



Resultados FY2020

PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.

24 de Febrero de 2021



ÍNDICE

Visión Global	3
Principales eventos corporativos 2020	5
Impacto Covid-19	6
Outlook 2021	7
Educación	9
Radio	15
Noticias	18
Total Grupo	21
Anexo	32



VISIÓN GLOBAL

Resultados del 2020 marcados por la pandemia, con impulso del negocio digital y mejora de la flexibilidad y solidez financiera

- ❑ El EBITDA de 2020 alcanza los 64 millones de euros frente a 189 millones de euros en 2019. El negocio de Educación se ha visto condicionado por la no apertura física de colegios en la mayor parte de países en los que está presente, mientras que el negocio de medios se ha visto afectado por las caídas experimentadas en el mercado publicitario a nivel global.
- ❑ El negocio digital acelera su expansión con un crecimiento en alumnos de modelos de suscripción Ed-Tech en LatAm del 20,3% hasta alcanzar el 1.727.000; El PAÍS alcanza 84.793 suscriptores solo digitales y la radio registra 59 millones de promedio mensual de consumo de horas de streaming y 24 millones de descargas de podcast. Los ingresos digitales del grupo incrementan su contribución un 31% hasta representar un 30% del total.
- ❑ Mejora de la flexibilidad y solidez financiera del Grupo tras la venta de Santillana España y el acuerdo de refinanciación firmado que extiende vencimientos de la deuda hasta 2025 e incrementa la liquidez de la Compañía.
- ❑ Cambios en la estructura accionarial de la Compañía tras la entrada de un nuevo accionista de perfil industrial: Vivendi toma una participación del 9,9% del capital.
- ❑ El ejercicio 2020 ha supuesto un gran impulso en la hoja de ruta estratégica de la Compañía enfocada en el crecimiento de los modelos de suscripción Ed-tech en LatAm y en los modelos de suscripción en los negocios de media y pone de manifiesto la mejora en los criterios de ESG centrados en el compromiso social, el desarrollo digital y el buen gobierno corporativo.

Efecto Perímetro: Media Capital y Santillana España consolidan como resultados de operaciones en discontinuación tanto en 2019 como en 2020 tras la ejecución exitosa de los acuerdos de venta de los dos activos.

- ❑ En el período Enero-Diciembre, el Covid-19 ha tenido en el Grupo un impacto negativo estimado en ingresos de -223,1 millones de euros y en EBITDA de -103,6 millones de euros neto del plan de contingencia.
- ❑ El negocio de Educación mantiene márgenes del 21% 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 13,5% (-26,4% en euros), representando los ingresos digitales un 38% del total y un 54% del total de las ventas privadas en LatAm. El número de alumnos de modelos de suscripción crece un 20% en el año hasta alcanzar 1.727.000 alumnos. Los modelos de suscripción han demostrado ser resilientes y son ya la mayor fuente de ingresos de Educación. El buen comportamiento de los modelos de suscripción, compensa parcialmente el peor desempeño del negocio didáctico en LatAm (afectado por la pandemia) y el peor desempeño de la venta pública condicionada por la ausencia de novedades en 2020. Destaca en el período el mantenimiento de márgenes del 21% a pesar de la caída de ingresos y el buen desempeño de los modelos de suscripción confirmando la estrategia de acelerar el crecimiento los modelos de suscripción y transformar alumnos del negocio didáctico.
- ❑ Los negocios de Media se han visto especialmente afectados por la crisis del Covid-19, mostrando caídas de ingresos en el período que se han ido moderando a lo largo de los trimestres desde el inicio de la pandemia. La radio muestra una caída en ingresos del 32% (1T -21,1%; 2T -54,3%; 3T -33,7%; 4T -17,6%) y noticias del 21,9% (1T -15%; 2T -38,9%; 3T -21,7%; 4T -11,5%) debido a la caída del mercado publicitario y de la venta de ejemplares. Ambos negocios reducen sus costes.
 - La Radio crece en audiencias y gana cuota en sus principales países, además de progresar 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 período de promedio mensual la cifra de 59 millones (+11%) y 24 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. A Diciembre de 2020 suma ya 130.500 suscriptores de los cuales 84.793 son exclusivos digitales. El modelo de pago está demostrando ser un modelo que funciona económicamente y con gran potencial de desarrollo a futuro. Con ello 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 42% de los ingresos de Noticias son ya digitales. Los ingresos de publicidad digital representan un 67% del total de la facturación publicitaria.



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 Diciembre, se ha ejecutado más de un 123% del plan previsto (ahorros de 49 millones de euros).
- ❑ **El tipo de cambio ha tenido un efecto negativo en ingresos de -72,2 millones de euros y en EBITDA de -13 millones de euros** principalmente por las devaluaciones en Brasil, México y Argentina.
- ❑ **Resultado neto positivo de 89,7 millones condicionado por la plusvalía procedente de la venta de Santillana España por importe de 377 millones de euros que compensa entre otros i) el impacto contable de la nueva refinanciación (37 millones de euros) ii) el deterioro registrado por la venta de Media Capital (77 millones de euros) iii) los deterioros de activos de la radio principalmente México y Chile (26 millones de euros) y iv) los deterioros por la totalidad de los créditos fiscales pendientes en España (62,4 millones de euros).**
- ❑ **La deuda neta bancaria al final del período se sitúa en 679 millones de euros frente a 1.061 a diciembre de 2019, tras la amortización procedente de los fondos de la venta de Santillana España y Media Capital. A 31 de diciembre, la caja de la Compañía asciende a 222 millones de euros con 143 millones adicionales de líneas de liquidez sin disponer (109 en Prisa y 34 en los negocios).**

PRINCIPALES EVENTOS CORPORATIVOS 2020



1 Venta de Santillana España

- Venta del negocio de Santillana España a Sanoma Corporation por un Valor Empresa de **€465Mn.** Múltiplo de 9,6x sobre el EBITDA medio del ciclo educativo, por encima de los múltiplos de las principales transacciones comparables en el sector.
- Fuerte racional estratégico: Permite a Santillana centrarse plenamente en América Latina, el mercado con mayor potencial de crecimiento y valor.



2 Acuerdo de refinanciación de la deuda

- Acuerdo alcanzado por unanimidad.
- Principales términos acordados:
 - **Extensión del Vencimiento hasta el 2025.**
 - **Amortización de €400Mn del préstamo sindicado.**
 - **Aumento de la línea Super Senior. Nueva línea de liquidez de c. €110Mn.**
 - **Margen variable comenzando en @4.5%. Coste total medio entorno al 7%.**



3 Venta de Media Capital

- Venta del 30,22% de Media Capital a Pluris Investments por 10,5 millones de euros. Valor empresa de aproximadamente **130 millones de euros.**
- Venta del 64,47% restante de Media Capital a varios inversores por 36,8 millones de euros. Valor empresa de aproximadamente **150 millones de euros.**



4 Medidas adoptadas frente al COVID-19

- **Ofrecer 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.
- **Plan de contingencia de 40 millones de euros** que incluyen reducciones de costes en todas las partidas y unidades de negocio.
- **PRISA ha dado 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.
- **PRISA ha reafirmado su compromiso social** como grupo empresarial centrado en 2 sectores esenciales como son, la educación K-12 y los medios de comunicación.



5 Cambios en la estructura Accionarial

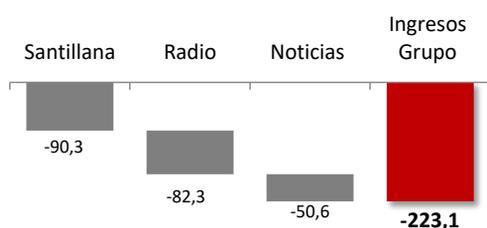
- El grupo francés **Vivendi**, entra en la estructura accionarial de la Compañía adquiriendo un **9,9% del capital.**
- **La estrategia de Vivendi tiene sinergias muy claras con la hoja de ruta trazada por PRISA**, que implica el desarrollo de servicios educativos de suscripción, así como de contenidos informativos y de entretenimiento, y una fuerte apuesta por la digitalización de sus productos y marcas.



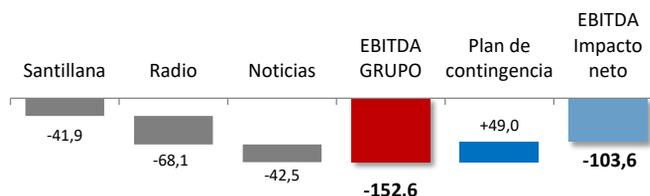
IMPACTOS DEL COVID-19 EN LOS RESULTADOS DE 2020

- ❑ En el período Enero-Diciembre 2020, el Covid-19 ha tenido en el grupo un impacto negativo estimado en ingresos de -223,1 millones de euros y en EBITDA de -103,6 millones de euros neto del plan de contingencia.
- ❑ En el Grupo PRISA, los medios de comunicación son los que más están sufriendo por las caídas experimentadas en el mercado publicitario y en circulación, mientras que el negocio de la educación se ha visto afectado 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.
- ❑ La Compañía puso 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 incluía reducciones de costes en todas las partidas. A diciembre, se ha ejecutado más de un 123% del plan previsto (49 millones de euros).
- ❑ 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.

IMPACTO ESTIMADO EN INGRESOS 2020



IMPACTO ESTIMADO EN EBITDA 2020





OUTLOOK 2021

2020 ha sido un año muy complicado y sin precedentes en todos los sectores debido a la pandemia del Covid-19. Se espera que el 2021 sea un año de transición debido a la incertidumbre global fruto de las futuras consecuencias del Covid-19 (nuevas olas, confinamientos, efectividad de las vacunas, restricciones a la movilidad). Las perspectivas macroeconómicas apuntan a un crecimiento global en 2021 aunque no se esperan recuperar los niveles pre-pandemia hasta 2022/23.

