9 | -24,5 | 1,6 | 6,5% |
| -Otros | -3,0 | -6,0 | 3,0 | 50,6% |
| **CASH FLOW DE FINANCIACIÓN** | **-39,7** | **-56,9** | **17,2** | **30,2%** |
| Efecto del tipo de cambio, efecto perímetro y otros | | | 0,0 | --- |
| **CASH FLOW ANTES DE DESINVERSIONES** | **-29,8** | **-30,3** | **0,5** | **1,8%** |
| Desinversiones | 8,2 | 3,7 | 4,6 | 125,3% |
| **GENERACIÓN DE CAJA ANTES DE OPERACIONES** | **-21,5** | **-26,6** | **5,1** | **19,2%** |
| **CASH FLOW ANTES DE OPERACIONES EX. VAR. CIRCULANTE** | **-10,2** | **39,9** | **-50,1** | **---** |
| **Ampliación de capital** | **0,0** | **197,5** | **-197,5** | **-100,0%** |
| **Venta Media Capital** | **7,2** | **10,0** | **-2,8** | **-28,4%** |
| **Compra 25% Santillana** | **0,0** | **-313,2** | **313,2** | **100,0%** |
| **Pago de dividendos DLJ** | **0,0** | **-29,5** | **29,5** | **100,0%** |
| **Adquisicion 3i** | **0,0** | **-36,1** | **36,1** | **100,0%** |
| **Mediapro** | **0,0** | **-51,0** | **51,0** | **100,0%** |
| **Generación de caja de las act. discontinuadas (Media Capital)** | **0,0** | **-0,5** | **0,5** | **---** |
| **CASH FLOW** | **-14,3** | **-249,5** | **235,2** | **94,3%** |

* El cash Flow excluye el impacto del tipo de cambio en la posición de balance de caja

# TOTAL GRUPO

## Posición financiera neta

### DEUDA FINANCIERA TOTAL

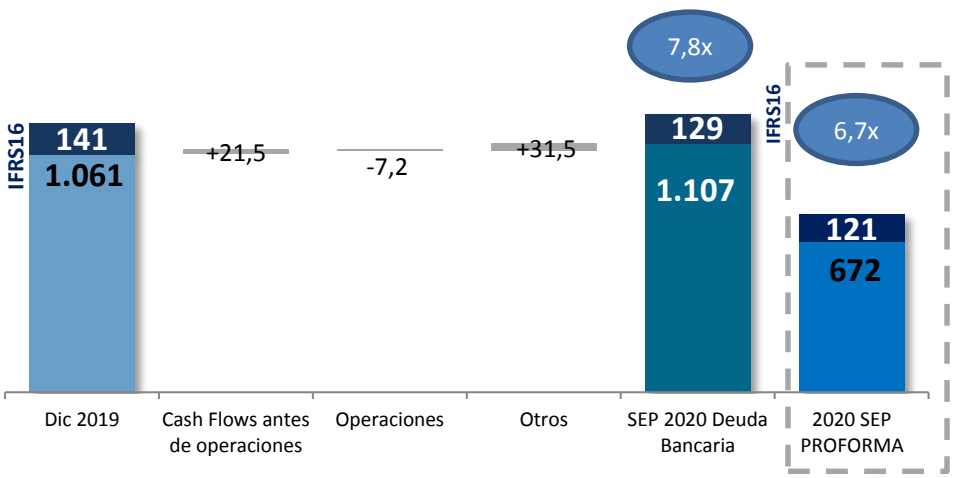
| Millones de € | Sep. 2020 | Dic. 2019 | Var. 20/19 Abs. | Var. 20/19 Rel. |
|---|---|---|---|---|
| **- Deudas con entidades de crédito** | **1.324,0** | **1.215,1** | **109,0** | **9,0%** |
| - Deudas con entidades de crédito largo plazo | 1.172,2 | 1.164,9 | 7,4 | 0,6% |
| - Deudas con entidades de crédito corto plazo | 151,8 | 50,2 | 101,6 | 202,5% |
| **Inversiones financieras corrientes** | **-6,4** | **-4,7** | **-1,7** | **-35,0%** |
| **Efectivo y otros medios líquidos equivalentes** | **-223,7** | **-166,6** | **-57,1** | **-34,3%** |
| **Fair value** | **13,1** | **17,4** | **-4,3** | **-25,0%** |
| **DEUDA BANCARIA TOTAL** | **1.107,0** | **1.061,1** | **45,9** | **4,3%** |
| **Pasivo NIIF 16** | **129,5** | **140,7** | **-11,2** | **-8,0%** |
| **DEUDA BANCARIA TOTAL CON NIIF 16** | **1.236,5** | **1.201,8** | **34,7** | **2,9%** |

