



INFORME DE RESULTADOS ENERO-DICIEMBRE 2021

PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.
28 de febrero de 2022



Índice

Resumen	3
Grupo PRISA	
Resultados financieros	4
Cuenta de Resultados	5
Estado de flujos de efectivo	6
Posición Financiera Neta	7
Acuerdo de Refinanciación	8
Nuevo acuerdo de Sale & Lease	9
Balance	10
Educación	
Resultados financieros	11
Desglose de ingresos	13
Cuenta de Resultados	14
PRISA Media	
Resultados financieros	15
Cuenta de Resultados	17
ESG	18
Outlook 2022	19
Anexo	
Educación Q&A	21
PRISA Media Q&A	22
Evolución del tipo de cambio	24
Desglose de ingresos y ajustes	25
Calendario de próximos eventos	26

Resumen

*El EBITDA del periodo, sin indemnizaciones, mejora un 46,2% en comparación con el año anterior (107 M€ vs 73 M€). La mejora operativa de los negocios en la segunda parte del año, compensa las caídas del primer trimestre afectado todavía por la pandemia. PRISA Media ha ganado cuota de mercado publicitario en todos sus mercados y Educación ha tenido un extraordinario comportamiento en el 4T tanto en su negocio público como en su negocio privado. **Se supera el Guidance de EBITDA de alcanzar entre 95-100 M€.***

En el 4T estanco, PRISA generó unos ingresos de 255 M€, un 24% más que el mismo periodo del año anterior. El EBITDA excluyendo indemnizaciones fue de 65 M€; un 44% más que en el mismo trimestre del año anterior. PRISA Media mostró una fuerte recuperación debido al crecimiento de la publicidad, el impulso digital y el control de costes con un fuerte esfuerzo en reestructuración mientras que el negocio de Educación, mejoró sus resultados gracias al continuado impulso de sus modelos de suscripción, el buen comportamiento de las ventas públicas y la buena evolución de la campaña Norte. Se ha producido la reapertura de colegios en prácticamente todos los países de LatAm.

El negocio digital continúa su expansión, con un crecimiento del número de suscripciones del 16% en modelos Ed-Tech en LatAm hasta alcanzar 1.998.800 suscripciones; EL PAÍS alcanzó 176.760 suscriptores (136.519 suscriptores digitales exclusivos) y Radio registró 67,2 M de horas mensuales de media de streaming y 33,7 M de descargas de podcast. Los ingresos digitales del grupo aumentaron su contribución en un 8,3% hasta representar el 30% del total.

Los resultados de los 12 meses en Educación incluyen i) la evolución del 1º trimestre, especialmente afectada por una comparación desigual con el 1º trimestre de 2020 (campaña Sur afectada en 2021 por colegios cerrados frente a la campaña Sur 2020 apenas afectada y registro de ventas públicas extraordinarias en 2020); ii) un 2º trimestre no

relevante por la estacionalidad del negocio, que mostró una notable mejora en todas las líneas de actividad (con el registro de la venta pública de México y parte de la venta pública de Brasil); iii) Un tercer trimestre donde se observa una mejora de los ingresos en todas las líneas de actividad respecto a 2020 y iv) un cuarto trimestre donde los ingresos crecieron un +44,5% en moneda local o +42,7% en euros gracias a una mayor cuota en las ventas públicas y al inicio de la Campaña Sur 2022.

Los modelos de suscripción Ed-tech, **muestran un extraordinario comportamiento.** El número de suscripciones crecieron un 16% hasta rebasar las 1,998,000 superando el 15% de crecimiento esperado y en línea con las cerca de 2 Millones de suscripciones previstas. En cuanto a los ingresos en moneda local, se obtuvo un crecimiento del 7,9% tal y como se había indicado a inicios de 2021. El primer trimestre de 2022, será relevante por el peso de la campaña Sur. La situación de los colegios comienza a estabilizarse a pesar de que el retorno a los colegios todavía no es 100% presencial.

En PRISA Media (Radio y Noticias) los ingresos crecieron un 14% en 2021 (T1:-9,3%; T2:+52,6%; T3:+17,4%; T4:+7,5%) impulsados por la recuperación de la publicidad desde el segundo trimestre del año y el continuo crecimiento digital. Los ingresos publicitarios de PRISA Media crecieron un 17% en el periodo (T1:-10,3%; T2:+60,6%, T3:+21,8%; T4:+9,0%). La recuperación de la publicidad con incremento de cuota, el crecimiento digital y el control de costes se tradujeron en una mejora del EBITDA en el año de 15 M€ (43 M€ excluyendo indemnizaciones). PRISA Media ha realizado un gran esfuerzo en reestructuración. En la segunda mitad de 2021, con el impulso digital y el esfuerzo en reestructuración completo, la plataforma de medios alcanza la situación que la prepara para crecer.

En el área corporativa, se ha alcanzado un principio de acuerdo para la refinanciación de la deuda permitiendo al Grupo centrarse plenamente en la ejecución de su plan de negocio gracias a la mejora de los términos actuales adquiriendo una mayor flexibilidad.

Puntos destacados

El EBITDA 2021 rebasa el Guidance (95 - 100 M€): 107 M€ (14% Margen EBITDA Ajustado)

Durante el segundo semestre, el Management se ha centrado plenamente en el crecimiento del negocio y la eficiencia y, como resultado, se ha superado el rango previsto de 95-100 M€ de EBITDA ajustado. El cuarto trimestre muestra mejoras en todas las líneas de negocio, con un margen de EBITDA ajustado del 25%.

Impulso continuado de lo digital

Las suscripciones en los modelos Ed-Tech aumentaron un 16% (a/a) hasta superar las 1,998,000.

EL PAÍS alcanzó 177 K suscriptores de los cuales 137 K son sólo digitales (+61% a/a).

Radio sigue aumentando el consumo de horas de streaming (+20%) y las descargas de podcasts (+42%).

Implantada una organización ágil tras fuertes medidas de control de costes y eficiencia en los negocios y corporativo

Plan de eficiencia de reducción de costes fijo de 30 M€ superado.

Nuevas medidas de eficiencia adoptadas en PRISA Media y HoldCo con un nuevo acuerdo de Arrendamiento de edificios.

Acuerdo de refinanciación de la deuda (Ver pág. 8)

Se alarga el vencimiento, se gana flexibilidad con la mejora de las condiciones de los covenants y se establecen mejoras de márgenes vinculados a ESG.

Resultados Financieros - Grupo

En el cuarto trimestre estanco, PRISA generó unos ingresos de 255 M€, un 24% más que en el mismo periodo del año anterior (206 M€) con una mejora de 58 M€ de la generación de caja excluyendo extraordinarios en 2021.

Ingresos

En 2021, los ingresos totales del Grupo alcanzaron los 741 M€, frente a los 701 M€ del mismo periodo del año anterior, lo que supone un aumento del 5,8% (+9,4% en moneda constante). El crecimiento de ingresos de PRISA Media del 14,1% impulsados por la publicidad y el crecimiento digital compensa la caída de ingresos de Educación del 1,9% que arrastra el comportamiento de la campaña Sur del 1T afectada por el cierre de colegios pero que muestra una buena evolución en el segundo semestre del año gracias a los buenos resultados conseguidos en la venta pública de Brasil (PNLD) y al inicio de la campaña sur 2022.