A pesar de las incertidumbres actuales, el Outlook para 2021 de PRISA se muestra a continuación:

GRUPO

- Crecimiento operativo en todos los negocios, con un difícil arranque de año 2021 por peor comparativa con 2020 en los primeros meses, que se irá recuperando a lo largo del año.
- Mejora notoria en los KPI's digitales del grupo con crecimiento significativo en los modelos de suscripción tanto en Educación como en EL PAÍS.
- Plan de reducción de gastos fijos de 30 millones para 2021 versus 2019 especialmente en los negocios de media (excluyendo indemnizaciones y FX). El plan incluye reducciones de gastos permanentes de 15 millones y reducciones de gastos temporales de 15 millones. Las reducciones temporales suponen una extensión de las medidas extraordinarias tomadas en 2020 ante la situación de la pandemia que incluyen principalmente reducciones salariales y renegociaciones de contratos. **Medidas adicionales de eficiencia bajo análisis**
- Mejora notoria en la generación de caja del año versus 2020 neta de costes de reestructuración.



EDUCACIÓN

Foco en el crecimiento y extensión de los modelos de suscripción.

- **Mercado Privado:**
 - Modelos de suscripción: Crecimiento en alumnos superior al 10% basado en contratos cerrados a la fecha hasta alcanzar cerca de 2 millones de alumnos vs. 1,7 en 2020. Foco en el crecimiento de alumnos como paso previo a la mejora de rentabilidad.
 - Didáctico: recuperación del mercado sujeta a las incertidumbres sobre la evolución de la pandemia y la reapertura de los centros educativos en todos los países.
 - Se espera un trasvase de alumnos de la escuela privada a la pública.
- **Mercado Público:** Crecimiento versus 2020 por novedades de Ensino medio en Brasil.
- Separación operativa del negocio público y privado.



RADIO

- Mantenimiento de liderazgo en España, Chile y Colombia.
- Crecimiento publicitario en línea con mercado.
- Foco en la creación de nuevos contenidos y en el crecimiento de los productos digitales.



NOTICIAS

- Consolidación del modelo de Suscripción aumentado la base de suscriptores por encima de 150.000 vs. 84.793 a Diciembre de 2020.
- Crecimiento publicitario en línea con mercado.
- Foco en los contenidos, el crecimiento digital.

Aceleración de la hoja de ruta centrada en aflorar el valor de los sistemas Ed-tech en Latinoamérica, y en el refuerzo de la oferta digital de los Medios.



OUTLOOK 2021

Para entender el comienzo de un 2021 más difícil, mostramos la estacionalidad por trimestres con principales hitos 2021 vs. 2020, esperando a lo largo del año una recuperación hasta alcanzar crecimiento operativo en todos los negocios.

Crecimiento operativo en todos los negocios, con un difícil arranque de año 2021 por peor comparativa con 2020 en los primeros meses, que se irá recuperando a lo largo del año

		1T	2T	3T	4T
EDUCACIÓN	2020	<ul style="list-style-type: none"> Venta Pública no recurrente (€31Mn*) Campaña sur finalizada con escaso impacto por pandemia <p>BRL/EUR:4.9 MXN/EUR:22.0 COL/EUR:3892</p>	<ul style="list-style-type: none"> Cierre del canal de distribución y cierre físico de colegios <p>BRL/EUR:5.9 MXN/EUR:25.7 COL/EUR:4223</p>	<ul style="list-style-type: none"> Campañas norte afectadas por el cierre físico de colegios <p>Reposiciones PNLD Vta Pública 3T/4T</p> <p>BRL/EUR:6.3 MXN/EUR:25.9 COL/EUR:4354</p>	<ul style="list-style-type: none"> Cierre físicos de colegios afectando el inicio de campaña sur 21 <p>BRL/EUR:6.4 MXN/EUR:24.5 COL/EUR:4352</p>
	2021	<ul style="list-style-type: none"> No hay venta Publica Campaña Sur afectada por el cierre físico de colegios 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Reapertura de colegios? 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Reapertura de colegios? Campaña Norte <p>Reposiciones PNLD Vta Pública 3T/4T</p>	<ul style="list-style-type: none"> Novedades de Ensino Medio (Venta Publica) Inicio campaña Sur 22
MEDIA	2020	<ul style="list-style-type: none"> Caída de la publicidad (-21%) 	<ul style="list-style-type: none"> Caída de la publicidad (-50,9%) Lanzamiento pago EL PAÍS 	<ul style="list-style-type: none"> Caída de la publicidad (-25,6%) 	<ul style="list-style-type: none"> Caída de la publicidad (-11,5%)
	2021	<ul style="list-style-type: none"> Publicidad en línea con el Mercado: caída esperada 	<ul style="list-style-type: none"> Publicidad en línea con el Mercado: crecimiento esperado 	<ul style="list-style-type: none"> Publicidad en línea con el Mercado: crecimiento esperado 	<ul style="list-style-type: none"> Publicidad en línea con el Mercado: crecimiento moderado esperado

* Venta publica correspondiente a Brasil PNLD 2019 cuyo registro se produjo en 1T2020. Las ventas PNLD 2020 se han registrado en su totalidad en 2020



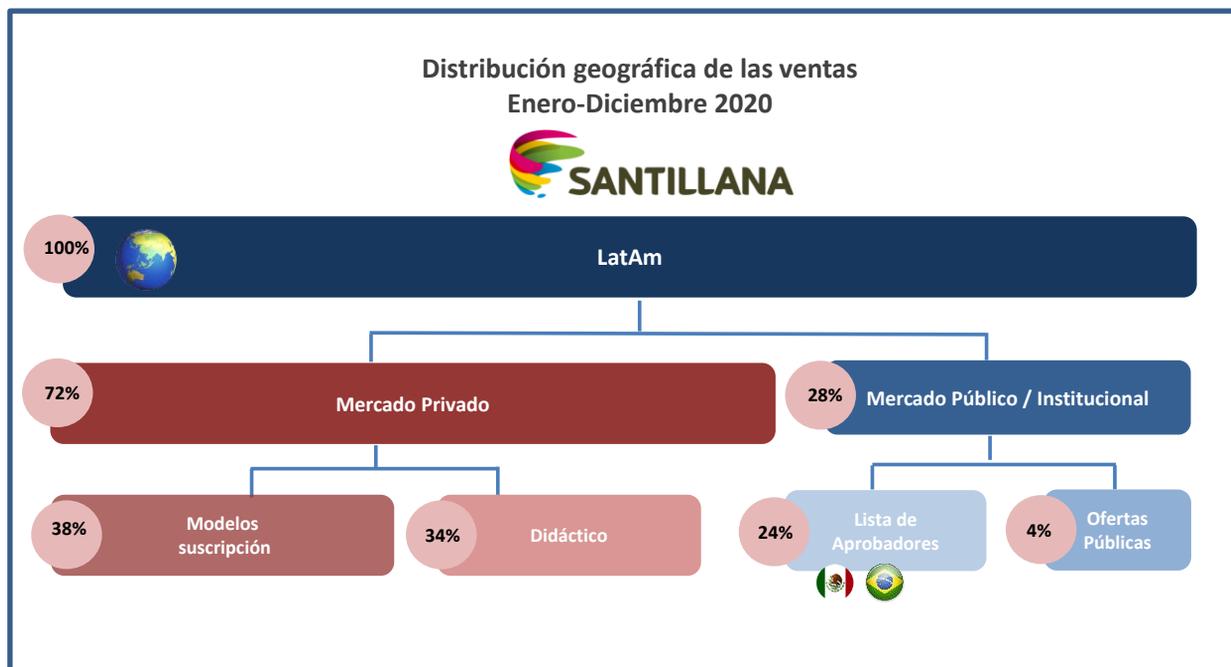
EDUCACIÓN

Descripción del negocio y posicionamiento

Santillana es la única plataforma Pan-LatAm que opera 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. Santillana tiene centrada su estrategia 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 1.727.000 alumnos en modelos de suscripción, tiene la ventaja competitiva de ser el único operador global en todos los mercados.

Dentro del mercado de K-12, Santillana desarrolla sus actividades en 2 áreas con dinámicas de mercado distintas:

- A** Mercado Privado de LatAm: 72% del total de las ventas de Santillana. Enfocado en la transformación a modelos de suscripción.
- B** Mercado Público / Institucional en LatAm: 28% del total de las ventas de Santillana. Con programas asentados en Brasil y México y crecimiento de cuotas.



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



EDUCACIÓN

Descripción del negocio y posicionamiento

A Mercado privado LatAm K-12

Santillana genera un 72% de sus ingresos en el mercado privado de LatAm.

En el mercado privado de América Latina dentro del K-12, existen 17,8 millones de alumnos de los cuales aproximadamente 11,4 millones estudian bajo metodología didáctica y 6,4 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:



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 38% de los ingresos totales de Santillana y un 54% 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.



EDUCACIÓN

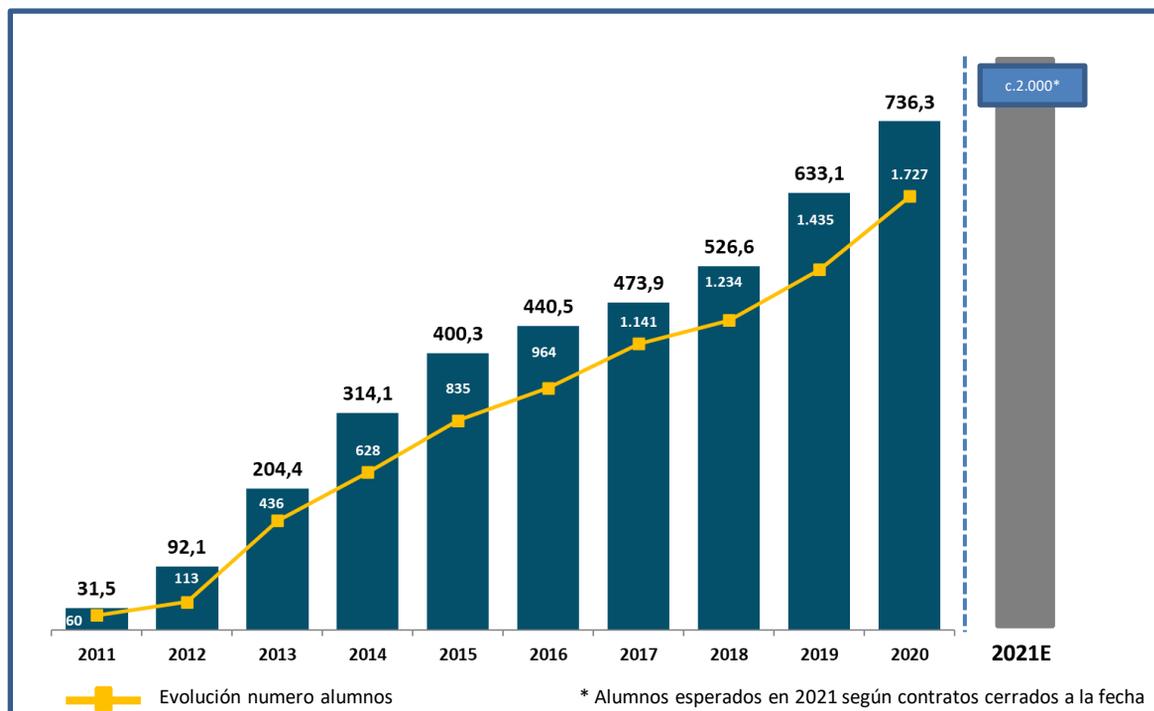
Descripción del negocio y posicionamiento

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:

Evolución Ingresos (Millones de Reales) y número de alumnos (000)



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.