### DEUDA FINANCIERA TOTAL POR UNIDAD DE NEGOCIO*

| Millones de € | Sep. 2020 | Dic. 2019 | Var. 20/19 Abs. | Var. 20/19 Rel. |
|---|---|---|---|---|
| **Prisa Holding+ Prisa Gestión Financiera+PAE+Otr** | **1.076,8** | **1.067,0** | **9,7** | **0,9%** |
| - Deudas con entidades de crédito | 1.290,6 | 1.193,6 | 97,0 | 8,1% |
| - Caja, IFT y deuda intragrupo | -213,8 | -126,6 | -87,3 | -68,9% |
| **Santillana** | **-27,1** | **-38,4** | **11,3** | **29,3%** |
| **Radio** | **-1,8** | **3,8** | **-5,5** | **---** |
| **Prisa Noticias** | **59,2** | **28,7** | **30,4** | **106,0%** |
| **DEUDA BANCARIA TOTAL** | **1.107,0** | **1.061,1** | **45,9** | **4,3%** |

* Incluye deuda intragrupo

**La evolución de la deuda neta bancaria durante los primeros nueve meses del ejercicio se muestra a continuación**




Deuda proforma las operaciones de refinanciación y venta Santillana España

# TOTAL GRUPO

## Balance

| | ACTIVO | |
|---|---|---|
| **Millones de euros** | **30/09/2020** | **31/12/2019** |
| **ACTIVO NO CORRIENTE** | **462,99** | **652,46** |
| Inmovilizado material | 167,57 | 190,73 |
| Fondo de comercio | 109,61 | 151,07 |
| Inmovilizado inmaterial | 108,48 | 125,01 |
| Inversiones financieras no corrientes | 15,81 | 20,67 |
| Sociedades puestas en equivalencia | 24,69 | 48,71 |
| Activos por impuestos diferidos | 36,83 | 116,25 |
| Otros activos no corrientes | 0,02 | 0,03 |
| **ACTIVOS CORRIENTES** | **814,96** | **919,70** |
| Existencias | 57,92 | 84,42 |
| Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar | 293,99 | 383,35 |
| Inversiones financieras corrientes | 7,92 | 4,74 |
| Efectivo y otros medios líquidos equivalentes | 223,70 | 166,58 |
| Activos mantenidos para la venta | 231,43 | 280,61 |
| **TOTAL ACTIVO** | **1.277,95** | **1.572,16** |

| | PASIVO | |
|---|---|---|
| **Millones de euros** | **30/09/2020** | **31/12/2019** |
| **PATRIMONIO NETO** | **-686,23** | **-411,60** |
| Capital suscrito | 70,87 | 666,13 |
| Reservas | -621,03 | -965,19 |
| Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante | -209,30 | -182,30 |
| Socios Externos | 73,23 | 69,76 |
| **PASIVOS NO CORRIENTES** | **1.323,98** | **1.331,84** |
| Deudas con entidades de crédito | 1.172,24 | 1.164,87 |
| Otros pasivos financieros no corrientes | 112,72 | 117,21 |
| Pasivos por impuestos diferidos | 17,88 | 24,99 |
| Provisiones | 18,22 | 22,14 |
| Otros pasivos no corrientes | 2,92 | 2,64 |
| **PASIVOS CORRIENTES** | **640,21** | **651,92** |
| Deudas con entidades de crédito | 151,80 | 50,19 |
| Otros pasivos financieros corrientes | 17,01 | 23,75 |
| Acreedores comerciales | 185,94 | 270,52 |
| Otras deudas corrientes | 84,87 | 107,42 |
| Ajustes por periodificación | 31,13 | 35,77 |
| Pasivos mantenidos para la venta | 169,45 | 164,28 |
| **TOTAL PASIVO** | **1.277,95** | **1.572,16** |

*Los activos y pasivos de Media Capital se han reclasificado como activos y pasivos mantenidos para la venta.