EBITDA

El EBITDA contable de 2021 fue de 63,1 M€, frente a los 63,9 M€ del año anterior, lo que supone un descenso del 1,2% o un crecimiento del 10,6% en moneda constante. La caída del EBITDA contable en el periodo obedece al gran esfuerzo en reestructuración con el registro de 44 M€ de indemnizaciones en el periodo frente a 9 M€ en el ejercicio anterior. El EBITDA excluyendo indemnizaciones ascendió a 107 M€, frente a los 73 M€ en el ejercicio anterior, lo que supone una mejora operativa del 46%.

Tipo de cambio

El tipo de cambio ha tenido un efecto negativo en ingresos durante 2021 de 24,9 M€ y un efecto negativo en EBITDA de 7,7 M€ fundamentalmente por la devaluación de Brasil. En 2021, se ha comenzado a trabajar en la implementación de una política activa de coberturas.

Puntos destacados

Mejora del EBITDA operativo excluyendo indemnizaciones 2021: (107 M€ vs 73 M€) +46% // T4: (65 M€ vs 45 M€): +44%
Fuerte recuperación en el cuarto trimestre tanto en el negocio de Media como en Educación.

La Generación de caja excluyendo extraordinarios mejora en el periodo gracias a la mejora operativa, el control del CAPEX y la gestión del circulante

2021 +1,6 M€ vs. -56,2 M€ 2020.

4T2021 +0,2 M€ vs. -35,7 M€ 4T2020.

Fuertes esfuerzos de reestructuración durante el año (67 M€), con el objetivo de resolver los bloqueos históricos.

Deuda bancaria se sitúa en 756 M€ frente a 679 M€ a diciembre de 2020

La deuda NIIF16 se sitúa en 69 M€ tras la renegociación del Sale and Lease Back firmado en 2008.
Covenant DFN/ EBITDA ajustado $\approx$ 8x.

Se mantiene una fuerte posición de liquidez

La posición de Caja se sitúa en 169 M€.

Líneas de liquidez adicionales no dispuestas por 102 M€.

Acuerdo alcanzado en la renegociación de los contratos de Arrendamiento de los inmuebles (Ver página 9)

El acuerdo alcanzado para los inmuebles de Madrid y Barcelona, supone ganar flexibilidad con ventanas de salidas, una disminución de la deuda de 28 M€ y una mejora media del EBITDA anual de 1 M€ (2022-2025).

Beneficio Neto

El beneficio neto comparable en 2021 alcanza -91 M€ frente a los -122 M€ en el ejercicio anterior. La mejora operativa y el mejor resultado financiero por una menor deuda se ha visto condicionado por las mayores indemnizaciones llevadas a cabo en 2021. El resultado neto contable recoge como extraordinarios el impacto de la renegociación de los contratos de edificios por 12,7 M€ (para maximizar la generación de caja futura de la compañía) y una provisión de 3,3 M€ por un litigio del pasado.

Generación de Caja

Generación de Caja positiva excluyendo extraordinarios en comparación con 2020 (2 M€ frente a -56 M€) explicado por i) la mejora operativa ii) la gestión del capex, iii) el resultado positivo de algunos actos de IVA (incluidos en otros flujos de actividades de explotación) y iv) los menores intereses por la menor deuda.

Deuda

La deuda bancaria neta al final del periodo se sitúa en 756 M€, frente a los 679 M€ de diciembre de 2020. A 31 de diciembre, la caja es de 169 M€, con 102 M€ adicionales en líneas no dispuestas.

Edificios

Se ha alcanzado un acuerdo para la renegociación de los contratos de alquiler de las oficinas en Madrid y Barcelona, lo que supone una mayor flexibilidad al acordar ventanas de salidas, optimización de los espacios con una visión de ESG y una mejora de los términos actuales que supone maximizar la generación de caja y reducir el apalancamiento.

Grupo PRISA – Cuenta de Resultados

	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2021	2020	Var.	2021	2020	Var.
Millones de €						
Resultados Reportados						
Ingresos de Explotación	741,2	700,6	5,8%	255,4	206,0	24,0%
EBITDA Contable	63,1	63,9	-1,2%	45,1	40,6	11,2%
<i>Margen EBITDA</i>	8,51%	9,12%	-6,6%	17,67%	19,70%	-10,3%
EBITDA sin indemnizaciones	106,7	73,0	46,2%	64,6	45,0	43,6%
<i>Margen EBITDA sin indemnizaciones</i>	14,40%	10,42%	38,2%	25,31%	21,85%	15,8%
EBIT Contable	-19,7	-29,1	32,3%	9,2	21,2	-56,5%
<i>Margen EBIT</i>	-5,58%	-6,01%	7,2%	-5,58%	-6,01%	7,2%
Resultado Financiero	-63,3	-128,8	50,9%	-18,1	-69,0	73,8%
Gastos por intereses de financiación	-49,7	-71,1	30,1%	-11,2	-18,2	38,4%
Otros resultados financieros	-13,5	-57,7	76,6%	-6,9	-50,8	86,5%
Resultado puesta en equivalencia	1,4	-8,5	---	1,5	-1,6	---
Resultado antes de impuestos	-81,6	-166,4	51,0%	-7,4	-49,5	85,1%
Impuesto sobre sociedades	21,0	81,1	-74,1%	11,3	17,5	-35,4%
Resultado operaciones en discontinuación	-3,3	322,9	---	-3,3	366,0	---
Resultado atribuido a socios externos	0,7	-14,3	---	2,6	-0,1	---
Resultado Neto	-106,5	89,7	---	-24,7	299,0	---
Renegociación alquileres	12,7		---	12,7		---
Venta Santillana España		-377,3	100,0%		-377,3	100,0%
Deterioro por venta MC		77,3	-100,0%			---
Deterioros fiscales		62,4	-100,0%		-2,1	100,0%
Deterioros Activos Radio		26,0	-100,0%		4,1	-100,0%
Contencioso DTS	3,3		---	3,3		---
Resultado Neto Comparable	-90,5	-121,9	25,8%	-8,7	-76,3	88,6%

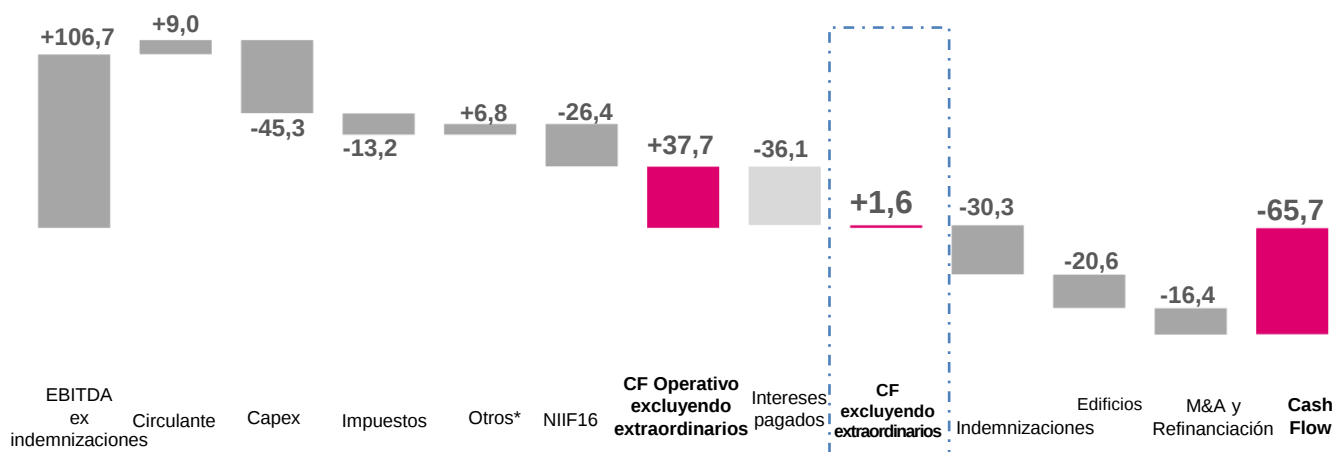
	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2021	2020	Var.	2021	2020	Var.
Millones de €						
Resultados a tipo de cambio constante						
Ingresos de Explotación	766,2	700,6	9,4%	257,7	206,0	25,1%
EBITDA	70,7	63,9	10,6%	48,1	40,6	18,4%
<i>Margen EBITDA</i>	9,22%	9,12%	1,2%	18,65%	19,70%	-5,3%
EBITDA sin indemnizaciones	114,4	73,0	56,7%	67,4	45,0	49,8%
EBIT	-14,9	-29,1	48,8%	12,0	21,2	-43,6%
<i>Margen EBIT</i>	-1,94%	-4,15%	53,2%	4,64%	10,30%	-54,9%

