



PRISA

INFORME DE RESULTADOS Q1 2023

PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.
25 de Abril de 2023

Índice

Resumen	3
Grupo PRISA	
Resultados financieros	4
Cuenta de Resultados	5
Estado de flujos de efectivo	6
Posición Financiera Neta	7
Balance	8
PRISA Media	
Resultados financieros	9
Cuenta de Resultados	11
Santillana	
Resultados financieros	12
Desglose de ingresos	14
Cuenta de Resultados	15
ESG	16
Guidance	17
Principales indicadores del Grupo	18
Anexo	
Evolución del tipo de cambio	20
Desglose de ingresos y EBITDA	21
Medidas Alternativas de Rendimiento	23

Resumen

El Grupo PRISA continúa la **senda de crecimiento sostenido en este primer trimestre del año, con mejora en Educación y en Media, en ingresos, EBITDA, Resultado de explotación (EBIT) y márgenes**. Además la compañía continúa focalizada en la **reducción de la deuda** y en el primer trimestre logra mejorar su apalancamiento gracias a la entrada de fondos procedente de la emisión de obligaciones convertibles.

En definitiva, el primer trimestre 2023 confirma que la compañía está en el camino adecuado para cumplir el Guidance 2023 y sigue alineada con la hoja de ruta estratégica definida para alcanzar los objetivos 2025.

Crecimiento de los negocios

A pesar de que el entorno macroeconómico continúa siendo incierto, adverso y complejo, PRISA presenta unos resultados del primer trimestre sólidos, con crecimiento en ingresos, EBITDA, Resultado de explotación (EBIT) y márgenes en sus dos negocios.

El continuo crecimiento de los modelos de suscripción en Santillana, la mejora publicitaria offline y online en radio y prensa y la obtención de una **venta institucional extraordinaria en Argentina**, han permitido **crecer en ingresos un 27%** en el primer trimestre del año. La evolución de la inflación y el tipo de cambio en todos los países, y especialmente en Argentina, podrán afectar a este crecimiento en los próximos trimestres.

Este crecimiento pone de manifiesto la **resiliencia de nuestros negocios y el valor de nuestros activos y marcas**. Además, la **gestión adecuada** llevada a cabo en el marco de la estructura organizativa del Grupo, ha permitido traducir el crecimiento de ingresos en una **mejora también del EBITDA y de los márgenes**, gracias al control de los costes en un entorno de crecimientos de inflación y encarecimiento de los costes de las materias primas. El EBITDA se ha multiplicado por 1,6x respecto al 2022 en el primer trimestre y el margen de EBITDA a la fecha ha mejorado en 5,6 puntos porcentuales.

Puntos destacados

Crecimiento operativo de los negocios

Tanto Santillana como PRISA Media, continúan mostrando crecimiento en el primer trimestre del año, creciendo en ingresos, EBITDA y márgenes

Mejora publicitaria en el primer trimestre, especialmente en Radio

Los modelos de suscripción en Santillana y en El País continúan creciendo a buen ritmo

Impacto significativo de venta institucional extraordinaria en Argentina. Los resultados de Santillana Argentina pueden variar a lo largo del año en función de⁽¹⁾ i) tipo de cambio ARS/€ y ii) evolución de la inflación; adicionalmente, la conversión a caja también estará sujeta a la evolución de los tipos de cambio

Foco en la reducción de deuda y la generación de caja

Reducción de deuda gracias a la emisión de obligaciones convertibles que han permitido amortizar anticipadamente 110 M€ de deuda Junior

Ratio de deuda neta /EBITDA de 4,5x, mejorando 1,7 pp vs diciembre

Contratación de coberturas de tipos de interés para limitar el riesgo alcista del euribor y estabilizar el cash flow

Foco en la reducción de deuda y generación de caja

La compañía sigue focalizada en la reducción de deuda y la generación de caja.

En el mes de febrero, el Grupo completó la emisión de 130 M€ en obligaciones necesariamente convertibles en acciones de nueva emisión, con un cupón del 1% anual fijo (no capitalizable) y un plazo de conversión obligatoria de 5 años (con dos ventanas anuales de conversión voluntaria). Las obligaciones fueron suscritas en su totalidad, superando la demanda a la oferta.