## Impacto NIIF16

**A Septiembre de 2020, el pasivo financiero derivado de la aplicación de la norma asciende a 129,5 millones de euros.**

# HECHOS RELEVANTES DEL PERIODO

## VENTA MEDIA CAPITAL

**Con fecha 14 de Mayo de 2020 PRISA y y Pluris Investments, S.A. ("Pluris"), sociedad portuguesa titularidad de D. Mario Ferreira, han ejecutado la adquisición por parte de Pluris de acciones representativas del 30,22% del capital social de la filial cotizada portuguesa de PRISA, Grupo Media Capital SGPS, S.A. ("Media Capital").**

**La Operación se ha llevado a cabo mediante una transmisión en bloque de las acciones por un precio de €10.500.000.**

**La valoración implícita de esta transacción es de un "valor empresa" (enterprise value) de €130Mn, sobre la base de la posición financiera de Media Capital al cierre del primer trimestre de este ejercicio. Esta valoración se sitúa por encima de las últimas estimaciones realizadas por analistas de mercado, que incorporan ya consideraciones sobre el potencial impacto de la Covid19 en los activos de medios de comunicación. Asimismo, implica unos múltiplos superiores a los que están cotizando las compañías de "televisión en abierto" (FTA), en el entorno de las 6x/7x Ebitda.**

**Esta transacción supondrá una pérdida contable en las cuentas individuales y consolidadas de PRISA de aproximadamente €29Mn.**

**La Operación se enmarca en la política de desinversión iniciada por PRISA, a cuyos efectos las Partes se han comprometido a buscar de manera coordinada nuevos potenciales inversores que puedan facilitar la desinversión adicional de PRISA en Media Capital, habiéndose acordado para ello determinadas condiciones a la transmisión de sus acciones.**

**PRISA reitera que considera a Pluris un inversor apropiado para Media Capital, valorando su compromiso de impulsar un proyecto de futuro que refuerce la posición de mercado de Media Capital, así como su competitividad y eficiencia, prestando apoyo financiero, si fuese necesario, y apoyando al equipo de gestión con su experiencia.**

**Tras llevarse a cabo, a través de una entidad financiera, un proceso de prospección de mercado para la búsqueda de potenciales inversores, Vertix, SGPS, S.A. ("Vertix"), filial íntegramente participada por Prisa, ha suscrito con fecha 4 de Septiembre con una pluralidad de inversores acuerdos independientes de compraventa de acciones de la entidad cotizada portuguesa Grupo Media Capital SGPS, S.A. ("Media Capital"), que en su conjunto representan la totalidad de la participación accionarial (64,47%) mantenida por Vertix en Media Capital (la "Operación").**

**La Operación, que ha sido autorizada por Pluris Investments, S.A. ("Pluris") en el marco del pacto de accionistas suscrito con Vertix, está condicionada a la obtención de un waiver de determinados acreedores financieros de Prisa, así como a la autorización de las autoridades regulatorias portuguesas que resulten necesarias.**

**La Operación está previsto que se lleve a cabo de manera simultánea mediante transmisiones independientes en bloque de las acciones por un precio total de € 36.850.047,74, lo que supone una valoración implícita (enterprise value) de € 150Mn sobre la base de la posición financiera de Media Capital al cierre de segundo trimestre de este ejercicio y una prima del 63% respecto del precio por acción ofrecido por la entidad Cofina SGPS, S.A. en su oferta pública voluntaria sobre las acciones de Media Capital publicada el pasado 12 de agosto.**

**Según las estimaciones de la Sociedad, esta transacción supondrá una pérdida contable en las cuentas individuales y consolidadas de Prisa de aproximadamente € 48,5Mn.**

**La Operación se enmarca en la política de desinversión de activos no esenciales iniciada por Prisa hace unos meses, y está en línea con la hoja de ruta ya anunciada de focalización en sus activos de educación y medios de comunicación estratégicos.**