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

Santillana ha conseguido en 2020 un crecimiento en alumnos del 20% hasta alcanzar el 1.727.000 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 está recogida en la cifra de 1.727.000 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 entorno actual de crisis económica y continuidad de clases virtuales, se prevé que continúe en 2021 la caída de alumnos de escuela privada con trasvase a la escuela pública. A pesar de ello, **para 2021, se espera un crecimiento en alumnos de modelos de suscripción superior al 10% hasta alcanzar una cifra cercana a los 2 millones de alumnos vs. 1,7 en 2020.** Se está llevando a cabo un gran esfuerzo para apoyar a los clientes, los colegios, que repercutirá en unos ingresos medios más ajustados. **El foco está centrado en el crecimiento de alumnos como paso previo a la mejora de rentabilidad.**



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 más relevantes. El conjunto de los ingresos procedentes de ventas públicas representan un 28% del total de las ventas de Santillana.

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.

En 2020, no se han producido novedades pero sí reposiciones de FI, FII y Ensino Medio.

Para 2021, se esperan novedades de Ensino Medio de libros interdisciplinarios y de libros de asignatura además de reposiciones de FI y FII.

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



EDUCACIÓN

Principales titulares 2020

- ❑ Los resultados de Educación de 2020 recogen las dificultades afrontadas en un contexto donde la mayor parte de los colegios de LatAm donde Santillana está presente, aún no han abierto la asistencia presencial por la pandemia. Las ventas de Educación muestran una caída en el período del 12,7% en moneda local (-25,8% en euros). El buen comportamiento de los modelos de suscripción compensa parcialmente la caída experimentada en el negocio didáctico afectado por la pandemia (cierres del canal de distribución y no apertura física de colegios) y la caída del negocio público que se ha visto afectado por la ausencia de novedades en el año. Los ingresos digitales representan en el período un 38% del total y un 54% del total de los ingresos privados en LatAm.
 - ❑ Los modelos de suscripción crecen en ingresos un 12% en moneda local (-4% en euros) hasta alcanzar los 137 millones de euros con un aumento en alumnos del 20% hasta superar 1.727.000. Demuestran su resiliencia y son ya la mayor fuente de ingresos de Educación. 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. **Para 2021 y basado en contratos cerrados a la fecha, se espera un crecimiento en alumnos superior al 10% hasta alcanzar una cifra cercana a los 2 millones de alumnos vs. 1.727.000 en 2020.**
 - ❑ Las ventas del negocio didáctico en LatAm muestran una caída del 35% en moneda local (-43% 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, República 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 101 millones de euros, mostrando una caída en moneda local del 4,5% (-22,8% en euros) explicada principalmente por la ausencia de novedades en 2020.
- ❑ El EBITDA alcanza 77 millones de euros frente a 122,2 millones de euros en el mismo período de 2019. Caída en moneda local del 25% (-37% en euros).
- ❑ Mantenimiento de márgenes EBITDA en niveles del 21% gracias a los ahorros llevados a cabo principalmente en gastos de personal y en servicios exteriores.
- ❑ Impacto cambiario negativo en ingresos de -64,2 millones de euros y de -14,7 millones de euros en EBITDA por la devaluación de monedas principalmente en Brasil, Argentina y México.
- ❑ El impacto del Covid-19 en los resultados de 2020 de Santillana ha supuesto un impacto negativo estimado en ingresos de -90,3 millones de euros y en EBITDA de -30,2 millones de euros neto del plan de contingencia.



EDUCACIÓN

Desglose de ingresos

	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2020	2019	Var.%	2020	2019	Var.%
Millones de €						
Ingresos de Explotación: detalle						
Venta de educación	362,0	487,9	(25,8)	93,0	177,2	(47,5)
Privado Latam	255,1	351,5	(27,4)	59,6	92,7	(35,7)
Didactico	118,6	209,2	(43,3)	26,3	52,5	
Sistemas	136,5	142,3	(4,0)	33,3	40,3	
Institucional	100,8	130,6	(22,8)	32,5	83,2	(61,0)
Otros*	6,1	5,8	4,8	0,9	1,2	(27,0)
Otros ingresos	3,8	9,1	(58,2)	1,9	6,7	(71,0)
Ingresos de Explotación	365,8	497,0	(26,4)	95,0	183,8	(48,3)
Ingresos de Explotación a tipo constante: detalle						
Venta de educación	426,0	487,9	(12,7)	118,3	177,2	(33,2)
Privado Latam	295,1	351,5	(16,0)	75,9	92,7	(18,2)
Didactico	135,5	209,2	(35,2)	33,6	52,5	
Sistemas	159,6	142,3	12,2	42,3	40,3	
Institucional	124,7	130,6	(4,5)	41,5	83,2	(50,1)
Otros*	6,1	5,8	4,8	0,9	1,2	(27,0)
Otros ingresos	4,1	9,1	(54,5)	2,0	6,7	(69,7)
Ingresos de Explotación	430,1	497,0	(13,5)	120,4	183,8	(34,5)

Cuenta de resultados

	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2020	2019	Var.%	2020	2019	Var.%
Millones de €						
Resultados Reportados						
Ingresos de Explotación	365,8	497,0	(26,4)	95,0	183,8	(48,3)
Negocio Internacional	362,8	494,3	(26,6)	93,3	182,6	(48,9)
Tecnología Educativa global y Centro Corpor.	3,1	2,7	12,1	1,6	1,2	38,8
Gastos de Explotación	288,8	374,8	(22,9)	69,2	120,9	(42,8)
Negocio Internacional	267,6	349,0	(23,3)	66,0	112,7	(41,4)
Tecnología Educativa global y Centro Corpor.	21,2	25,8	(17,6)	3,1	8,2	(61,7)
EBITDA	77,0	122,2	(37,0)	25,8	62,9	(59,0)
Negocio Internacional	95,2	145,3	(34,5)	27,3	69,9	(61,0)
Tecnología Educativa global y Centro Corpor.	(18,2)	(23,0)	21,1	(1,5)	(7,0)	78,5
Margen EBITDA	21,1%	24,6%		27,1%	34,2%	
EBIT	34,1	70,8	(51,8)	13,3	45,3	(70,6)
Margen EBIT	9,3%	14,2%		14,0%	24,6%	
Resultados a tipo constante						
Ingresos de Explotación a tipo constante	430,1	497,0	(13,5)	120,4	183,8	(34,5)
Negocio Internacional	427,0	494,3	(13,6)	118,7	182,6	(35,0)
Tecnología Educativa global y Centro Corpor.	3,1	2,7	12,1	1,6	1,2	38,8
EBITDA a tipo constante	91,7	122,2	(25,0)	33,4	62,9	(46,9)
Negocio Internacional	109,8	145,3	(24,4)	34,9	69,9	(50,0)
Tecnología Educativa global y Centro Corpor.	(18,2)	(23,0)	21,1	(1,5)	(7,0)	78,5
Margen EBITDA	21,3%	24,6%		27,8%	34,2%	
EBIT a tipo constante	41,4	70,8	(41,4)	18,0	45,3	(60,3)
Margen EBIT	9,6%	14,2%		14,9%	24,6%	

* La cifra de Otros incluye Portugal (€4,8Mn en 2020 y €4,2 Mn en 2019) y otros.



RADIO

Descripción del negocio y posicionamiento

PRISA Radio es el mayor grupo radiofónico en español. A Diciembre de 2020, cuenta con presencia en 11 países*, más de 21 millones de oyentes, 59 millones de consumo mensual de horas de streaming, 24 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 4.353 miles de oyentes** (cuota de mercado del 36% de la radio generalista en España creciendo en 240.000 oyentes y ganando 2 puntos de cuota). **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 crece 1,3 puntos hasta alcanzar el 23%.**

En Chile y Colombia, las Compañías del grupo son líderes con cuotas de audiencia del 45% y 26% respectivamente. En **México** (que consolida por puesta en equivalencia), mantiene la tercera posición con una cuota de audiencia del 16%

Posicionamiento del mercado de radio por región

España (Ingresos / EBITDA 2020: €139,1m / €6,2m)

74%



Marca	Género	Posición Mercado	Cuota Audiencia, 2020
SER	Generalista	#1	36%
Los40	Musical	#1	23%
Dial	Musical	#3	13%

Las cifras de España incluyen Headquarters

Internacional (Ingresos / EBITDA 2020: €50,9m / €-1,7m)

27%

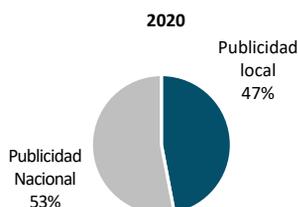


País	Posición Mercado	Cuota Audiencia, 2020
	#1	26%
	#1	45%
	#3	16%

% Del total ingresos 2020

Portafolio de negocio diversificado por geografía y naturaleza

Desglose de ingresos publicitarios



*La radio tiene presencia en 11 países: España, Colombia, Chile, México, Argentina, USA y Panamá con franquicias en Guatemala, Ecuador, Costa Rica y República Dominicana.