Esta operación ha permitido **amortizar anticipadamente 110 M€ de la Deuda Financiera Junior**, que es el tramo más caro, rebajando el coste de la deuda financiera, mejorando el nivel de apalancamiento, y reforzando el balance de Prisa.

En el primer trimestre de 2023, el ratio deuda neta/EBITDA se sitúa en 4,5 x reduciéndose 1,7 puntos porcentuales respecto a diciembre.

Además, PRISA ha contratado dos **nuevas coberturas de tipos de interés** durante el primer trimestre, que le permite cubrir el riesgo derivado de las tensiones alcistas de tipos de interés del euribor. De este modo, casi la mitad de la deuda (400 M€ de deuda nominal), está referenciada a coberturas de tipos de interés limitando el encarecimiento de los costes de los intereses.

El Flujo de Caja Libre (FCF) del trimestre es positivo aunque todavía no refleja toda la mejora de resultados lograda por efecto temporal en el circulante.

Alineamiento con la consecución del Guidance 2023 y los objetivos 2025

En definitiva, **el crecimiento operativo de los negocios y la reducción de deuda en el primer trimestre 2023, continúan** confirmando que la compañía está en el camino adecuado para cumplir el Guidance 2023 y sigue alineada para alcanzar los objetivos 2025 definidos en el Plan estratégico.

Resultados Financieros – Grupo

*Evolución positiva en ambas unidades de negocio, impulsada por los ingresos digitales tanto en Educación como en Media. **Mejora operativa respecto al mismo periodo de 2022 con un incremento de ingresos del +27%, un aumento del Resultado de explotación (EBIT) del 116% y un aumento de 5,6 puntos porcentuales del Margen EBITDA.***

Ingresos

Los ingresos en el primer trimestre del año crecen respecto del mismo periodo de 2022 por una mejora operativa en ambas unidades de negocio. En total, en el periodo comprendido entre enero y marzo, los ingresos alcanzaron los 267 M€ aumentando un +26,7% respecto a 2022.

Por línea de negocio, destaca el crecimiento de las ventas de educación (+33%) afectadas por el buen desempeño de las campañas Sur, el crecimiento de los modelos de suscripción y por una venta institucional extraordinaria de La Nación en Argentina. Sin el impacto de Argentina en el primer trimestre, los ingresos de Prisa crecen un +22%.

Por otro lado, las ventas de publicidad han crecido un +7% con incrementos tanto de la publicidad offline como de la online. La circulación crece ligeramente en el primer trimestre un +1%. Por último, el Grupo incrementa su diversificación de líneas de negocio adicionales gracias al desarrollo de la producción audiovisual a través de Lacoproductora y al desarrollo de negocios digitales adicionales a la actividad publicitaria y de suscripciones.

Por unidades de negocio, tanto Santillana como PRISA Media crecen en el trimestre: un 32% el negocio de Educación y un +18% el negocio de Medios.

En definitiva, a pesar de que la incertidumbre económica y sectorial se mantiene en el entorno, los negocios en el primer trimestre se mantienen resilientes y presentan crecimientos sólidos.

EBITDA

La mejora de ingresos se traduce en una mejora del EBITDA que en el trimestre alcanza los 67 M€, lo que supone un crecimiento del 62,8% respecto al mismo trimestre de 2022. El margen EBITDA, es del 25,2%, mejorando en 5,6 puntos porcentuales respecto al mismo periodo de 2022. El EBITDA, se ha visto impactado además de por la mejora operativa de los negocios, por el efecto de la venta institucional extraordinaria de Argentina. Sin considerar Santillana Argentina, el EBITDA crece un +56% respecto al primer trimestre de 2022.

Apenas hay efecto de indemnizaciones por lo que en términos de EBITDA sin indemnizaciones, arroja unos crecimientos similares al EBITDA, en concreto del +57,9% (se multiplica 1,6x el EBITDA sin indemnizaciones del primer trimestre de 2022).

Tipo de cambio

El tipo de cambio ha tenido un efecto positivo de 9 M€ en los ingresos del primer trimestre, principalmente por la apreciación del Real Brasileño y del Peso Mexicano. Además efecto positivo del Peso Argentino por el impacto de la inflación. En el EBITDA el efecto ha sido positivo en 3,4 M€.