## ACUERDO CON ACREEDORES

**En abril de 2020 PRISA ha acordado con los acreedores financieros del Override Agreement y de la Póliza de crédito Super Senior, entre otros aspectos, una flexibilización en el cumplimiento de los ratios de carácter financiero (covenants) a los que se encuentra sujeto el Grupo y por un periodo que se extiende hasta marzo de 2021. Por tanto, este acuerdo dota a PRISA de una mayor flexibilidad en el cumplimiento de sus obligaciones financieras.**

# HECHOS RELEVANTES DEL PERIODO

## VENTA SANTILLANA ESPAÑA

**Prisa, a través de su filial Grupo Santillana Educación Global, S.L.U. ("Santillana"), ha formalizado con fecha 19 de octubre de 2020 un acuerdo con Sanoma Corporation, compañía finlandesa de medios con presencia en Europa en el sector de educación, para la venta del negocio de pre K-12 y K-12 de Santillana en España (la "Operación").**

**Queda excluida de la Operación la actividad privada y pública de Santillana en Latinoamérica, que se seguirá desarrollando por Prisa, indirectamente, a través de Santillana. Asimismo, Santillana mantendrá la propiedad de todas sus marcas, suscribiendóse, en la fecha de cierre de la Operación, un acuerdo de licencia exclusiva a favor de Sanoma para la utilización, entre otros derechos, de las marcas "Santillana" y "Loqueleo" en la Unión Europea, excluyendo Portugal, y de la marca "Richmond" en España.**

**La Operación ha sido aprobada por unanimidad en el Consejo de Administración de la Sociedad celebrado el 18 de octubre de 2020.**

**El precio de la Operación ha quedado establecido en un importe de 465 millones de euros y será satisfecho íntegramente en efectivo en la fecha en que se cierre la Operación, una vez descontada la deuda neta del negocio objeto de la Operación a 30 de junio de 2020, estimada en 53 millones de euros. Dicho cierre está condicionado a la (i) obtención de la preceptiva autorización de las autoridades de competencia españolas (o a la confirmación de que tal autorización no es necesaria); (ii) la obtención de los consentimientos precisos por parte de las entidades acreedoras de la Sociedad con la mayoría de las cuales (que representan un 79,7%) se ha alcanzado un acuerdo de principios (Term Sheet) en esta misma fecha y que ha sido objeto de la Información Priviliegiada publicada en el día de hoy; y (iii) la preceptiva aprobación por la Junta General de Accionistas de Prisa de conformidad con el art. 160.(f) de la Ley de Sociedades de Capital.**

## LOCK-UP AGREEMENT

**Prisa ha firmado un contrato de compromisos básicos o "lock-up agreement" (el "Contrato de Lock-Up") que incorpora una hoja de términos o "Term Sheet" que regula, entre otras cuestiones, las condiciones esenciales para la reestructuración de la deuda financiera sindicada del grupo.**

**El acuerdo negociado con un grupo representativo de sus principales entidades financieras acreedoras afecta a la deuda derivada del contrato de financiación sindicada por importe actual de 1.148 millones de euros, de fecha 11 de diciembre de 2013 (tal y como ha sido modificado en diversas ocasiones desde entonces), que quedará totalmente reestructurada en los próximos meses (la "Reestructuración").**

**El Contrato de Lock-Up ha entrado en vigor respecto de las entidades firmantes o adheridas al mismo, que representan un 79,7% de la financiación sindicada a reestructurar. Tras ello, la Sociedad promoverá la adhesión al Contrato de Lock-Up de las restantes entidades acreedoras (incluyendo la deuda de rango preferente) o, en su defecto, de un número mínimo de ellas que garantice que el acuerdo alcanzado pueda ser implementado en términos que resulten vinculantes para la totalidad de las entidades acreedoras.**

**Asimismo, los términos de la Reestructuración han sido aprobados por unanimidad en el Consejo de Administración de la Sociedad celebrado el día 18 de octubre de 2020.**