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 de promedio Enero-Diciembre 2020 la cifra de 59,4 millones y 22,1 millones respectivamente. Adicionalmente, Podium Podcast, la plataforma líder con catálogo sonoro único en España y LatAm, ha alcanzado la cifra de 1,7 millones de descargas de promedio durante 2020.

Millones	ENERO - DICIEMBRE			DICIEMBRE		
	2020	2019	Var. %	2020	2019	Var. %
	TLH			TLH		
España	28,0	23,7	18%	27,0	22,7	19%
Internacional	31,4	29,7	6%	30,5	27,7	10%
TOTAL	59,4	53,3	11%	57,5	50,3	14%
	DESCARGAS PODCASTS			DESCARGAS PODCASTS		
España	16,1	8,2	97%	16,7	9,3	80%
Internacional	6,0	5,2	15%	6,4	4,0	59%
TOTAL	22,1	13,4	64%	23,1	13,3	74%
	PODIUM PODCAST			PODIUM PODCAST		
TOTAL	1,7	1,2	39%	2,2	1,6	38%

TLH: Total Listening Hours.



RADIO

Principales titulares 2020

- ❑ La Radio crece en audiencias y gana cuota en sus principales países además de avanzar 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 de promedio mensual en el período la cifra de 59 millones y 24 millones respectivamente.
- ❑ Liderazgo en España, Colombia y Chile.
- ❑ Los resultados de la radio en 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 período alcanzan 186,3 millones de euros vs. 273,8 millones de euros en el mismo período del año anterior, lo que supone una caída del 32% (-29,1% en moneda local).
- ❑ La caída de ingresos en el período se ha ido moderando a lo largo de los trimestres desde el inicio de la pandemia: (1T -21,1%; 2T -54,3%; 3T -33,7%; 4T -17,6%)
- ❑ 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.
- ❑ El EBITDA alcanza los 4,9 millones de euros vs. 63,4 millones de euros en el mismo período del año anterior lo que supone una caída de 58,5 millones de euros (-59,4 millones de euros en moneda local).
- ❑ El tipo de cambio ha tenido un impacto en ingresos de -7,7 millones de euros y en EBITDA de +0,8 millones de euros.
- ❑ El Covid-19 ha tenido en el período un impacto negativo estimado en ingresos de -82,3 millones de euros y de -49 millones en EBITDA neto del plan de contingencia.

Cuenta de resultados

	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2020	2019	Var. %	2020	2019	Var. %
Millones de €						
Resultados Reportados						
Ingresos de Explotación	186,3	273,8	(32,0)	63,8	77,4	(17,6)
España	139,1	188,4	(26,2)	47,4	55,2	(14,1)
Latam	50,9	89,4	(43,1)	17,3	23,2	(25,5)
Ajustes y Otros	(3,7)	(3,9)	6,9	(0,9)	(1,0)	9,5
Gastos de Explotación Contables	181,4	210,4	(13,8)	52,7	55,9	(5,6)
España	132,9	147,9	(10,2)	39,7	39,7	(0,1)
Latam	52,6	66,2	(20,7)	13,9	17,0	(18,0)
Ajustes y Otros	(4,0)	(3,7)	(7,7)	(0,9)	(0,9)	0,7
EBITDA	4,9	63,4	(92,3)	11,1	21,6	(48,7)
España	6,2	40,5	(84,6)	7,7	15,5	(50,0)
Latam	(1,7)	23,2	---	3,4	6,2	(45,9)
Ajustes y Otros	0,3	(0,2)	---	(0,0)	(0,1)	80,9
Margen EBITDA	2,6%	23,2%		17,4%	27,9%	
EBIT	(32,5)	43,2	---	6,7	14,9	(55,0)
España	(5,3)	29,3	---	5,0	12,7	(60,6)
Latam	(24,0)	14,2	---	1,7	2,3	(24,2)
Ajustes y Otros	(3,2)	(0,2)	---	(0,0)	(0,1)	80,9
Margen EBIT	-17,5%	15,8%		10,5%	19,2%	
Resultados a tipo constante						
Ingresos de Explotación a tipo constante	194,0	273,8	(29,1)	66,5	77,4	(14,1)
España	139,1	188,4	(26,2)	47,4	55,2	(14,1)
Latam	58,6	89,4	(34,4)	20,0	23,2	(13,9)
Ajustes y Otros	(3,7)	(3,9)	6,3	(0,9)	(1,0)	7,0
EBITDA a tipo constante	4,0	63,4	(93,6)	11,2	21,6	(47,9)
España	6,2	40,5	(84,6)	7,7	15,5	(50,0)
Latam	(2,5)	23,2	---	3,5	6,2	(43,2)
Ajustes y Otros	0,3	(0,2)	---	(0,0)	(0,1)	80,9
Margen EBITDA	2,1%	23,2%		16,9%	27,9%	
EBIT a tipo constante	(36,7)	43,2	---	6,6	14,9	(55,7)
España	(5,3)	29,3	---	5,0	12,7	(60,6)
Latam	(28,2)	14,2	---	1,6	2,3	(29,0)
Ajustes y Otros	(3,2)	(0,2)	---	(0,0)	(0,1)	80,9
Margen EBIT	-18,9%	15,8%		9,9%	19,2%	

NOTICIAS

Descripción del negocio y posicionamiento

EL PAÍS

EL PAÍS 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) cuyo lanzamiento se produjo el 1 de mayo de 2020 y que cuenta ya con **84.793 suscriptores exclusivos digitales**. La estrategia está centrada en el crecimiento de los ingresos de suscripción que permitirán consolidar el negocio digital desarrollado en los últimos años.

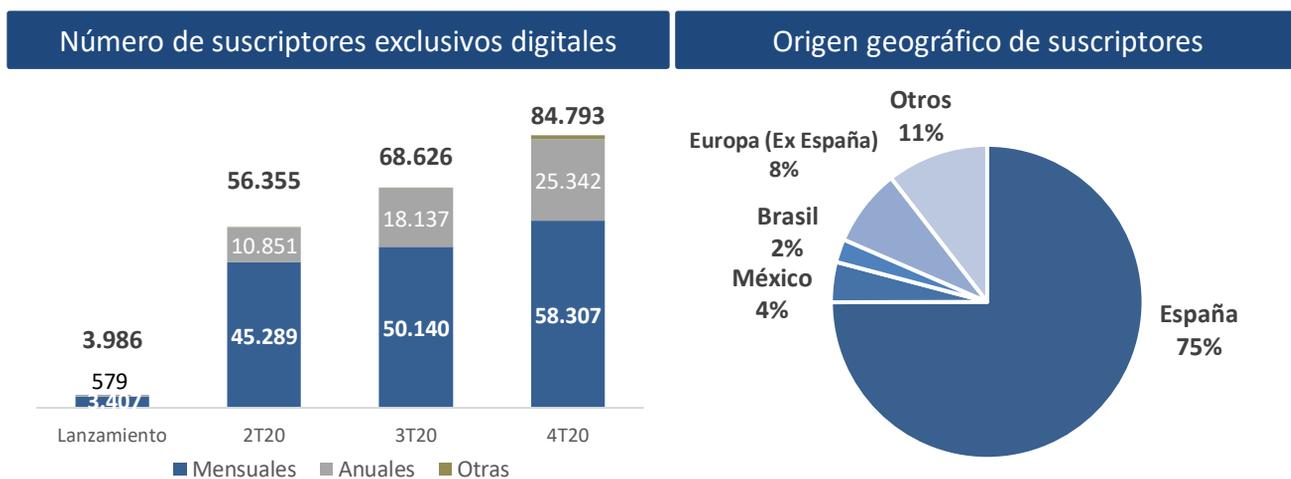
MODELO DE SUSCRIPCION

El lanzamiento del modelo de suscripción de **EL PAÍS** se produjo el 1 de Mayo de 2020.

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 a diciembre de 2020 con **84.793 suscriptores exclusivos digitales** (de una base total de **130.500 suscriptores**). Un **30%** de las suscripciones son anuales y el **25%** proceden de fuera de España. El modelo de pago está demostrando ser rentable y con un gran potencial de desarrollo a futuro.

La evolución en el número de suscriptores exclusivos digitales desde su lanzamiento se muestra a continuación:



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). **El número de lectores registrados ha experimentado un fuerte crecimiento en el año, alcanzando a diciembre la cifra de 3.324.307 con un crecimiento del 63,7% respecto a diciembre del año anterior.** La evolución de los principales KPI's del modelo de registro se muestran a continuación :

KPI	Cierre Diciembre 2019	Cierre Diciembre 2020	Var. 2020 vs 2019
Registros totales	2.030.726	3.324.307	63,7%
% Páginas vistas logadas ⁽¹⁾	11,2%	17,9%	59,3%
Usuario único logado ⁽²⁾	505.487	853.818	68,9%

(1)% Páginas vistas logadas: Es el % de páginas visitadas por los usuarios únicos logados en relación al total de páginas vistas. Tomando como referencia los datos de diciembre, los 853.818 usuarios que han accedido de manera identificada a EL PAÍS, han generado el 17,9% del total de las páginas vistas.

(2) Usuario único logado: es el número de cuentas únicas de correo electrónico que acceden de manera identificada a la página web o a la app en un período de tiempo concreto, normalmente en un mes o en un día. Es el identificador que permite cuantificar los individuos que acceden de manera identificada e independientemente del dispositivo que estén utilizando.



NOTICIAS

Descripción del negocio y posicionamiento

PUBLICIDAD DIGITAL

El peso de la publicidad digital de EL PAÍS ha venido experimentando un fuerte crecimiento en sus últimos años hasta representar en 2020 un 64% del total de la publicidad del periódico, lo que supone un crecimiento de la contribución del 10% respecto al ejercicio anterior.