Resultado Neto

El resultado neto contable es positivo y asciende a 5,2 M€ vs un resultado de 0,1 M€ en el primer trimestre de 2022. El resultado neto se ha visto afectado, además de por la mejora operativa, por un mayor gasto financiero en el periodo (i. incremento de euribor, ii. mayores gastos financieros de fair value de la deuda tras la amortización anticipada de parte de la deuda Junior iii. mayores ajustes por inflación de Argentina) y un mayor gasto en impuestos asociado a los mayores resultados.

Generación de Caja

En el primer trimestre de 2023, se han generado 149 M€ de los cuáles 128 M€ provienen de los fondos netos de la emisión de obligaciones convertibles. El Flujo de Caja Libre alcanza 38 M€ frente a los 43 M€ del mismo periodo de 2022, afectado por un efecto temporal del circulante fundamentalmente (cobros pendientes a la fecha de la venta institucional de Argentina y adelanto de pagos). En cuanto al pago de intereses, hay un incremento de 16,3 M€ vs 2022 ya que el año pasado no se pagaron intereses hasta abril, tras el cierre de la Refinanciación. Se han contratado dos coberturas de tipos de interés adicionales, sobre un importe nominal de 250 M€. De este modo, el Grupo limita el riesgo de tipos de interés sobre un importe total de deuda de 400 M€. En el total de generación de caja, el Grupo mejora en 108 M€.

Santillana Argentina

Los resultados de Santillana Argentina pueden variar a lo largo del año en función de⁽¹⁾ i) tipo de cambio ARS/€ y ii) evolución de la inflación; adicionalmente, la conversión a caja también estará sujeta a la evolución de los tipos de cambio.

Deuda neta y liquidez

La Deuda Bancaria Neta se sitúa en 714 M€, frente a los 856 M€ de diciembre de 2022. El descenso en 143 M€ de la deuda bancaria se debe, fundamentalmente, a los fondos netos de las obligaciones convertibles (128 M€) de los cuáles 110 M€ se han destinado a amortizar deuda Junior.

Teniendo en cuenta el pasivo NIIF 16, la deuda neta se sitúa en 781 M€ frente a los 926 M€ de diciembre de 2022, lo que supone una disminución del 16%. El Grupo sigue presentando a marzo 2023 una fuerte posición de liquidez (246 M€).

Grupo PRISA – Cuenta de Resultados

Resultados Reportados

Millones de €

	ENERO - MARZO		
	2023	2022	Var.
Ingresos de Explotación	266,9	210,6	+26,7%
EBITDA Contable	67,2	41,3	+62,8%
<i>Margen EBITDA</i>	25,2%	19,6%	+28,4%
EBITDA sin indemnizaciones	69,1	43,8	+57,9%
<i>Margen EBITDA sin indemnizaciones</i>	25,9%	20,8%	+24,6%
Resultado de explotación Contable (EBIT)	51,4	23,8	+115,7%
<i>Margen EBIT</i>	19,2%	11,3%	+70,2%
Resultado Financiero	-32,2	-15,5	-108,2%
Gastos por intereses de financiación	-22,1	-16,2	-36,3%
Otros resultados financieros	-10,1	0,8	---
Resultado puesta en equivalencia	0,0	-0,1	---
Resultado antes de impuestos	19,1	8,2	+131,9%
Impuesto sobre sociedades	14,1	9,0	+57,3%
Resultado atribuido a socios externos	-0,2	-0,8	+72,0%
Resultado Neto	5,2	0,1	---

Resultados a tipo de cambio constante

Millones de €

	ENERO - MARZO		
	2023	2022	Var.
Ingresos de Explotación	257,8	210,6	+22,4%
EBITDA	63,8	41,3	+54,6%
<i>Margen EBITDA</i>	24,8%	19,6%	+26,3%
EBITDA sin indemnizaciones	65,7	43,8	+50,2%
Resultado de explotación (EBIT)	48,7	23,8	+104,6%
<i>Margen EBIT</i>	18,9%	11,3%	+67,1%