Grupo PRISA – Estado de flujos de efectivo

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Millones de €	Dic. 2021	Dic. 2020	Var. 21/20		Q4 2021	Q4 2020	Var. 21/20	
			Abs	%			Abs	%
EBITDA	63,1	63,9	-0,8	-1,2%	45,1	40,6	4,6	11,3%
Gastos de Indemnizaciones	43,6	9,1	34,5	378,0%	19,5	4,4	15,1	340,3%
EBITDA (excluyendo indemnizaciones)	106,7	73,0	33,7	46,2%	64,7	45,0	19,7	43,7%
Variación del Circulante	9,0	7,8	1,2	16,1%	-17,9	-26,5	8,5	32,3%
Pago de Indemnizaciones	-30,3	-8,4	-22,0	-263,0%	-10,1	-3,6	-6,5	-179,9%
Pago de Impuestos	-13,2	-17,8	4,6	25,9%	-1,3	-2,5	1,2	46,8%
Otros flujos de las actividades de explotación	6,5	-0,4	6,9	---	-3,6	3,1	-6,7	---
Capex	-45,3	-45,4	0,1	0,3%	-15,2	-10,1	-5,1	-50,8%
Inmovilizado financiero	-0,3	0,2	-0,5	---	-0,1	0,3	-0,5	---
CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN	33,1	9,0	24,1	268,1%	16,3	5,7	10,6	184,9%
Pago de intereses	-36,1	-61,2	25,0	40,9%	-19,9	-37,4	17,5	46,7%
Cobro de dividendos	1,8	10,9	-9,1	-83,3%	0,2	0,0	0,2	---
Pago de dividendos	-1,8	-2,5	0,7	27,5%	-0,1	-1,4	1,3	94,1%
Otros flujos de las actividades de financiación	-31,0	-29,5	-1,4	-4,8%	-7,9	-6,6	-1,3	-19,7%
NIIF 16	-26,4	-27,1	0,8	2,9%	-6,6	-6,8	0,2	3,0%
Otros	-4,6	-2,4	-2,2	-91,4%	-1,3	0,2	-1,5	---
CASH FLOW DE FINANCIACIÓN	-67,0	-82,2	15,2	18,5%	-27,7	-45,4	17,7	38,9%
CASH FLOW ANTES DE DESINVERSIONES	-33,9	-73,2	39,3	53,7%	-11,4	-39,7	28,3	71,2%
Desinversiones	5,2	8,7	-3,5	-40,5%	1,6	0,4	1,2	279,6%
CASH FLOW ANTES DE OPERACIONES	-28,8	-64,6	35,8	55,5%	-9,8	-39,2	29,4	75,0%
CASH FLOW ANTES DE EXTRAORDINARIOS	1,6	-56,2	57,8	---	0,2	-35,7	35,9	---
CASH FLOW OPERACIONES	-37,0	466,8	-503,7	---	-21,3	455,9	-477,2	---
CASH FLOW	-65,7	402,2	-467,9	---	-31,1	416,7	-447,7	---

Enero - Diciembre 2021



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

Grupo PRISA – Posición Financiera Neta

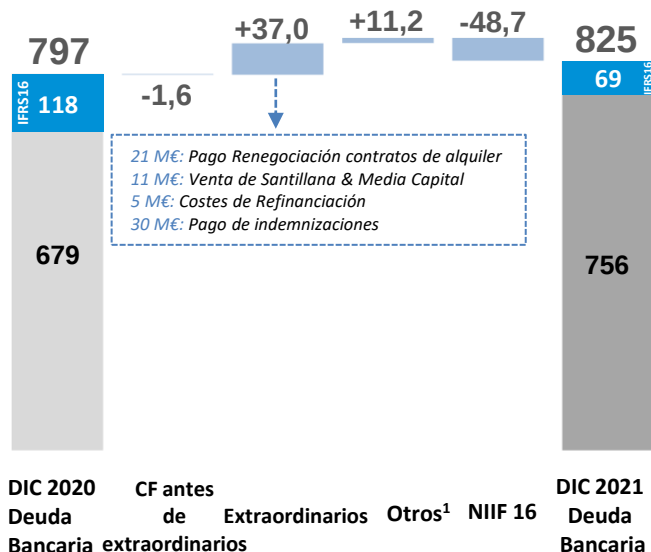
DEUDA BANCARIA TOTAL

		Dic. 2021	Dic. 2020	Var. 21/20	
Millones de €				Abs	%
Deudas con entidades de crédito		949,3	913,3	35,9	3,9%
	A largo Plazo	934,3	810,6	123,8	15,3%
	A corto Plazo	14,9	102,7	-87,8	-85,5%
Inversiones financieras corrientes		-2,1	-6,1	4,0	65,5%
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes		-168,7	-221,9	53,2	24,0%
Valor presente		-22,4	-6,0	-16,4	-271,4%
DEUDA BANCARIA TOTAL		756,1	679,3	76,8	11,3%
Pasivo NIIF 16		69,0	117,7	-48,7	-41,4%
DEUDA BANCARIA TOTAL CON NIIF 16		825,1	797,0	28,1	3,5%

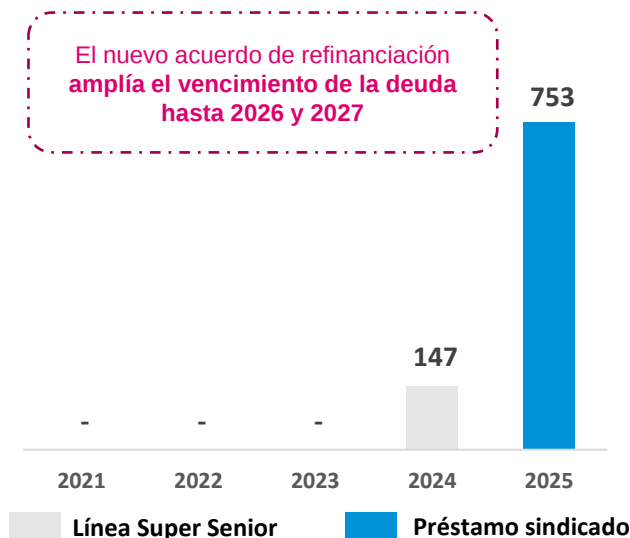
DEUDA BANCARIA TOTAL POR UNIDAD DE NEGOCIO (incluye Intercos)