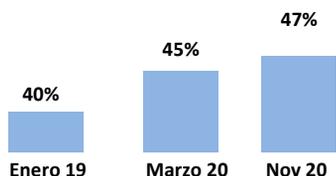
El foco de la Compañía está en el desarrollo de productos de publicidad digital de valor diferencial y compatible con el modelo de suscripción digital potenciando i) el branded content, que está experimentando un fuerte crecimiento como contenido diferencial, ii) los acuerdos directos con anunciantes 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” y post lanzamiento del muro de pago, muestran unos resultados muy positivos en su evolución que reconocen la fortaleza y fidelización de marca, con un posicionamiento fuerte como medio referente de información general, atrayendo nuevos atributos: global, periodismo de calidad y rigurosidad.

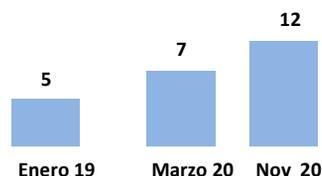
TOP OF MIND

% de personas que nombran la marca en espontáneo en primer lugar



NET PROMOTER SCORE

Fidelidad de los lectores y grado de recomendación



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. El periódico deportivo cuenta en 2020 con un 89% de publicidad digital versus 82% en 2019 con una gran presencia internacional.

PRESENCIA GLOBAL AS



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



NOTICIAS

Principales titulares 2020

- ❑ Tras el lanzamiento a principios de mayo del modelo de pago de EL PAÍS, se alcanzan a diciembre 84.793 suscriptores exclusivos digitales demostrando ser un modelo económico rentable 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 número de lectores registrados a EL PAÍS al cierre de Diciembre alcanza los 3.324.307, con un crecimiento del 64% respecto a diciembre de 2019.
- ❑ Resultados de Noticias afectados por la crisis del Covid-19 condicionando tanto a los ingresos publicitarios, que registran una caída del 23,3%, como a los ingresos por venta de ejemplares que descienden un 18,5%.
- ❑ La caída de ingresos en el período se ha ido moderando a lo largo de los trimestres desde el inicio de la pandemia: (1T -15%; 2T -38,9%; 3T -21,7%; 4T -11,5%)
- ❑ Los ingresos digitales representan ya un 42% del total de los ingresos de Noticias creciendo su contribución un 23%. Los ingresos de publicidad digital representan un 67% del total de la facturación publicitaria.
- ❑ El EBITDA en el período alcanza los €-10,2Mn vs. €+12,1Mn en el mismo período del ejercicio anterior lo que supone una disminución de €22,4 millones.
- ❑ El Covid-19 ha tenido en el período un impacto negativo estimado en ingresos de -50,6 millones de euros y de -30,2 millones de euros en EBITDA neto del plan de contingencia.

Cuenta de resultados

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2020	2019	Var. %	2020	2019	Var. %
Resultados Reportados						
Ingresos de Explotación Noticias Gestión	164,7	210,8	(21,9)	51,2	57,9	(11,5)
Ingresos de Explotación PRENSA	147,4	192,8	(23,5)	47,1	56,4	(16,4)
<i>Publicidad</i>	81,5	106,2	(23,3)	29,5	34,0	(13,1)
<i>Circulación</i>	49,9	61,2	(18,5)	13,7	14,7	(7,3)
<i>Promociones y Otros</i>	16,1	25,4	(36,8)	3,9	7,6	(48,8)
PBS y Prisa Tecnología	17,3	18,1	(4,3)	4,1	1,5	171,6
Gastos de Explotación Contables Noticias Gestión	174,9	198,7	(12,0)	44,5	46,9	(5,1)
Gastos de Explotación Contables PRENSA	157,8	180,0	(12,4)	40,6	45,5	(10,8)
Gastos de Explotación Contables PBS y Tecnología	17,2	18,7	(8,0)	3,9	1,4	182,3
EBITDA Contable Noticias Gestión	(10,2)	12,1	---	6,7	11,0	(38,8)
EBITDA Contable PRENSA	(10,4)	12,7	---	6,5	10,9	(40,0)
<i>Margen EBITDA</i>	-7,0%	6,6%		13,9%	19,3%	
PBS y Prisa Tecnología	0,1	(0,6)	---	0,2	0,1	56,1
EBIT Contable Noticias Gestión	(21,6)	0,4	---	4,5	6,6	(32,8)
EBIT Contable PRENSA	(19,9)	3,0	---	4,7	7,0	(33,2)
<i>Margen EBIT</i>	-13,5%	1,5%		10,0%	12,5%	
PBS y Prisa Tecnología	(1,7)	(2,5)	31,4	(0,2)	(0,4)	40,1

Desglose de publicidad

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2020	2019	Var. %	2020	2019	Var. %
Resultados Reportados						
Ingresos de Explotación Noticias Gestión	164,7	210,8	(21,9)	51,2	57,9	(11,5)
Ingresos de Explotación PRENSA	147,4	192,8	(23,5)	47,1	56,4	(16,4)
<i>Publicidad</i>	81,5	106,2	(23,3)	29,5	34,0	(13,1)
<i>Digital</i>	54,4	60,1	(9,5)	18,4	19,0	(3,4)
<i>El País</i>	32,0	37,2	(13,9)	10,5	12,1	(12,9)
<i>As</i>	20,8	21,2	(1,6)	7,3	6,3	15,3
<i>Otros</i>	1,5	1,8	(13,4)	0,6	0,6	(9,9)
<i>Papel</i>	27,1	46,0	(41,2)	11,2	15,0	(25,3)
<i>El País</i>	20,9	36,4	(42,6)	8,7	11,8	(26,4)
<i>As</i>	2,9	5,4	(47,0)	1,1	1,8	(36,1)
<i>Otros</i>	3,3	4,2	(21,8)	1,3	1,4	(3,0)

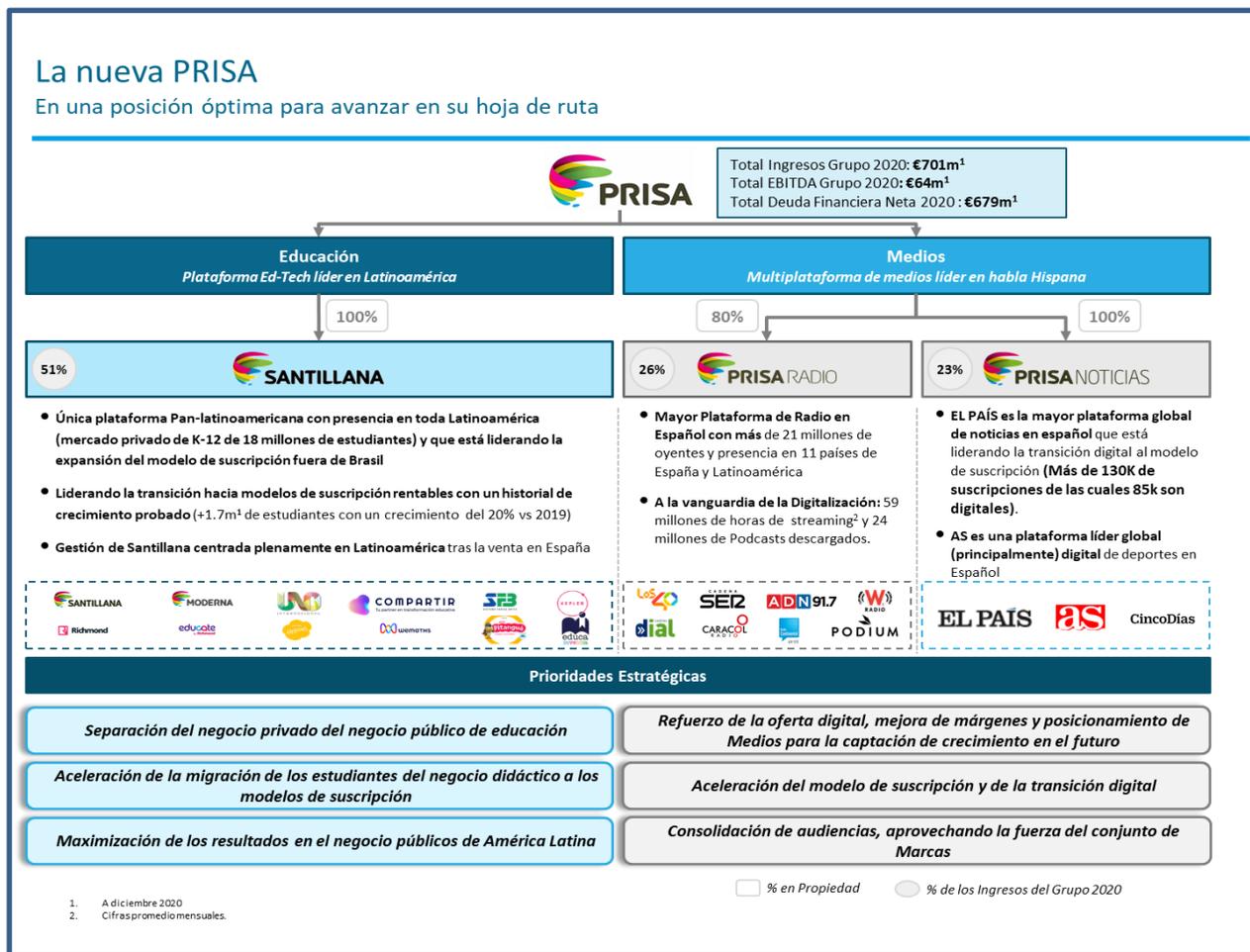


TOTAL GRUPO

Descripción del negocio y posicionamiento

PRISA es el grupo empresarial líder en Educación, Información y Entretenimiento en los mercados de habla española y portuguesa. Presente en 24 países, tanto en América como en Europa, suma unos 200 millones de usuarios en todo el mundo a través de sus marcas y unidades de negocio. Estamos hablando de EL PAÍS, Santillana, Moderna, la Cadena SER, Caracol Radio, W Radio, Los40 o AS.