Grupo PRISA – Estado de flujos de efectivo

Estado de Flujos de Efectivo

Millones de €

	ENERO - MARZO			
	2023	2022	Abs.	%
EBITDA contable	67,2	41,3	+25,9	+62,8%
Gasto de indemnizaciones	1,9	2,5	-0,6	-22,6%
EBITDA sin indemnizaciones	69,1	43,8	+25,4	+57,9%
Circulante	-6,9	28,4	-35,3	---
Pago de indemnizaciones	-3,7	-8,8	+5,1	+57,7%
Pago de impuestos	-5,3	-6,4	+1,2	+18,3%
Capex	-9,4	-7,8	-1,6	-20,7%
Otros	0,4	-0,2	+0,6	---
CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN	44,2	48,9	-4,7	-9,5%
Pago de intereses	-17,7	-1,4	-16,3	---
Dividendos	2,0	-0,5	+2,6	---
Otros flujos de actividades de financiación	-5,7	-5,9	+0,3	+4,5%
NIIF 16	-6,4	-5,5	-0,9	-15,8%
Otros	0,7	-0,4	+1,1	---
CASH FLOW DE FINANCIACIÓN	-21,3	-7,8	-13,5	-172,4%
FLUJO DE CAJA LIBRE (FCF)	37,9	43,4	-5,5	-12,7%
CASH FLOW ANTES DE DESINVERSIONES	22,9	41,1	-18,1	-44,2%
Desinversiones	1,8	0,3	+1,5	+461,2%
CASH FLOW ANTES DE OPERACIONES	24,7	41,4	-16,7	-40,3%
Operaciones	124,2	-0,6	+124,8	---
Obligaciones convertibles	127,8	0,0	+127,8	---
Otros	-3,7	-0,6	-3,1	-506,9%
CASH FLOW	148,9	40,8	+108,1	+265,1%

FLUJO DE CAJA LIBRE (FCF)

Millones de €

	ENERO - MARZO			
	2023	2022	Abs.	%
CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN	44,2	48,9	-4,7	-9,5%
NIIF 16	-6,4	-5,5	-0,9	-15,8%
FLUJO DE CAJA LIBRE (FCF)	37,9	43,4	-5,5	-12,7%

Grupo PRISA – Posición Financiera Neta

TOTAL DEUDA FINANCIERA NETA

Millones de €

	Mar 2023	Dic 2022	Var. 23/22 Abs.	
Deuda Bancaria	909,5	1.011,7	-102,2	-10,1%
A largo plazo	880,5	980,8	-100,3	-10,2%
A corto plazo	28,9	30,8	-1,9	-6,1%
Pasivo Bono convertible	4,0	0,0	4,0	---
Inversiones financieras corrientes	-1,5	-1,5	0,0	3,0%
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	-227,0	-189,5	-37,5	-19,8%
Valor presente	28,6	35,8	-7,2	-20,1%
DEUDA BANCARIA NETA	713,5	856,4	-142,9	-16,7%
Pasivo NIIF 16	67,0	69,2	-2,2	-3,1%
DEUDA BANCARIA NETA CON NIIF 16	780,5	925,6	-145,1	-15,7%

DEUDA BANCARIA NETA POR NEGOCIO (incluye interco)

Millones de €

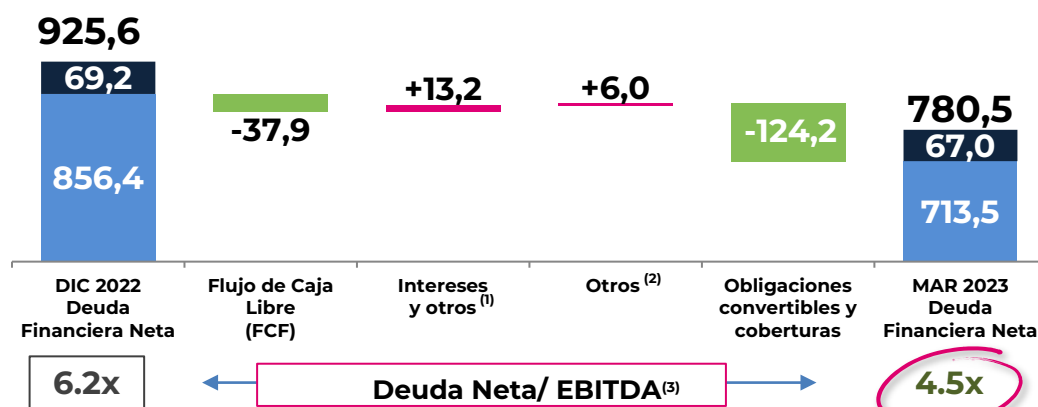
	Mar 2023	Dic 2022	Var. 23/22 Abs.	
Prisa Holding y Otros	727,2	828,1	-100,9	-12,2%
Deuda financiera (bancaria y cupón bono)	916,3	1.019,6	-103,3	-10,1%
Caja, IFT y Deuda interco	-189,1	-191,5	2,4	1,3%
Santillana	-113,4	-101,2	-12,2	-12,1%
Media	99,7	129,6	-29,9	-23,0%
DEUDA BANCARIA NETA	713,5	856,4	-142,9	-16,7%