	Dic. 2021	Dic. 2020	Var. 21/20	
Millones de €			Abs	%
PRISA Holding + PRISA Gestión Financiera + PAE + Otros	761,9	700,2	61,7	8,8%
Deudas con entidades de crédito	905,1	869,6	35,5	4,1%
Caja, IFT y deuda intragrupo	-143,2	-169,4	26,2	15,5%
Santillana	-98,2	-94,2	-4,0	-4,3%
PRISA Media	92,4	73,3	19,1	26,0%
Radio	5,7	3,7	2,0	52,5%
PRISA Noticias Gestión	94,6	69,6	25,0	35,9%
Otros	-7,9	0,0	-7,9	---
DEUDA BANCARIA TOTAL	756.1	679.3	76.8	11.3%

Evolución deuda Neta (M€)



Perfil de vencimiento de la deuda actual (M€)



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

Grupo PRISA – Refinanciación

PRISA ha llegado a un principio de acuerdo con los acreedores para la Refinanciación de la deuda actual que tiene el Grupo, extendiendo plazo y rebajando el coste.

El acuerdo permite a PRISA centrarse plenamente en la ejecución de su plan de negocio y en el desarrollo de su equity story.

Ventajas competitivas

El nuevo acuerdo de refinanciación otorga a PRISA ventajas competitivas frente al acuerdo anterior, y cuenta con el apoyo de acreedores que por primera vez apuestan por el crecimiento del negocio. El acuerdo dota a la compañía de una mayor flexibilidad y opcionalidad, con extensión de plazos, mejora de coste, flexibilidad en los covenants e incorporación de mejora de coste ligados a ESG. Este acuerdo permite al grupo centrarse plenamente en el crecimiento de sus negocios y en la ejecución de su plan de negocio.

Estructura

El nuevo acuerdo estructura la deuda dividiendo el préstamo sindicado en dos tramos diferenciados (uno de deuda senior y otro de deuda junior) según los siguientes tramos :

- C.€569 Mn¹ de deuda Senior
- C.€181 Mn¹ de deuda Junior

Adicionalmente se ha llegado a un acuerdo para extender la línea super senior y la línea de circulante (€159 Mn¹ de deuda Super senior + €80 Mn de RCF)

Mejora de los costes

El nuevo acuerdo de refinanciación supone un coste combinado de la deuda del 5,99%² frente al coste combinado del 7,16%² de la refinanciación anterior e incluye un incentivo de mejora de margen de 3bps vinculado al cumplimiento de determinados parámetros de ESG.

Extensión de vencimientos

El acuerdo de Refinanciación incluye la extensión de las fechas de vencimiento de la deuda Senior hasta diciembre de 2026 frente a los vencimientos de 2025 previstos en el acuerdo anterior. El vencimiento de la deuda Junior será en junio de 2027.

Mejora de los Covenant

Con el nuevo acuerdo, se suavizan los covenants aumentando el margen operativo de la compañía para su cumplimiento y se elimina la incertidumbre del anterior acuerdo de refinanciación que obligaba a tener un apalancamiento de deuda neta/EBITDA en septiembre de 2023 inferior a 4,25x. Se dota a la compañía de una estructura que posibilita el cumplimiento de sus obligaciones financieras.

Mayor flexibilidad

Mayor flexibilidad para la financiación de adquisiciones, el reembolso de la deuda, reinversión en el negocio y operaciones de M&A.

Cierre de la transacción

El acuerdo ha sido suscrito por entidades acreedoras que representan más del 95% del préstamo sindicado a refinanciar. La compañía continua promoviendo la adhesión de las entidades acreedoras restantes al acuerdo de cara a alcanzar unanimidad, y espera formalizar el cierre de la operación a finales de marzo.

1. Sujeto a cambios en función de la fecha de cierre. Las cifras ilustrativas suponen una emisión a partir del 28 de febrero de 2022 y no reflejan la emisión original con descuento aplicable ni la comisión de adhesión al acuerdo.
2. Coste combinado desde el 28 de febrero de 2022 hasta junio de 2026. Para la financiación anterior, el coste combinado asume que la deuda actual de la empresa se prolongaría hasta junio de 2026 en las condiciones actuales. Excluye el impacto de 32 millones de warrants emitidos por los Accionistas.

Grupo PRISA – Alquileres

PRISA ha llegado a un acuerdo de renegociación de los términos actuales de los contratos de alquiler de las oficinas en Madrid (Gran Vía y Miguel Yuste) y Barcelona (Caspe)

Esta operación refleja el foco y el esfuerzo del Grupo PRISA por maximizar la generación de efectivo y reducir el apalancamiento.

Ventajas de la renegociación

La renegociación de los contratos de alquiler de las oficinas dotan al Grupo de una mayor flexibilidad frente a los contratos existentes. Fruto de la renegociación se introducen ventanas de salida que permiten la salida anticipada de tres de los edificios del complejo de Miguel Yuste. Las condiciones existentes tenían un vencimiento en 2033 y no contemplaban la posibilidad de traslado de oficinas. Además se ha conseguido una disminución de la duración mínima de los contratos de alquiler vigentes y una reducción de las cuotas de arrendamiento futuras.

Reducción de la deuda Neta

La renegociación de los contratos de alquiler hace que la deuda neta del Grupo disminuya en aproximadamente 28 M€ en 2021, disminuyendo la deuda asociada a NIIF 16 en 49 M€.

Ahorro de costes y EBITDA

Como resultado de la operación se espera unos ahorros anuales combinados de 4,4 M€ (3,2 M€ en 2022 y unos 4,5 M€ en 2025).

En cuanto al EBITDA se espera un aumento promedio anual combinado de alrededor de 1 M€ (300.000 euros en 2022 y alrededor de 1,1 M€ para 2025). El Valor Actual Neto de los ahorros de coste de la renegociación es de 14 M€ con una Tasa Interna de Retorno del 20%.

Orientado a ESG

Optimización de los espacios, adaptándolos a la realidad que fomenta el teletrabajo y la conciliación de la vida laboral y familiar, reduciendo el consumo de recursos y permitiendo crear oficinas más inteligentes.

Pago de 20 M€ para iniciar la renegociación

Para poder llevar a cabo la renegociación se ha realizado un pago único de 20 M€. Esta cantidad ha sido sustancialmente inferior a las penalizaciones del contrato existente. Se estima un payback de 4 a 5 años. Este proceso ha tenido un impacto negativo en la cuenta de resultados de 2021 de 12,7 M€.