El resumen de sus principales negocios, magnitudes y estrategia se muestra a continuación:



PRINCIPALES INDICADORES DIGITALES DEL GRUPO

INGRESOS

208 M€ de ingresos digitales

30% sobre total ingresos Grupo

+31%^(*) crecimiento peso digital vs '19

+5%^(*) crecimiento vs '19

USUARIOS

1,7M alumnos

236M navegadores únicos

24M^(**) descargas

85m Suscriptores El País



TOTAL GRUPO

Descripción del negocio y posicionamiento

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

EDUCACIÓN

- Santillana ha estado centrada 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 **29 millones** de alumnos en Latinoamérica.

INFORMACIÓN

- Los medios de PRISA han cumplido su función social durante la pandemia. Han facilitado ininterrumpidamente información en profundidad, cercana y rigurosa a todos los ciudadanos, poniendo especial énfasis en su faceta de servicio esencial y efectuando un estricto seguimiento de la actuación de autoridades y poderes públicos.
- 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.
- Consejo Editorial.
- 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.



MEDIO AMBIENTE

Defensa de la naturaleza y el Medio Ambiente colaborando con el Fondo Mundial para la Conservación de la Naturaleza (WWF)

+20% de la electricidad consumida es procedente de fuentes renovables



SOCIAL

Igualdad de género:
48% Mujeres en plantilla
37% Mujeres en puestos directivos
95% Contratos fijos
30 Nacionalidades

- Socio del Pacto Mundial de Naciones Unidas
- Alianza contra la pobreza infantil



GOBIERNO CORPORATIVO

Consejo diverso e independiente:
50% miembros independientes
6 independientes, **5** dominicales, **1** ejecutivo

Código Ético que aplica al conjunto de la plantilla



TOTAL GRUPO

Principales titulares operativos 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. Cambios en la estructura accionarial con la entrada de Videndi, nuevo accionista industrial que adquiere el 9,9% del capital.
- ❑ Efecto Perímetro: Media Capital y Santillana España consolidan como resultados de operaciones en discontinuación tanto en 2019 como en 2020 tras la ejecución exitosa de los acuerdos de venta de los dos activos.
- ❑ Santillana acelera su negocio digital y mantiene márgenes del 21% 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 31% hasta representar un 30% del total de los ingresos.
- ❑ 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 123% (49 millones de euros).
- ❑ Impacto cambiario negativo en ingresos de -72,2 millones y de -13 millones en EBITDA principalmente por las devaluaciones en Brasil, México y Argentina.
- ❑ Resultado neto positivo de 89,7 millones condicionado por la plusvalía procedente de la venta de Santillana España por importe de 377 millones de euros que compensa entre otros i) el impacto contable de la nueva refinanciación (37 millones de euros) ii) el deterioro registrado por la venta de Media Capital (77 millones de euros) iii) los deterioros de activos de la radio principalmente México y Chile (26 millones de euros) y iv) los deterioros por la totalidad de los créditos fiscales pendientes en España (62,4 millones de euros).

Cuenta de resultados

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2020	2019	Var. %	2020	2019	Var. %
Resultados Reportados						
Ingresos de Explotación	700,6	964,9	(27,4)	206,0	315,7	(34,7)
EBITDA Contable	63,9	138,2	(53,8)	40,6	93,8	(56,8)
Margen EBITDA	9,1%	14,3%		19,7%	29,7%	
EBIT Contable	(29,1)	53,4	---	21,2	64,7	(67,2)
Margen EBIT	-4,2%	5,5%		10,3%	20,5%	
Resultado Financiero	(128,8)	(81,6)	(57,8)	(69,0)	(21,6)	---
Gastos por intereses de financiación	(71,1)	(57,2)	(24,2)	(18,2)	(13,1)	(39,3)
Otros resultados financieros	(57,7)	(24,4)	(136,6)	(50,8)	(8,5)	---
Resultado puesta en equivalencia	(8,5)	2,7	---	(1,6)	1,5	---
Resultado antes de impuestos	(166,4)	(25,5)	---	(49,5)	44,6	---
Impuesto sobre sociedades	81,1	52,8	53,7	17,5	34,2	(48,7)
Resultado operaciones en discontinuación	322,9	(94,5)	---	366,0	(73,1)	---
Resultado atribuido a socios externos	(14,3)	9,5	---	(0,1)	9,2	---
Resultado Neto	89,7	(182,3)	---	299,0	(71,9)	---
Santillana Spain disposal	(377,3)			(377,3)	0,0	---
MC impairment	77,3	131,6		0,0	55,2	(100,0)
Mediapro ruling		52,8		0,0	12,0	(100,0)
Deterioros fiscales	62,4	21,0		(2,1)	21,0	---
Deterioros Activos Radio	26,0			4,1	0,0	---
Resultado Neto Comparable	(121,9)	23,1	---	(76,3)	16,3	---
Resultados Comparables						
Ingresos de Explotación	700,6	964,9	(27,4)	206,0	315,7	(34,7)
EBITDA	63,9	189,2	(66,2)	40,6	93,8	(56,8)
Margen EBITDA	9,1%	19,6%		19,7%	29,7%	
EBIT	(10,0)	104,5	---	21,3	64,7	(67,0)
Margen EBIT	-1,4%	10,8%		10,4%	20,5%	
Resultados Comparables a tipo constante						
Ingresos de Explotación a tipo constante	772,8	964,9	(19,9)	234,2	315,7	(25,8)
EBITDA a tipo constante	76,9	189,2	(59,4)	48,2	93,8	(48,7)
Margen EBITDA	9,9%	19,6%		20,6%	29,7%	
EBIT a tipo constante	(7,6)	104,5	---	25,6	64,7	(60,4)
Margen EBIT	-1,0%	10,8%		10,9%	20,5%	

Los ajustes entre resultados reportados y resultados comparables se deben al ajuste en 2019 de la sentencia de Mediapro (ver página 33), a los ajustes en 2019 y 2020 de los deterioros de Media Capital, al ajuste de plusvalía por la venta de Santillana España y a los ajustes por los deterioros de créditos fiscales y de activos de radio.



TOTAL GRUPO

Estado de flujos de efectivo

Millones de €	Dic. 2020	Dic. 2019	Var. 20/19	
			Abs.	Rel.
EBITDA (*)	63,9	189,2	-125,3	-66,2%
Gasto de indemnizaciones	9,1	10,6	-1,5	-14,2%
EBITDA (excluyendo indemnizaciones)	73,0	199,9	-126,9	-63,5%
Variación del circulante	7,8	-34,6	42,4	---
Pago de indemnizaciones	-8,4	-12,6	4,3	33,8%
Pago de impuestos	-17,8	-25,0	7,2	28,6%
Otros flujos de las actividades de explotación	-0,4	-6,6	6,2	94,0%
Capex	-45,4	-61,6	16,2	26,2%
Inmovilizado financiero	0,2	1,4	-1,1	-81,8%
CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN	9,0	60,9	-51,9	-85,2%
Pago de intereses	-61,2	-54,6	-6,6	-12,0%
Cobro de dividendos	10,9	0,2	10,7	---
Pago de dividendos	-2,5	-9,3	6,8	73,5%
Otros flujos de las actividades de financiación	-29,5	-34,5	5,0	14,5%
- NIIF 16	-27,1	-29,0	1,8	6,3%
-Otros	-2,4	-7,9	5,5	69,5%
CASH FLOW DE FINANCIACIÓN	-82,2	-98,2	16,0	16,3%
CASH FLOW ANTES DE DESINVERSIONES	-73,2	-37,3	-35,9	-96,4%
Desinversiones	8,7	17,1	-8,5	-49,5%
GENERACIÓN DE CAJA ANTES DE OPERACIONES	-64,6	-20,2	-44,4	-220,5%
CASH FLOW ANTES DE OPERACIONES EX. VAR. CIRCULANTE	-72,3	14,4	-86,8	---
Ampliación de capital	0,0	192,3	-192,3	-100,0%
Venta Media Capital	40,0	8,0	32,1	402,6%
Compra 25% Santillana	0,0	-313,2	313,2	100,0%
Pago de dividendos DLJ	0,0	-29,5	29,5	100,0%
Adquisición 3i	0,0	-36,1	36,1	100,0%
Mediapro	0,0	-51,0	51,0	100,0%
Venta Santillana España	411,2		411,2	---
Generación de caja de las act. discontinuadas (Santillana España)	25,4	39,2	-13,8	-35,2%
Costes de refinanciación	-9,8	-2,3	-7,5	-3,3
CASH FLOW	402,2	-212,9	615,1	---

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



TOTAL GRUPO

Posición financiera neta

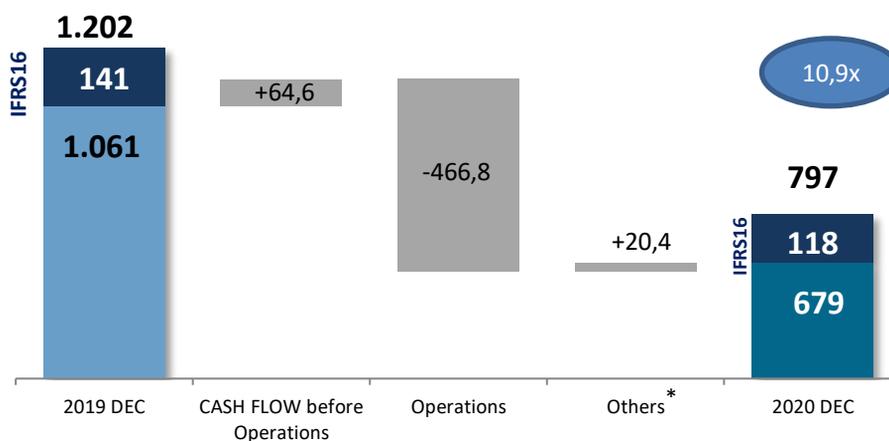
DEUDA BANCARIA TOTAL

Millones de €	Dic. 2020	Dic. 2019	Var. 20/19	
			Abs.	Rel.
- Deudas con entidades de crédito	913,3	1.215,1	-301,7	-24,8%
- Deudas con entidades de crédito largo plazo	810,6	1.164,9	-354,3	-30,4%
- Deudas con entidades de crédito corto plazo	102,7	50,2	52,6	104,7%
Inversiones financieras corrientes	-6,1	-4,7	-1,4	-28,7%
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	-221,9	-166,6	-55,3	-33,2%
Valor presente	-6,0	17,4	-23,4	---
DEUDA BANCARIA TOTAL	679,3	1.061,1	-381,8	-36,0%
Pasivo NIIF 16	117,7	140,7	-23,0	-16,4%
DEUDA BANCARIA TOTAL CON NIIF 16	797,0	1.201,8	-404,9	-33,7%