DETALLE VARIACIÓN DE CAJA

Millones de €

CAJA INICIAL DIC'22	189,5
Cash Flow excluyendo efecto cambiario en caja	148,9
Efecto cambiario en caja	1,4
Disposición/Amortización de deuda	-112,8
CAJA FINAL MAR'23	227,0

Evolución Deuda Financiera Neta (M€)



(1) Incluye principalmente pago de intereses, desinversiones y dividendos.

(2) Incluye principalmente el PIK, los intereses devengados no pagados, el cupón de las obligaciones convertibles y el impacto del tipo de cambio en la Deuda Neta.

(3) Ratio Deuda Neta/ EBITDA calculado de acuerdo a los criterios de apalancamiento financiero definidos en los contratos de Refinanciación.

Grupo PRISA - Balance

Millones de €

	ACTIVO	
	Mar 2023	Dic 2022
ACTIVOS NO CORRIENTES	435,6	425,9
Inmovilizado material	101,9	103,3
Fondo de comercio	120,2	117,2
Inmovilizado inmaterial	105,4	104,9
Inversiones financieras no corrientes	16,2	12,4
Sociedades puestas en equivalencia y otros	32,7	33,1
Impuesto diferido de activo	59,2	55,0
ACTIVO CORRIENTES	587,3	556,7
Existencias	66,2	74,7
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	291,8	290,2
Inversiones financieras corrientes	1,5	1,5
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	227,0	189,5
Activos mantenidos para la venta	0,8	0,8
ACTIVO TOTAL	1.022,8	982,7

Millones de €

	PASIVO	
	Mar 2023	Dic 2022
PATRIMONIO NETO	-392,2	-532,2
Capital suscrito	74,1	74,1
Reservas	-485,3	-607,4
Resultado atribuido a la sociedad dominante	5,2	-12,9
Socios externos	13,8	14,1
PASIVOS NO CORRIENTES	975,0	1.073,3
Deudas con entidades de crédito	880,5	980,8
Pasivos financieros	56,7	53,9
Pasivos por impuestos diferidos	19,3	19,9
Provisiones	15,2	15,3
Otros pasivos no corrientes	3,4	3,4
PASIVOS CORRIENTES	440,0	441,5
Deudas con entidades de crédito	28,9	30,8
Otros pasivos financieros corrientes	31,9	32,8
Acreeedores comerciales	235,5	254,8
Otras deudas corrientes	93,9	81,1
Ajustes por periodificación	49,4	41,5
Pasivos mantenidos para la venta	0,4	0,4
PASIVO TOTAL	1.022,8	982,7

PRISA Media

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

La estructura organizativa de PRISA Media responde a alinear la organización en torno a un propósito y estrategia común para todos los medios del Grupo: centrar los esfuerzos en acelerar la digitalización, potenciar el alcance global de los productos y aprovechar el potencial de crecimiento de las marcas, apostando por los modelos de suscripción y los múltiples formatos para rentabilizar el liderazgo y la calidad de las marcas.

Resultados Financieros

PRISA Media comienza el año 2023 con un importante crecimiento, superando los resultados del mismo periodo de 2022. Los ingresos del primer trimestre alcanzan los 98 M€ frente a los 83 M€ de 2022, lo que supone un aumento del +18,2%. PRISA Media continúa con una evolución positiva trimestre a trimestre. En publicidad, los ingresos han crecido un 7,3% y han alcanzado los 67 M€. La publicidad online ha crecido un +7,0% y la publicidad offline un +7,4% mejorando la tendencia positiva de 2022. Respecto a la circulación, los ingresos crecen un +1,4%, principalmente por los ingresos procedentes de las suscripciones digitales de EL PAÍS, que crecen un 35,9% y compensan la caída de los ingresos de circulación offline que descienden un 9,3%. Por último, hay que destacar el aumento en el concepto de "Otros ingresos", que crece más de un 145% (+10,3 M€) fundamentalmente gracias a la diversificación de ingresos digitales (acuerdos con plataformas para proyectos innovadores) y a la incorporación al perímetro de consolidación de Lacoproductora que genera ingresos de producción audiovisual.