Grupo PRISA - Balance

		ACTIVO	
Millones de euros		31/12/2021	31/12/2020
ACTIVO NO CORRIENTE		399,22	443,26
Inmovilizado material		109,68	155,46
Fondo de comercio		109,54	112,50
Inmovilizado inmaterial		96,01	97,54
Inversiones financieras no corrientes		11,36	10,49
Sociedades puestas en equivalencia		27,02	24,68
Activos por impuestos diferidos		45,60	42,56
Otros activos no corrientes		0,01	0,02
ACTIVOS CORRIENTES		479,06	528,46
Existencias		39,92	45,71
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar		265,74	248,71
Inversiones financieras corrientes		2,43	7,72
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes		168,67	221,88
Activos mantenidos para la venta		2,31	4,44
TOTAL ACTIVO		878,28	971,72

		PASIVO	
Millones de euros		31/12/2021	31/12/2020
PATRIMONIO NETO		-511,81	-402,98
Capital suscrito		70,87	70,87
Reservas		-521,12	-609,85
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante		-106,51	89,74
Socios Externos		44,95	46,27
PASIVOS NO CORRIENTES		1.033,81	948,54
Deudas con entidades de crédito		934,34	810,57
Otros pasivos financieros no corrientes		53,85	99,35
Pasivos por impuestos diferidos		21,34	16,84
Provisiones		21,02	19,20
Otros pasivos no corrientes		3,26	2,59
PASIVOS CORRIENTES		356,28	426,16
Deudas con entidades de crédito		14,92	102,75
Otros pasivos financieros corrientes		15,88	18,56
Acreedores comerciales		195,98	191,45
Otras deudas corrientes		93,19	80,00
Ajustes por periodificación		35,22	29,97
Pasivos mantenidos para la venta		1,10	3,43
TOTAL PASIVO		878,28	971,72

Educación – Santillana

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

Dentro del mercado de K-12, Santillana desarrolla sus actividades en 2 áreas con dinámicas de mercado distintas: En primer lugar tenemos Mercado Privado de LatAm al cual corresponde el 64% del las ventas de Santillana. El mercado está enfocado en la transformación del mercado educativo y el crecimiento de los modelos de suscripción que ya representan un 60% del total de las ventas privadas. En segundo lugar tenemos el Mercado Público que representa el 36% de las ventas de Santillana. Este mercado posee programas asentados en Brasil y México y crecimiento de cuotas.

Resultados Financieros

Los ingresos de Santillana en 2021 caen frente a los 2020 debido al registro de ingresos del PNLD'19 que se realizó en enero de 2020. Excluyendo este impacto se produciría un crecimiento de 19 M€ gracias al incremento de la venta pública que ha compensado la caída de las ventas de privado didáctico.

Los resultados de 2021 en Educación muestran una recuperación a lo largo del año a pesar de la caída del primer trimestre donde las campañas Sur 2021 se vieron afectadas por los cierres de colegios debido a las restricciones de la pandemia y por los ingresos excepcionales del 1er trimestre de 2020 por ventas públicas de 26 M€ correspondientes al PNLD 2019 de Brasil. En la segunda mitad del año se ha mostrado crecimiento en todas las líneas de negocio en comparación con 2020, en especial en el cuarto trimestre donde la venta pública ha sido mejor de lo esperado gracias a la cuota de mercado conseguida (32%) y al inicio de la campaña sur 2022 donde se ven signos positivos para el año que viene a pesar de continuar con un modelo híbrido (presencial + a distancia). En consecuencia, la evolución trimestral de los ingresos ha sido la siguiente (T1: -53,6%; T2: +76,4%; T3: +38,6%; T4:+42,7%). En el acumulado del año, la caída de ingresos es del 2% en euros arrastrada por el peso de la campaña Sur privada 2021 que se vio fuertemente afectado por las restricciones. Cabe destacar que se ha alcanzado el Guidance, tanto en suscripciones como en ingresos en moneda local, ofrecido a mercado para los modelos de suscripción Ed-tech. Los modelos de suscripción han mostrando su resiliencia a pesar del entorno adverso, con numerosas restricciones debido a la pandemia, en los países de latino América en los que Santillana está presente.

En 2021, los ingresos en moneda local crecen un 4,4% en comparación con 2020 hasta alcanzar los 382 M€ cumpliendo con las previsiones ofrecidas a mercado a inicio de año

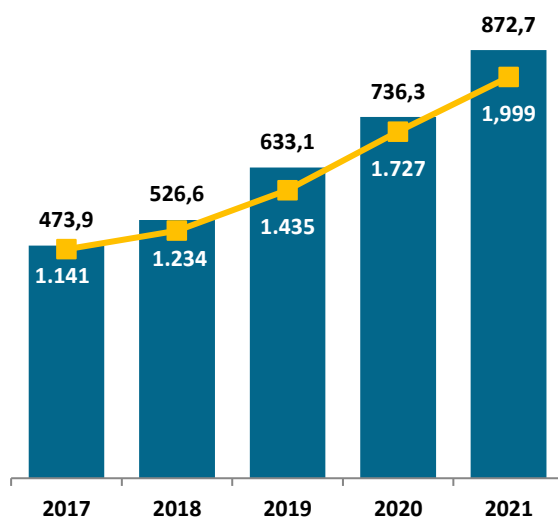
Ventas Mercado Privado

Modelos de Suscripción

Los modelos de suscripción son la principal fuente de ingresos de la compañía y representan mas del 60% del total de la ventas privadas. Han demostrando su resiliencia en un entorno adverso, creciendo un 16% hasta alcanzar los 1.998.800 de suscripciones. Se han alcanzado las previsiones de cierre de 2021, tanto en número de suscripciones, con un crecimiento superior al 15% y casi 2 millones de suscritos, como en el aumento de los ingresos en moneda local, con un incremento del 8% respecto 2020.

En los sistemas integrales de UNO en Brasil se ha producido un descenso de la matrícula, sobre todo en preescolar, que afecta al número total, que cae en torno al 4%. La transformación del negocio didáctico ha funcionado más hacia modelos flexibles (+21%) como Compartir, que muestra un crecimiento de alrededor del 27%. Cabe mencionar el buen funcionamiento de los sistemas disciplinares con un crecimiento anual del 22%.

Ingresos por suscripciones y evolución de suscripciones
Millones de BRL y suscripciones en miles



Ventas didácticas

En 2021, las ventas del negocio didáctico privado en LatAm ascendieron a 88 M€ (39% del total de las ventas privadas) y mostraron un descenso del 26% tanto en moneda local como en euros que se explica por i) la comparación con una Campaña Sur en 2020 que apenas se vio afectada por la pandemia ii) la no reapertura de todos los colegios; iii) el difícil entorno que dificultó el trabajo de los equipos comerciales y iv) el trasvase de alumnos de los colegios privados a los públicos.

Educación – Santillana

Única plataforma Pan-LatAm que opera en el mercado educativo de K-12. Con liderazgo en 19 países, Santillana tiene centrada su estrategia en la transformación y digitalización del mercado educativo de K-12 en Latinoamérica mediante el impulso de los modelos de suscripción

Ventas mercado público

Las Ventas Públicas ascienden a 124 M€, con un crecimiento del 33% en moneda local o del 23% en euros. El aumento de los ingresos viene dado por un mayor volumen de las ventas públicas en el cuarto trimestre donde la cuota alcanzada, del 32%, ha sido superior a la esperada en el pedido de novedades del PNLD de Brasil. En 2021, tocaba el ciclo alto del PNLD, es decir, se esperaba un año con mayores reposiciones y novedades. En el cuarto trimestre se han registrado el resto de reposiciones de Brasil y las novedades de Ensino Medio. Además de Brasil, cabe destacar que el pedido final de República Dominicana ha sido superior al esperado.