DEUDA BANCARIA TOTAL POR UNIDAD DE NEGOCIO (incluye interco)

Millones de €	Dic. 2020	Dic. 2019	Var. 20/19	
			Abs.	Rel.
Prisa Holding+ Prisa Gestión Financiera+PAE+Otros	698,4	1.067,0	-368,6	-34,5%
- Deudas con entidades de crédito	872,3	1.193,6	-321,3	-26,9%
- Caja, IFT y deuda intragrupo	-173,9	-126,6	-47,3	-37,4%
Santillana	-94,2	-38,4	-55,8	-145,4%
Radio	3,7	3,8	-0,1	-1,5%
Prisa Noticias	71,4	28,7	42,6	148,4%
DEUDA BANCARIA TOTAL	679,3	1.061,1	-381,8	-36,0%

La evolución de la deuda neta bancaria durante el ejercicio 2020 se muestra a continuación



Deuda neta /EBITDA .La deuda neta incluye la deuda IFRS y el EBITDA excluye indemnizaciones

* Otros incluye principalmente el PIK de la deuda y el impacto del FX en Balance



TOTAL GRUPO

Balance

Millones de euros	ACTIVO	
	31/12/2020	31/12/2019
ACTIVO NO CORRIENTE	443,26	652,46
Inmovilizado material	155,46	190,73
Fondo de comercio	112,50	151,07
Inmovilizado inmaterial	97,54	125,01
Inversiones financieras no corrientes	10,49	20,67
Sociedades puestas en equivalencia	24,68	48,71
Activos por impuestos diferidos	42,56	116,25
Otros activos no corrientes	0,02	0,03
ACTIVOS CORRIENTES	528,46	919,70
Existencias	45,71	84,42
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	248,71	383,35
Inversiones financieras corrientes	7,72	4,74
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	221,88	166,58
Activos mantenidos para la venta	4,44	280,61
TOTAL ACTIVO	971,72	1.572,16
Millones de euros	PASIVO	
	31/12/2020	31/12/2019
PATRIMONIO NETO	-402,98	-411,60
Capital suscrito	70,87	666,13
Reservas	-609,85	-965,19
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	89,74	-182,30
Socios Externos	46,27	69,76
PASIVOS NO CORRIENTES	948,54	1.331,84
Deudas con entidades de crédito	810,57	1.164,87
Otros pasivos financieros no corrientes	99,35	117,21
Pasivos por impuestos diferidos	16,84	24,99
Provisiones	19,20	22,14
Otros pasivos no corrientes	2,59	2,64
PASIVOS CORRIENTES	426,15	651,92
Deudas con entidades de crédito	102,75	50,19
Otros pasivos financieros corrientes	18,56	23,75
Acreedores comerciales	191,45	270,52
Otras deudas corrientes	80,00	107,42
Ajustes por periodificación	29,97	35,77
Pasivos mantenidos para la venta	3,43	164,28
TOTAL PASIVO	971,72	1.572,16

Impacto NIIF16

A Diciembre de 2020, el pasivo financiero derivado de la aplicación de la norma asciende a 118 millones de euros.



HECHOS RELEVANTES DEL PERÍODO

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.

Con fecha 2 de noviembre de 2020, se informa de que Vertix, SGPS, S.A. ("Vertix"), filial íntegramente participada por Prisa, ha comenzado a ejecutar el proceso de venta de su participación accionarial (representativa del 64,47%) en la entidad cotizada portuguesa Grupo Media Capital SGPS, S.A. ("Media Capital"). Así, se ha ejecutado con una pluralidad de inversores distintas compraventas de acciones que en su conjunto representan un 43,27% del capital social de Media Capital, titularidad de Vertix (la "Operación"), estando en marcha el proceso de ejecución de las restantes compraventas, de cuya finalización se dará conocimiento al mercado en cuanto se produzca.

La Operación se ha llevado a cabo mediante transmisiones independientes en bloque de las acciones por un precio total de €24.732.919,96 -respecto de los €36.850.047,74 que supondrá la venta de la totalidad de la participación accionarial (64,47%) mantenida por Vertix en Media Capital-, 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.



HECHOS RELEVANTES DEL PERÍODO

Según lo comunicado en la Información Privilegiada, la desinversión de la totalidad de la participación accionarial de Vertex en Media Capital supondrá una pérdida contable en las cuentas individuales y consolidadas de Prisa de aproximadamente €48,5Mn, tal y como consta en las cuentas intermedias consolidadas de Prisa a 30 de junio de 2020.

Con fecha 3 de noviembre de 2020, se informa de que Vertex, SGPS, S.A. ("Vertex"), filial íntegramente participada por Prisa, ha concluido el proceso de venta de su participación accionarial (representativa del 64,47%) en la entidad cotizada portuguesa Grupo Media Capital SGPS, S.A. ("Media Capital").

Así, el 3 de noviembre de 2021, se completa la ejecución de la venta del 21,2% del capital social de Media Capital, titularidad de Vertex (la "Operación").

La Operación se ha llevado a cabo mediante transmisiones independientes en bloque de las acciones por un precio total de € 12.117.127,78 -respecto de los €36.850.047,74 que ha supuesto la venta de la totalidad de la participación accionarial (64,47%) mantenida por Vertex en Media Capital.

La Operación supone la culminación del proceso de desinversión de Prisa en el sector audiovisual, de conformidad con la hoja de ruta de la Compañía de focalización en sus activos de educación y medios de comunicación estratégicos.

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, suscribiéndose, 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 Privilegiada 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.

Con fecha 31 de diciembre de 2020 se comunica que, tras haberse cumplido las condiciones suspensivas a las que estaba sujeto, se ha producido el cierre de la Operación en las condiciones previstas. Una vez actualizados a la fecha de cierre todos los elementos relevantes para el cálculo del impacto de la Operación en la cuenta de resultados consolidada de PRISA, se estima que supondrá un resultado positivo de aproximadamente 360 millones de euros.



HECHOS RELEVANTES DEL PERÍODO

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.

Con fecha 5 de noviembre de 2020, la Sociedad informa que ha obtenido la adhesión del 100% de las entidades financieras acreedoras de la deuda derivada del contrato de financiación sindicada por importe actual de 1.148 millones de euros, de fecha 11 de diciembre de 2013, al contrato de compromisos básicos o “lock-up agreement” suscrito el 19 de octubre de 2020 (el “Contrato de Lock-Up”) que incorpora una hoja de términos o “Term Sheet” regulando, entre otras cuestiones, las condiciones esenciales para la reestructuración de la deuda financiera sindicada del grupo.

La Sociedad espera que las entidades acreedoras de la deuda de rango preferente de fecha 29 de junio de 2018 firmen la documentación equivalente próximamente lo que será comunicado al mercado en el momento oportuno.

La consecuencia de esta unanimidad es que, una vez firmada la documentación equivalente por las entidades acreedoras de la deuda de rango preferente, el acuerdo de refinanciación al amparo del Lock-up Agreement no requerirá ser tramitado por medio del procedimiento legal inglés denominado “Scheme of Arrangement” para que surta plenos efectos, lo que simplificará la ejecución.

Con fecha 2 de diciembre de 2020, la Sociedad informa que ha suscrito con las entidades acreedoras de la deuda de rango preferente la documentación equivalente al contrato de compromisos básicos o “lock-up agreement” suscrito el 19 de octubre de 2020 (el “Contrato de Lock-Up”), que cuenta con la adhesión del 100% de las entidades financieras acreedoras de la deuda derivada del contrato de financiación sindicada por importe actual de 1.148 millones de euros, de fecha 11 de diciembre de 2013. La documentación suscrita con las entidades acreedoras de la deuda preferente incorpora una hoja de términos o “Term Sheet” regulando, entre otras cuestiones, los términos en los que dicha deuda preferente se verá extendida en plazo e incrementada en su importe.

La consecuencia de lo anterior, es que el acuerdo de refinanciación al amparo del Lock-up Agreement no requerirá ser tramitado por medio del procedimiento legal inglés denominado “Scheme of Arrangement” para que surta plenos efectos, lo que simplificará la ejecución.

Con fecha 31 de diciembre de 2020, la Sociedad comunica que ha concluido la ejecución de los acuerdos alcanzados con la totalidad de sus acreedores, lo que conlleva la entrada en vigor de la refinanciación y modificación de los términos de su deuda.



HECHOS RELEVANTES DEL PERÍODO

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Con fecha 17 de noviembre de 2020, se informa de que el Consejo de Administración de PRISA celebrado el día 16 de noviembre de 2020 acordó convocar Junta General Extraordinaria de accionistas para su celebración, de manera exclusivamente telemática, a las 13:00 horas del día 18 de diciembre de 2020, en primera convocatoria, o de no alcanzarse el quorum necesario, de la misma forma y hora el día 19 de diciembre de 2020, en segunda convocatoria.

Con fecha 18 de diciembre de 2020, se informa y se acompañan los acuerdos cuya aprobación ha sido sometida a la Junta General Extraordinaria de Accionistas de la Sociedad que se ha celebrado en misma fecha. Los acuerdos primero a cuarto, ambos inclusive, sometidos a votación, estaban incluidos en el orden del día de la Junta General y se correspondían con las propuestas formuladas por el Consejo de Administración. Dichos acuerdos han sido aprobados por la mayoría de los accionistas presentes o representados en dicha Junta. El punto quinto es de carácter informativo y también estaba incluido en el orden del día de la Junta General.

Asimismo, se informa de que se ha solicitado la inclusión como punto fuera del orden del día el cese de D. Javier Monzón de Cáceres como consejero de la Sociedad. Este punto ha quedado aprobado por la mayoría de los accionistas presentes o representados en dicha Junta.