En cuanto al EBITDA, en el primer trimestre de 2023, PRISA Media obtuvo un EBITDA contable de 1,9 M€ frente a los -1,8 M€ en 2022. Esto supone una mejora de 3,7 M€, fundamentalmente procedente de la mejora de la publicidad. En el caso del EBITDA excluyendo indemnizaciones, se alcanzó los 2,9 M€ frente a 0 M€ en 2022.

En el primer trimestre, el tipo de cambio apenas tuvo impacto en los ingresos y el EBITDA contable de PRISA Media. El impacto total fue de -1 M€ en los ingresos y de +0,3 M€ en el EBITDA.

Publicidad

La publicidad es la principal fuente de ingresos para PRISA Media, aportando el 68% de los ingresos. Los ingresos netos por publicidad ascendieron en el trimestre a 67 M€ frente a los 62 M€ alcanzados en 2022, lo que supone un crecimiento del +7,3%.

Desde 2022 la publicidad se ha visto afectada por la situación macroeconómica global que ha producido falta de visibilidad en el sector creando incertidumbre. Sin embargo, a pesar de este contexto, en el primer trimestre del año 2023 PRISA Media, presenta crecimiento tanto en la parte digital como en la parte offline.

Los ingresos netos por publicidad online muestran crecimiento del +7,0% en contraste con la ligera caída que sufrieron en 2022. La publicidad offline también crece de forma similar en términos porcentuales, en concreto, un +7,4%, fundamentalmente gracias al crecimiento de radio en España.

A pesar de que la publicidad ha mostrado un comportamiento positivo durante el primer trimestre, sigue existiendo visibilidad limitada de cara a los próximos trimestres ante la situación inestable de los mercados financieros y el contexto macro.

Circulación

La circulación engloba tanto la venta de periódicos en papel como la venta correspondiente a las suscripciones digitales de pago de EL PAÍS.

Entre enero y marzo de 2023, los ingresos por circulación han alcanzado los 13 M€, un crecimiento del +1,4% vs 2022. El crecimiento de los ingresos de las suscripciones digitales de EL PAÍS (+35,9%) compensa la caída de la venta de periódicos offline (-9,3%).

EL PAÍS ha alcanzado un total de 287.036 suscriptores, de los cuales 248.908 son exclusivamente digitales. En el primer trimestre de 2023, el modelo de suscripción acumula 21.527 altas netas, manteniendo el buen ritmo de captación y retención de anteriores trimestres. Los suscriptores totales marcan un crecimiento interanual del +46% y los exclusivos digitales del +60%.

Otros ingresos

Los otros ingresos han aportado 17 M€, lo que ha supuesto un incremento del +145,9% sobre el mismo periodo de 2022 (+10,3 M€).

PRISA Media

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

Los acuerdos con plataformas para proyectos digitales innovadores o el desarrollo del mercado de podcast en español a través de acuerdos con diferentes socios estratégicos, han permitido seguir incrementando la diversificación de ingresos digitales e impulsar la transformación digital.

Por otro lado, la adquisición de Lacoproductora en el segundo trimestre de 2022, aporta ingresos adicionales a Prisa Media, en este caso asociados a la producción audiovisual. Lacoproductora se integra plenamente en la estructura de Vídeo de PRISA Media y desarrolla tareas de creación de formatos, comercialización y producción de productos audiovisuales originales que tienen como base los contenidos que generan los diferentes medios del Grupo, para su distribución en distintas plataformas