**Los términos básicos de la Reestructuración consisten en: (i) el repago parcial de la deuda a reestructurar por un importe de 400 millones de euros; (ii) un alargamiento significativo de los plazos de vencimiento de la deuda financiera remanente, hasta el año 2025; y (iii) la adaptación de las condiciones económicas de la deuda a la nueva capacidad de generación de caja del grupo. Junto a estos términos esenciales, la Reestructuración acordada permite a Prisa incurrir en nueva deuda de rango preferente a fin de fortalecer su posición de liquidez a futuro, así como realizar determinadas operaciones de reorganización societaria. Por último, entre los términos esenciales se encuentran la relajación de diversos ratios financieros y el compromiso de Prisa de alcanzar un nivel de apalancamiento máximo en diciembre 2023.**

**La Reestructuración acordada flexibilizará de esta forma la deuda financiera del Grupo y le dotará de una estructura financiera que posibilite cumplir con sus compromisos financieros, asegurando la estabilidad del Grupo en el corto y medio plazo.**

**La ejecución de la Reestructuración está condicionada a que la transmisión de determinados activos del negocio de K-12 y pre K-12 de Santillana en España llegue a buen fin. Por otra parte, la Reestructuración debe ser vinculante para la totalidad de los acreedores de la deuda financiera a reestructurar. Por ello, en el supuesto de que no se alcance una adhesión del 100% de tales acreedores a la operación, la Sociedad lanzará un procedimiento legal o judicial que permita tal eficacia general. Atendiendo a la ley aplicable a dicha deuda, es previsible que el procedimiento que se siga para ello sea el denominado "Scheme of Arrangement" previsto en la legislación inglesa.**

# ANEXO

1. Evolución del tipo de cambio 25

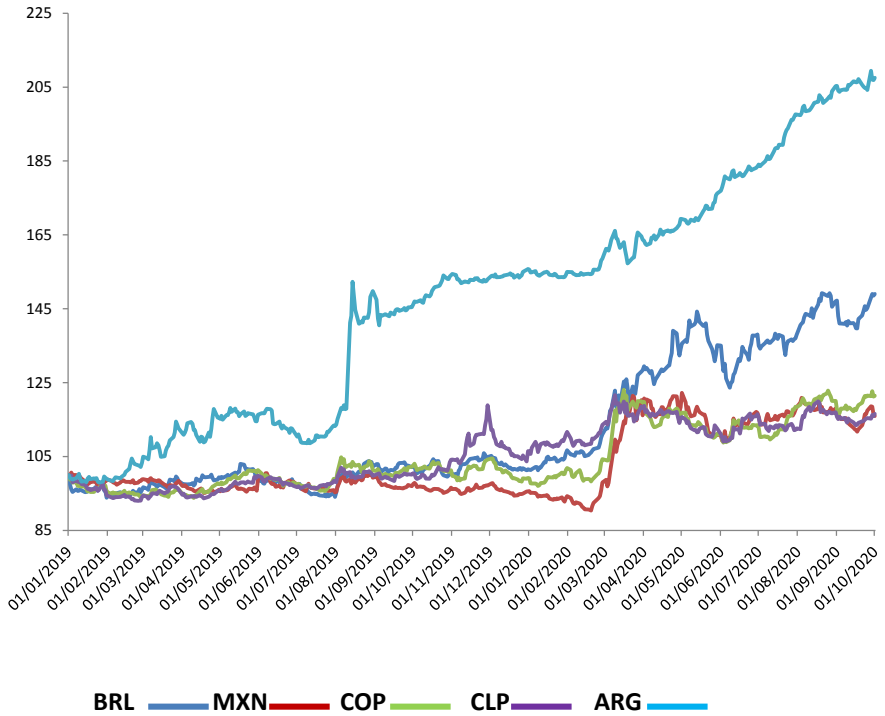
2. Desglose de ingresos y ajustes 26

# TOTAL GRUPO

## 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 Argentina, Brasil y México.

El impacto FX sobre los ingresos y el EBITDA del Grupo en los primeros 9 meses de 2020 ha sido negativo. **El impacto ha sido de -44,0 millones de euros en ingresos y de -5,4 millones de euros en EBITDA.**