Educación – Desglose de ingresos

Ingresos por actividad	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2021	2020	Var.	2021	2020	Var.
Millones de €						
Venta de educacion	350,1	362,1	-3,3%	133,0	93,0	43,0%
Privado Latam	223,4	256,4	-12,9%	68,5	60,1	14,0%
Suscripción	135,2	136,8	-1,2%	43,1	33,4	28,9%
Didáctico	88,2	119,7	-26,3%	25,4	26,7	-4,8%
Público	124,2	100,8	23,2%	64,3	32,5	97,8%
Otros*	2,5	4,8	-48,7%	0,3	0,5	-41,2%
Otros ingresos	8,7	3,8	131,1%	2,5	1,9	28,0%
Ingresos de Explotación	358,8	365,8	-1,9%	135,5	95,0	42,7%

Ingresos por actividad tipo de cambio constante	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2021	2020	Var.	2021	2020	Var.
Millones de €						
Venta de educacion	373,2	362,1	3,1%	134,9	93,0	45,0%
Privado Latam	236,5	256,4	-7,8%	67,7	60,1	12,6%
Suscripción	147,6	136,8	7,9%	44,7	33,4	33,8%
Didáctico	88,9	119,7	-25,7%	23,0	26,7	-13,9%
Público	134,2	100,8	33,1%	67,0	32,5	106,2%
Otros*	2,5	4,8	-48,7%	0,3	0,5	-41,2%
Otros ingresos	8,8	3,8	133,3%	2,3	1,9	19,5%
Ingresos de Explotación	382,0	365,8	4,4%	137,2	95,0	44,5%

Educación – KPIs digitales

	Diciembre 2021	Diciembre 2020	Var (%)
Suscripciones Ed-tech (k)	1.999	1.727	15,8%
ACV* Moneda Local (M€)	147,4	139,1	5,9%
Venta Sistemas/Privada a TC CTE	62%	52%	18,0%

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

Educación – Cuenta de Resultados

	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
Millones de €	2021	2020	Var.	2021	2020	Var.
Resultados Reportados						
Ingresos de Explotación	358,8	365,8	-1,9%	135,5	95,0	42,7%
Gastos de Explotación Contables	289,5	288,8	0,3%	97,2	69,2	40,5%
EBITDA Contable	69,3	77,0	-10,1%	38,3	25,8	48,6%
Margen EBITDA	19,30%	21,06%	-8,3%	28,28%	27,14%	4,2%
EBITDA sin indemnizaciones	75,5	80,9	-6,7%	40,9	27,7	47,5%
Margen EBITDA sin indemnizaciones	21,03%	22,11%	-4,9%	30,17%	29,19%	3,4%
EBIT Contable	26,1	34,1	-23,5%	23,1	13,3	73,7%
Margen EBIT	7,28%	9,33%	-22,0%	17,08%	14,03%	21,8%

	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
Millones de €	2021	2020	Var.	2021	2020	Var.
Resultados a tipo constante						
Ingresos de Explotación	382,0	365,8	4,4%	137,2	95,0	44,5%
Gastos de Explotación Contables	305,5	288,8	5,8%	96,5	69,2	39,5%
EBITDA Contable	76,5	77,0	-0,7%	40,7	25,8	58,0%
Margen EBITDA	20,02%	21,06%	-4,9%	29,68%	27,14%	9,4%
EBITDA sin indemnizaciones	82,7	80,9	2,3%	43,1	27,7	55,6%
Margen EBITDA sin indemnizaciones	21,66%	22,11%	-2,0%	31,44%	29,19%	7,7%
EBIT Contable	30,8	34,1	-9,8%	25,4	13,3	90,6%
Margen EBIT	8,06%	9,33%	-13,6%	18,50%	14,03%	31,9%

PRISA Media

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

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

En la segunda mitad de 2021 se han sentado las bases de la nueva plataforma de media que esta preparada para crecer. Se ha impulsado el desarrollo digital y se ha completado una fuerte reestructuración introduciendo una nueva cultura de control de costes.

Resultados Financieros

Los resultados de PRISA Media en 2021 muestran una fuerte recuperación en el periodo impulsada por i) la recuperación del mercado publicitario iniciado en el segundo trimestre del año con ganancia de cuota en todos los mercados, ii) el crecimiento digital y iii) el estricto control de costes. PRISA Media registró unos ingresos de 383 M€ frente a los 336 M€ de 2020, lo que supone un crecimiento del 14%. En cuanto al cuarto trimestre estanco, los ingresos fueron de 120 M€ frente a 112 M€, lo que supone un incremento del 8%. La principal fuente de ingresos de PRISA Media es la publicidad, que representa un 78% de los ingresos de 2021.

En cuanto al EBITDA de 2021, PRISA Media obtuvo un EBITDA contable de 9,9 M€ frente a los -5,4 M€ en 2020. Esto supone una mejora anual de 15,3 M€. En el caso del EBITDA comparable (excluyendo las indemnizaciones) el EBITDA de PRISA Media alcanzó los 41,9 M€ frente a los -0,8 M€ en el ejercicio anterior, lo que supone una mejora de 42,6 M€ en el año.

En 2021, el tipo de cambio tuvo un impacto negativo en los ingresos de -1,8 M€ y en el EBITDA de -0,4 M€.

Publicidad

Como se ha mencionado en el apartado anterior, la publicidad es la principal fuente de ingresos para PRISA Media aportando en 2021 el 78% de los ingresos totales. Los ingresos netos por publicidad ascendieron en el año a 298,4 M€ frente a los 255,6 M€ alcanzados en 2020, lo que supone

un crecimiento en ingresos del 16,7% en euros o 17,4% en moneda local. (T1:-10,3%; T2:+60,6%, T3: +21,8%; T4:+9,0%).

Durante 2021, la publicidad se ha comportado mejor de lo esperado superando las previsiones presupuestadas a inicio de año tanto en la Radio como en la Prensa dando lugar a una mejora de los resultados de PRISA Media que ha conseguido incrementar su cuota en todos los mercados.

En 2021, el 75% de los ingresos netos por publicidad son offline mientras que el 25% es online. Durante 2021, se ha apreciado la recuperación de la publicidad offline con un crecimiento del 16% en comparación con 2020. Por su parte la publicidad online sigue con su tendencia alcista con un crecimiento de los ingresos del 19% frente a 2020.

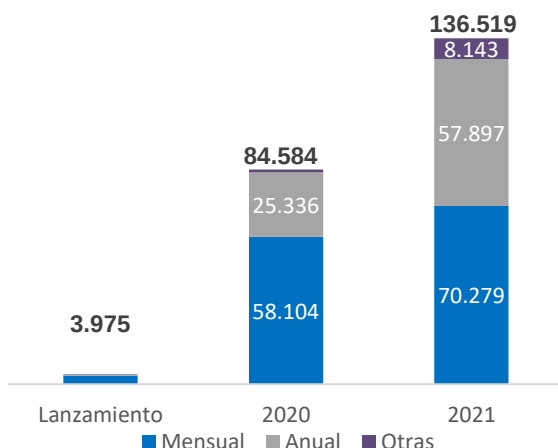
Circulación

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

En 2021, los ingresos por circulación han alcanzado los 51,9 M€ frente a los 49,9 M€ de 2020, lo que supone un crecimiento anual del 4% gracias al fuerte crecimiento de las suscripciones digitales de EL PAÍS que compensan la continuada caída de la venta de periódicos off line.

En mayo de 2020 se puso en marcha el modelo de suscripciones digitales de EL PAÍS, que ha alcanzado un total de 136.519 suscriptores exclusivos digitales en diciembre de 2021 sobre una base total de 176.760 suscriptores.