Suscriptores EL PAÍS

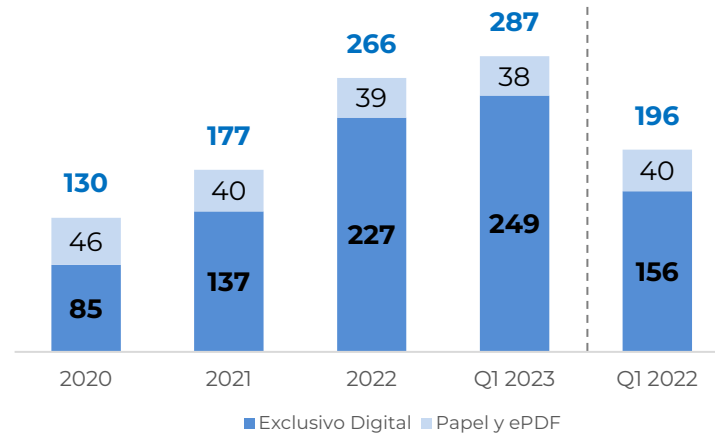
El modelo de EL PAÍS sigue evolucionando para ofrecer a sus suscriptores más contenidos y servicios exclusivos, de rigor y de calidad.

EL PAÍS lidera ampliamente el mercado de suscripción de prensa en España gracias al alcance mundial de su audiencia, el prestigio de la marca y la calidad de sus contenidos.

EL PAÍS ha alcanzado un total de 287.036 suscriptores en el primer trimestre 2023, con un crecimiento del +46%. Los exclusivos digitales, que ascienden a 248.908, han crecido un +60% respecto al primer trimestre de 2022.

Evolución de suscriptores EL PAÍS

En miles



Apuesta por el Audio

PRISA Audio nació en mayo de 2021 dentro de la estrategia digital del grupo como una apuesta por los nuevos formatos.

Los indicadores de consumo de audio siguen creciendo y las cifras del primer trimestre 2023 confirman la tendencia positiva. A marzo 2023, la cifra de descargas medias mensuales de audio asciende a 50 millones con un crecimiento del +9,6% y las horas de escucha ascienden a 89 millones en media mensual, lo que representa un crecimiento del +14,9% respecto al primer trimestre de 2022.

PRISA Media – Cuenta de Resultados

Resultados Reportados

Millones de €

ENERO - MARZO

	2023	2022	Var.
Ingresos de Explotación	97,6	82,5	+18,2%
Publicidad Neta	66,8	62,2	+7,3%
Offline	51,0	47,5	+7,4%
Online	15,7	14,7	+7,0%
Circulación	13,4	13,2	+1,4%
Offline	9,2	10,1	-9,3%
Online	4,2	3,1	+35,9%
Otros ⁽¹⁾	17,4	7,1	+145,9%
Gastos de Explotación Contables	95,7	84,4	+13,4%
Variables	23,9	13,3	+80,1%
Fijos	71,8	71,1	+1,0%
EBITDA Contable	1,9	-1,8	---
Margen EBITDA	2,0%	-2,2%	---
EBITDA sin indemnizaciones	2,9	0,0	---
Margen EBITDA sin indemnizaciones	2,9%	0,0%	---
Resultado de explotación Contable (EBIT)	-4,2	-8,9	+52,7%
Margen EBIT	-4,3%	-10,8%	+60,0%

PRISA Media – Indicadores Financieros y digitales

ENERO - MARZO

	2023	2022	Var.
Ingresos digitales (Millones de €)	24,7	19,3	+28,3%
Ingresos no digitales (Millones de €)	72,9	63,3	+15,2%
Peso ingresos digitales (%)	25,3%	23,4%	+2p.p.
Gastos sin indemnizaciones (Millones de €)	94,7	82,6	+14,7%
EBITDA sin indemnizaciones (Millones de €)	2,9	0,0	---
Navegadores Únicos promedio mensual (M)	245,9	241,4	+1,9%
TLH promedio mensual (M) ⁽²⁾	88,9	77,4	+14,9%
Descargas Audio promedio mensual (M)	50,3	45,9	+9,6%
EL PAÍS Suscriptores exclusivos digitales (K)	248,9	155,9	+59,6%
EL PAÍS Suscriptores totales (K)	287,0	196,2	+46,3%

(1) Otros ingresos incluye, fundamentalmente: acuerdos estratégicos con plataformas tecnológicas para impulsar la transformación digital y producción audiovisual (Prisa Video-Lacoproductora).

(2) TLH: se refiere al total de horas escuchadas en streaming, del inglés: Total Listening Hours.