| | BRL | MXN | COP | CLP | ARG |
|---|---|---|---|---|---|
| 1Q2019 | 4,28 | 21,81 | 3.560,74 | 758,39 | 44,29 |
| 2Q2019 | 4,40 | 21,47 | 3.642,38 | 767,90 | 49,36 |
| 3Q2019 | 4,41 | 21,61 | 3.718,19 | 785,13 | 55,95 |
| 4Q2019 | 4,56 | 21,32 | 3.768,78 | 836,72 | 65,70 |
| 1Q2020 | 4,91 | 22,06 | 3.907,73 | 886,42 | 67,82 |
| 2Q2020 | 5,92 | 25,67 | 4.229,51 | 905,36 | 74,48 |
| 3Q2020 | 6,29 | 25,82 | 4.365,30 | 912,46 | 85,71 |

Fuente: Bloomberg

# TOTAL GRUPO

## Desglose de ingresos y EBITDA comparable por U.N

| Millones de € | ENERO - SEPTIEMBRE | | | JULIO - SEPTIEMBRE | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Ingresos de Explotación** | 2020 | 2019 | Var.% | 2020 | 2019 | Var.% |
| **GRUPO** | **616,0** | **796,9** | **(22,7)** | **223,2** | **311,2** | **(28,3)** |
| Educación | 392,3 | 461,1 | (14,9) | 147,8 | 205,2 | (28,0) |
| Radio | 122,5 | 196,4 | (37,6) | 41,1 | 61,9 | (33,7) |
| Prensa Total - incluye PBS y Tecnología | 113,5 | 152,9 | (25,8) | 37,9 | 48,4 | (21,7) |
| Otros | (12,3) | (13,6) | 9,4 | (3,5) | (4,2) | 15,9 |

0

| Millones de € | ENERO - SEPTIEMBRE | | | JULIO - SEPTIEMBRE | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **EBITDA Comparable** | 2020 | 2019 | Var.% | 2020 | 2019 | Var.% |
| **GRUPO** | **82,1** | **165,3** | **(50,3)** | **50,0** | **79,6** | **(37,1)** |
| Educación | 110,1 | 129,2 | (14,8) | 55,5 | 67,4 | (17,5) |
| Radio | (6,2) | 41,8 | --- | (1,0) | 13,7 | --- |
| Prensa Total - incluye PBS y Tecnología | (17,0) | 1,1 | --- | (3,3) | (0,5) | --- |
| Otros | (4,8) | (6,9) | 30,8 | (1,2) | (1,0) | (21,5) |

| Millones de € | ENERO - SEPTIEMBRE | | | JULIO - SEPTIEMBRE | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **EBITDA Comparable sin indemnizaciones** | 2020 | 2019 | Var.% | 2020 | 2019 | Var.% |
| **GRUPO** | **86,9** | **173,5** | **(49,9)** | **51,2** | **80,8** | **(36,6)** |
| Educación | 112,1 | 132,2 | (15,2) | 56,4 | 68,5 | (17,7) |
| Radio | (5,7) | 44,0 | --- | (0,8) | 13,6 | --- |
| Prensa Total - incluye PBS y Tecnología | (15,4) | 3,9 | --- | (3,2) | (0,2) | --- |
| Otros | (4,1) | (6,6) | 39,0 | (1,2) | (1,0) | (19,0) |

## Ajustes entre EBITDA reportado y EBITDA comparable

| Millones de € | ENERO - SEPTIEMBRE | | | JULIO - SEPTIEMBRE | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Efecto Sentencia Mediapro** | 2020 | 2019 | Var.% | 2020 | 2019 | Var.% |
| **Efectos extraordinarios en Ingresos** | **0,0** | **0,0** | **---** | **0,0** | **0,0** | **---** |
| | | | --- | 0,0 | 0,0 | --- |
| **Efecto en Gastos** | **0,0** | **51,0** | **(100,0)** | **0,0** | **0,0** | **---** |
| Mediapro Rulling | | 51,0 | (100,0) | 0,0 | 0,0 | --- |

A los resultados reportados, se ajusta en 2019 el gasto extraordinario de 51 millones de Mediapro para mostrar la evolución comparable del negocio.

Relación con Inversores
+34 91 330 1085
ir@prisa.com

www.prisa.com