OTRA INFORMACION RELEVANTE

Con fecha 19 de noviembre de 2020, y tras la suspensión cautelar de negociación en el Sistema de Interconexión Bursátil de las acciones de la Sociedad, por concurrir circunstancias que pudieran perturbar el normal desarrollo de las operaciones sobre las mismas, la Sociedad informa que en dicha fecha ha recibido una carta firmada por D. Blas Herrero Fernández titulada "Oferta firme de adquisición de la unidad de negocio de medios de comunicación de Promotora de Informaciones, S.A." que contiene los términos de la correspondiente propuesta. Asimismo, expone que la propuesta recibida no ha sido solicitada por Prisa y de acuerdo con sus propios términos, no es vinculante hasta que se cumplan determinadas condiciones. La Sociedad informa igualmente de que el Consejo de Administración analizará la propuesta y adoptará las medidas oportunas, circunstancia de la que dará cuenta al mercado cuando corresponda, en cumplimiento de sus obligaciones.

En ese sentido, y con fecha 20 de noviembre de 2020, la Sociedad informa de que el Consejo de Administración celebrado en la misma fecha, ha analizado los términos de dicha propuesta y ha acordado desestimar la misma. Igualmente se informa de que la Sociedad continuará operando de acuerdo con su hoja de ruta definida a comienzos del presente ejercicio, en el desarrollo y puesta en valor de sus proyectos de educación y medios de comunicación, según se ha venido comunicando consistentemente al mercado; y será en este marco en el que evaluará, de resultar procedente en el futuro, cualquier expresión de interés que pueda recibir.



HECHOS RELEVANTES DEL PERÍODO

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Con fecha 16 de noviembre de 2020, el Consejo de Administración de PRISA aprobó la modificación del Reglamento del Consejo de Administración de la Sociedad con la finalidad de:

- (i) incorporar algunas de las previsiones básicas de la Guía Técnica 1/2019 de la Comisión Nacional del Mercado de Valores sobre Comisiones de Nombramientos y Retribuciones;
- (ii) incorporar determinadas recomendaciones previstas en la nueva versión del Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas publicada en junio de 2020;
- (iii) recoger las novedades introducidas por la Ley 11/2018, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad, en relación con la información no financiera y la diversidad en la composición del Consejo de Administración; y
- (iv) incluir ajustes de carácter técnico para mejorar la redacción e interpretación del Reglamento y completar su contenido.

Con fecha 18 de diciembre de 2020, se informa de que la consejera independiente de PRISA D.^a Sonia Dulá ha comunicado a la Sociedad su dimisión como vocal del Consejo —y, por consiguiente, como miembro de la Comisión Delegada, de la Comisión de Auditoría, Riesgos y Cumplimiento y de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo— por medio de carta de fecha, 18 de diciembre de 2020, debido a que, atendiendo a nuevas circunstancias personales y profesionales, le es imposible dedicar el tiempo necesario y prestar la atención precisa al cargo de consejera independiente de PRISA.

Asimismo, se informa de que se ha solicitado la inclusión como punto fuera del orden del día en la Junta General de Accionistas, celebrada el 18 de diciembre de 2020, el cese de D. Javier Monzón de Cáceres como consejero de la Sociedad. Este punto ha quedado aprobado por la mayoría de los accionistas presentes o representados en dicha Junta.

El 22 de diciembre de 2020, se informa de que habida cuenta de las vacantes existentes en el Consejo de Administración y en sus comisiones tras el cese y dimisión, respectivamente, de D. Javier Monzón de Cáceres y de D.^a Sonia Dulá (como ya fue comunicado el pasado 18 de diciembre de 2020 con números de registro 633 y 6292), el Consejo de Administración de PRISA, en reunión celebrada el día 22 de diciembre de 2020, y a propuesta de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo, ha acordado el nombramiento, por cooptación, de D. Javier Santiso Guimaras y D. Rosauro Varo Rodríguez como consejeros, ambos con la categoría de independientes, para cubrir las referidas vacantes.

Los nombramientos de D. Javier Santiso Guimaras y D. Rosauro Varo Rodríguez, permiten que el Consejo de Administración de PRISA siga manteniendo una composición equilibrada y acorde con las recomendaciones de buen gobierno corporativo relativas al número de consejeros externos independientes. Asimismo, los perfiles profesionales y experiencia de D. Javier Santiso Guimaras y D. Rosauro Varo Rodríguez encajan con la matriz de competencias elaborada por la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo, aportando las aptitudes profesionales y personales requeridas por el Consejo de Administración, en particular, transformación digital, emprendimiento, renovación generacional y participación activa en el ámbito de la cultura.

En línea con lo anterior, a propuesta de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo, siguiendo las recomendaciones de buen gobierno corporativo y a los efectos de reforzar el papel de la mujer en los órganos de gobierno de PRISA, el Consejo de Administración ha acordado el nombramiento de D.^a Beatriz de Clermont como Consejera Coordinadora y su incorporación como miembro de la Comisión Delegada.

Tras los referidos nombramientos, el Consejo de Administración, a propuesta de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo, ha acordado reorganizar la estructura de sus comisiones que pasan a tener la siguiente composición:

Comisión Delegada: Presidente: D. Joseph Oughourlian; Vocales: D. Manuel Mirat, D. Manuel Polanco, D. Javier de Jaime, D.^a Beatriz de Clermont, D. Javier Santiso Guimaras.

Comisión de Auditoría, Riesgos y Cumplimiento: Presidente: D. Dominique D’Hinnin; Vocales: Amber Capital UK, LLP (representada por D. Fernando Martínez Albacete), D.^a María Teresa Ballester Fornés, D. Rosauro Varo Rodríguez

Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo: Presidente: D.^a Beatriz de Clermont; Vocales: D. Joseph Oughourlian, D. Javier Santiso Guimaras, D. Dominique D’Hinnin.

El Secretario de las Comisiones seguirá siendo el que lo es del Consejo de Administración, D. Xavier Pujol Tobeña.

Asimismo, el Consejo de Administración ha acordado iniciar el plan de sucesión del Presidente, dentro del proceso formal y ordenado de la Compañía.



ANEXO

1. Evolución del tipo de cambio	33
2. Desglose de ingresos y ajustes	34

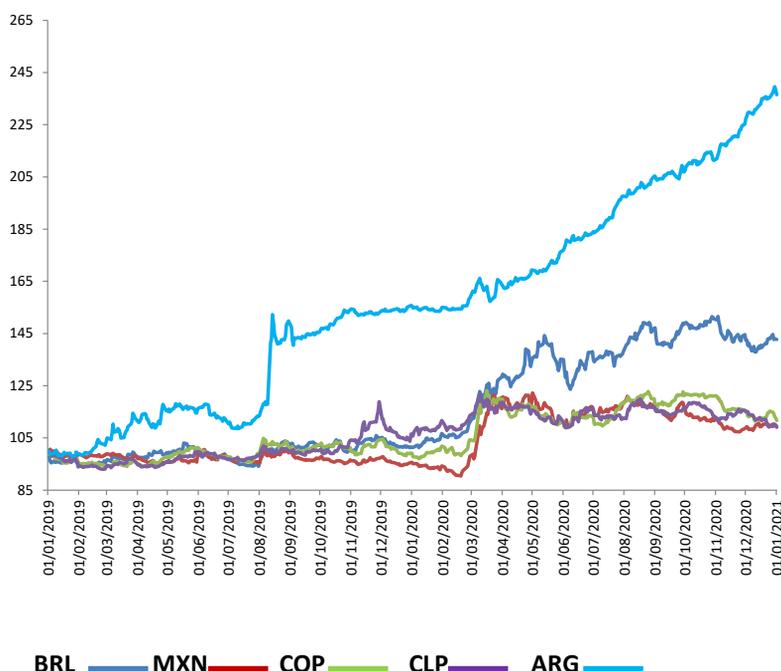


TOTAL GRUPO

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 Brasil, México y Argentina.

El impacto FX sobre los ingresos y el EBITDA del Grupo en 2020 ha sido negativo. El impacto ha sido de -72,2 millones de euros en ingresos y de -13 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
4Q2020	6,52	24,60	4.430,03	914,86	92,87

Fuente: Bloomberg



TOTAL GRUPO

Desglose de ingresos y EBITDA comparable por U.N.

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2020	2019	Var.%	2020	2019	Var.%
Ingresos de Explotación						
GRUPO	700,6	964,9	(27,4)	206,0	315,7	(34,7)
Educación	365,8	497,0	(26,4)	95,0	183,8	(48,3)
Radio	186,3	273,8	(32,0)	63,8	77,4	(17,6)
Prensa Total - incluye PBS y Tecnología	164,7	210,8	(21,9)	51,2	57,9	(11,5)
Otros	(16,2)	(16,8)	3,5	(4,0)	(3,4)	(16,9)
	0					
Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2020	2019	Var.%	2020	2019	Var.%
EBITDA Comparable						
GRUPO	63,9	189,2	(66,3)	40,6	93,8	(56,8)
Educación	77,0	122,2	(37,0)	25,8	62,9	(59,0)
Radio	4,9	63,4	(92,3)	11,1	21,6	(48,7)
Prensa Total - incluye PBS y Tecnología	(10,2)	12,1	---	6,7	11,0	(38,8)
Otros	(7,8)	(8,6)	9,2	(3,0)	(1,7)	(80,6)
Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2020	2019	Var.%	2020	2019	Var.%
EBITDA Comparable sin indemnizaciones						
GRUPO	73,0	199,9	(63,5)	45,0	96,4	(53,3)
Educación	80,9	126,8	(36,2)	27,7	64,6	(57,1)
Radio	7,6	66,1	(88,6)	13,3	22,1	(40,1)
Prensa Total - incluye PBS y Tecnología	(8,3)	15,3	---	7,1	11,4	(37,8)
Otros	(7,1)	(8,3)	14,2	(3,1)	(1,7)	(84,8)

Ajustes entre EBITDA reportado y EBITDA comparable

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2020	2019	Var.%	2020	2019	Var.%
Efecto Sentencia Mediapro						
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