Evolución de suscriptores exclusivos digitales EL PAÍS
En unidades



PRISA Media

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

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

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

Apuesta por el Audio

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

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

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

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

PRISA Media – Cuenta de Resultados

	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2021	2020	Var.	2021	2020	Var.
Millones de €						
Resultados Reportados						
Ingresos de Explotación	383,3	335,9	14,1%	119,9	111,5	7,5%
Publicidad Neta	298,4	255,6	16,7%	97,7	89,6	9,0%
Offline	223,2	192,3	16,0%	75,3	67,8	11,1%
Online	75,3	63,3	18,9%	22,3	21,8	2,5%
Circulación	51,9	49,9	4,0%	12,5	13,7	-8,1%
Offline	41,4	45,2	-8,4%	9,7	11,6	-16,8%
Online	10,4	4,6	124,5%	2,9	2,0	41,5%
Otros	33,1	30,4	8,9%	9,7	8,3	17,1%
Gastos de Explotación Contables	373,4	341,3	9,4%	109,8	93,7	17,2%
EBITDA Contable	9,9	-5,4	---	10,1	17,8	-43,3%
Margen EBITDA	2,58%	-1,60%	---	8,42%	15,97%	-47,3%
EBITDA sin indemnizaciones	41,9	-0,8	---	27,0	20,4	32,7%
Margen EBITDA sin indemnizaciones	10,92%	-0,23%	---	22,54%	18,26%	23,5%
EBIT Contable	-28,9	-54,1	46,5%	-10,5	11,1	---
Margen EBIT	-7,55%	-16,11%	53,2%	-8,73%	10,00%	---

PRISA Media – KPIs Financieros y digitales

	Enero - Diciembre 2021	Enero – Diciembre 2020	Var (%)
Ingresos Digitales	90,3	71,5	26,4%
Ingresos No Digitales	293,0	264,4	10,8%
Mix Ingresos Digitales	24%	21%	2,3 p.p
Gastos sin indem.	341,5	336,7	1,4%
EBITDA sin indemniz.	41,9	-0,8	---
Navegadores Únicos promedio (M)	250,8	249,0	0,7%
TLH promedio (M)	67,2	56,0	20,0%
Descargas Audio promedio (M)	33,7	23,7	41,9%
Suscriptores totales (K)	176,8	130,3	35,7%
Suscriptores exclusivos digitales	136,5	84,6	61,4%
Usuarios Registrados totales (M)	6,4	5,5	16,2%

ESG¹

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

Puntos destacados del 4 Trimestre

- Consejo de Administración:
 - Se destacan las actuaciones realizadas para reforzar la presencia de mujeres en el Consejo de Administración ya que en el ejercicio 2021 se han **incorporado tres nuevas consejeras al Consejo**. El Consejo cuenta ahora con 5 consejeras que **representan el 35,7%** por encima de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno de la CNMV (30%).
 - En continuidad con las acciones ESG que está llevando a cabo la compañía, se ha creado un **comité de sostenibilidad dentro del consejo de administración** de PRISA.
- La campaña "Deja buena huella" ha sido un éxito, obteniendo más de **77M de impresiones** en España & LatAm, distribuidas a través de 4 canales de difusión y alcanzando un *Click Through Rate* del 0,23% (la media del mercado es del 0,15%).
- PRISA avanza en su compromiso con el consumo de energías renovables y la eficiencia energética:
 - **100% de energía renovable en España** desde julio de 2021. 66% en LATAM.
 - **Planta de autogeneración fotovoltaica 100%** operativa ubicada en las oficinas de Miguel Yuste, que produjo 142 MWh de energía limpia en 2021.

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



Educación - Santillana

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

PRISA Media

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

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

Outlook 2022

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

GRUPO PRISA

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

Anexo

1. Educación Q&A	21
2. PRISA Media Q&A	22
3. Evolución del tipo de cambio	24
4. Desglose de ingresos y ajustes	25

Educación Q&A

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

¿Dónde esta presente Santillana?

Santillana esta presente en 19 países de Latinoamérica.

¿Qué productos tiene Santillana?

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

¿En qué mercados participa Santillana?

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

¿Mercado educativo Privado en Latinoamérica?

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

¿Desglose de estudiantes por países del mercado potencial?

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

¿Posición actual de Mercado de Santillana?

Santillana cuenta con un total de 7,2 Millones de estudiantes, de los cuales 2 millones bajo los modelos de suscripción y 5,3 millones bajo libro de texto tradicional (didáctico). En Ed-tech tiene una cuota de mercado aproximadamente del 31% y en didáctico aproximadamente del 46%.

¿Ventaja frente a competidores?

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

¿Ventajas del modelo Ed-tech vs tradicional?

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

¿Tipos de modelos de suscripción?

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

¿Desglose de suscripciones por modelo Ed-tech?

A Diciembre de 2021, Santillana cuenta con más de **1,99 Millones de suscripciones** de los cuales 1,34 millones estudian bajo el modelo flexible. Los modelos Globales cuenta con 355 mil de suscripciones y los modelos disciplinarios 306 mil de suscripciones.

¿Desglose de suscripciones Ed-tech por países?

El país con mayor numero de suscripciones con los modelos Ed-tech de Santillana es Brasil con 600 mil. Tras Brasil esta Colombia con 472 mil, México con 300 mil y el resto de países LatAm con 627 mil.

¿Santillana en el futuro?

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

PRISA Media Q&A

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

¿En qué mercados participa PRISA Media?

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

¿Cuáles son los principales activos de PRISA Media?

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

¿Principal fuente de ingresos de PRISA Media?

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

¿Principal actividad de PRISA Media?

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

¿Qué posición de Mercado tiene PRISA Media?

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

PRISA Media cuenta en total con 251 millones de navegadores únicos de promedio mensual en el mes de diciembre. La Radio cuenta en su versión web con 2,47 millones de usuarios registrados y la Prensa cuenta en su versión web con 3,89 Millones de usuarios registrados.

Radio tiene un promedio mensual de 22 millones de oyentes y un consumo digital de 67,2 millones de consumo mensual de horas de streaming, 33,7 millones de descargas mensuales de Podcast (incluyendo Pódium Podcast).

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

¿Qué es un modelo de suscripción?

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

¿Qué tipo de modelo de suscripción tiene EL PAÍS?

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

¿Qué tipo de suscripciones hay?

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

¿Qué precio tienen las suscripciones?

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

¿Cuántos suscriptores hay en total?

A diciembre, El País cuenta con 136,519 suscriptores exclusivos digitales (de una base total de 176,760 suscriptores). Para las suscripciones exclusivas digitales, un 42% de las suscripciones son anuales y el 26% procedentes de fuera de España.

¿Cómo se compone la base total de suscriptores?

Los 136,519 suscriptores que son exclusivamente digitales son aquellos que se realizan a través de la pagina web de El País.

El resto hasta llegar a los 177 mil se dividen entre suscriptores en papel y suscriptores en otras plataformas como Kiosko y +, etc.

¿Ventajas competitivas de PRISA Media?

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

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

¿PRISA Media en el futuro?

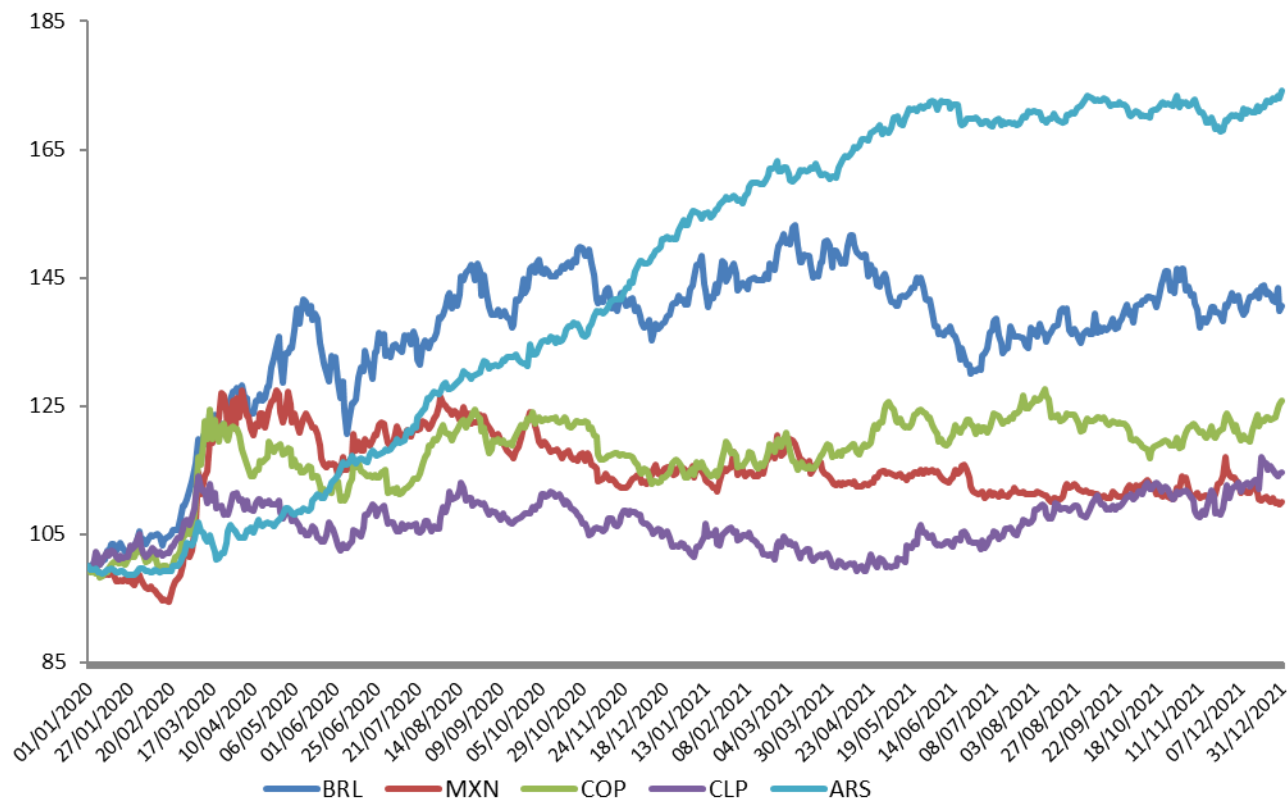
La tendencia a futuro de los negocios de Media es la digitalización. Por ello, la estrategia a futuro de PRISA Media es:

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

Evolución del tipo de cambio

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

El impacto FX sobre los ingresos y el EBITDA del Grupo en 2021 ha sido negativo. **El impacto ha sido de -24,9 M€ en ingresos y de -7,7 M€ en EBITDA.**



	BRL	MXN	COP	CLP	ARG
1Q2020	4,92	22,06	3.912,25	886,27	67,83
2Q2020	5,92	25,67	4.231,20	905,24	74,50
3Q2020	6,29	25,81	4.365,32	912,62	85,71
4Q2020	6,44	24,49	4.354,98	905,93	95,57
1Q2021	6,60	24,51	4.288,58	872,56	106,76
2Q2021	6,38	24,12	4.454,06	863,41	113,36
3Q2021	6,17	23,61	4.534,56	911,47	114,61
4Q2021	6,39	23,72	4.442,68	944,97	114,92

Fuente: Bloomberg

Desglose de ingresos y EBITDA comparable por U.N.

	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
Millones de €	2021	2020	Var.	2021	2020	Var.
Ingresos de Explotación						
GRUPO	741,2	700,6	5,8%	255,4	206,0	24,0%
Educación	358,8	365,8	-1,9%	135,5	95,0	42,7%
Media	383,3	335,9	14,1%	119,9	111,5	7,5%
PRISA Radio	219,2	186,3	17,7%	72,4	63,8	13,5%
PRISA Noticias	181,1	164,7	9,9%	51,6	51,2	0,7%
Otros	-1,0	-1,1	7,6%	0,1	-0,4	---
EBITDA						
GRUPO	63,1	63,9	-1,2%	45,1	40,6	11,2%
Educación	69,3	77,0	-10,1%	38,3	25,8	48,6%
Media	9,9	-5,4	---	10,1	17,8	-43,3%
PRISA Radio	17,7	4,9	263,1%	16,3	11,1	47,6%
PRISA Noticias	-6,0	-10,2	41,1%	-5,1	6,7	---
Otros	-16,1	-7,8	-106,5%	-3,3	-3,0	-9,0%
EBITDA sin indemnizaciones						
GRUPO	106,7	73,0	46,2%	64,6	45,0	43,6%
Educación	75,5	80,9	-6,7%	40,9	27,7	47,5%
Media	41,9	-0,8	---	27,0	20,4	32,7%
PRISA Radio	30,6	7,6	304,9%	19,9	13,3	49,8%
PRISA Noticias	12,7	-8,3	---	7,7	7,1	8,3%
Otros	-10,6	-7,1	-48,9%	-3,3	-3,1	-6,2%

	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
Millones de €	2021	2020	Var.	2021	2020	Var.
Ingresos de Explotación a tipo constante						
GRUPO	766,2	700,6	9,4%	257,7	206,0	25,1%
Educación	382,0	365,8	4,4%	137,2	95,0	44,5%
Media	385,1	335,9	14,7%	120,4	111,5	8,0%
PRISA Radio	221,0	186,3	18,6%	73,0	63,8	14,4%
PRISA Noticias	181,1	164,7	9,9%	51,5	51,2	0,5%
Otros	-1,0	-1,1	7,6%	0,1	-0,4	---
EBITDA a tipo constante						
GRUPO	70,7	63,9	10,6%	48,1	40,6	18,4%
Educación	76,5	77,0	-0,7%	40,7	25,8	58,0%
Media	10,3	-5,4	---	10,6	17,8	-40,4%
PRISA Radio	17,6	4,9	262,0%	16,6	11,1	49,8%
PRISA Noticias	-5,6	-10,2	45,3%	-4,9	6,7	---
Otros	-16,1	-7,8	-106,5%	-3,3	-3,0	-9,0%
EBITDA sin indemnizaciones a tipo constante						
GRUPO	114,4	73,0	56,7%	67,4	45,0	49,8%
Educación	82,7	80,9	2,3%	43,1	27,7	55,6%
Media	42,3	-0,8	---	27,6	20,4	35,3%
PRISA Radio	30,6	7,6	304,4%	20,1	13,3	51,7%
PRISA Noticias	13,1	-8,3	---	7,9	7,1	12,1%
Otros	-10,6	-7,1	-48,9%	-3,3	-3,1	-6,2%

Calendario Financiero

22 de marzo de 2022: PRISA Investors Day

Más información disponible cuando se acerque la fecha del evento

23 de marzo de 2022: JB Capital TMT forum

Más información disponible cuando se acerque la fecha del evento

Abril 2022: Presentación de Resultados 1T 2022

Más información disponible cuando se acerque la fecha del evento



Relación con Inversores

+34 91 330 1085

ir@prisa.com

www.prisa.com