Educación – Santillana

Con su posición de liderazgo en Latinoamérica, Santillana tiene centrada su estrategia en la transformación y digitalización del mercado educativo de K-12 mediante la transformación hacia los modelos de suscripción basados en sistemas educativos sobre la base de su plataforma de tecnología educativa (Ed-Tech).

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

Resultados Financieros

Los ingresos de Santillana en el primer trimestre del año crecen un 32,2% frente al mismo periodo de 2022 y alcanza los 170 M€. Santillana sigue demostrando la fortaleza de sus negocios con el crecimiento sostenible de los ingresos. La campaña Sur de 2023 evoluciona de manera positiva con crecimiento en todos los países y negocios.

Destaca en el primer trimestre del año, la venta institucional extraordinaria de La Nación obtenida en Argentina que aporta al negocio didáctico privado 19,4 M€ en 2023, lo que supone 9,9 M€ más que la venta de La Nación obtenida en 2022.

En términos de EBITDA contable, Santillana alcanza los 67 M€ en el trimestre lo que se traduce en un aumento de 22 M€ respecto al mismo periodo de 2022. En términos porcentuales, el crecimiento del EBITDA contable es del 50,1% en euros y 43,3% en moneda constante. Sin considerar las indemnizaciones, el EBITDA fue un 49,9% mayor en euros (43,1% en moneda constante). Si no se considera el crecimiento de Santillana Argentina, el EBITDA contable crece un +29%.

Durante el primer trimestre, en el negocio de educación privado se han obtenido unos resultados extraordinarios en la campaña Sur (que es la que se registra en este periodo) destacando especialmente la venta institucional de Argentina comentada y el crecimiento de los modelos de suscripción que confirman la estrategia de aceleración de la transformación. El negocio privado ha crecido un 25,9% en el primer trimestre. Excluyendo el efecto de la venta extraordinaria de Argentina el crecimiento es del 18,7%.

Por su parte, el mercado público también presenta mayores ventas durante el trimestre creciendo el 84,8% respecto a 2022. Hay que tener en cuenta el impacto positivo del registro de la venta del PNLD de Brasil y la venta pública de Chile de 2022, que se retrasaron a 2023. Por lo que, en todo caso, la evolución del negocio público se verá en la segunda parte del año.

Debido a la estacionalidad del negocio, no se espera que el segundo trimestre sea relevante ya que la campaña Sur 2023 se cerrará y dará comienzo la campaña Norte 2023 cuyo mayor impacto se producirá en el tercer trimestre del año.

Santillana Argentina

Los resultados de Santillana Argentina pueden variar a lo largo del año en función de⁽¹⁾ i) tipo de cambio ARS/€ y ii) evolución de la inflación; adicionalmente, la conversión a caja también estará sujeta a la evolución de los tipos de cambio.

Ventas Mercado Privado

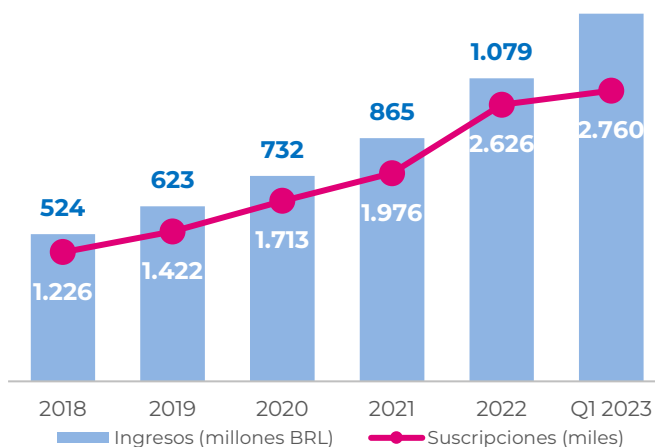
Modelo de Suscripción

Los modelos de suscripción son la principal fuente de ingresos de Santillana. Los modelos de suscripción siguen su proceso de transformación de alumnos y alcanzan en el primer trimestre 2.760.000 suscripciones, lo que supone un aumento del 11,3% respecto al mismo periodo de 2022. Los ingresos crecieron en el trimestre un 18,3%, esto es, un +15,7% en moneda constante.

Las suscripciones a sistemas de enseñanza muestran crecimiento en todos los modelos de sistemas. Los sistemas Flexibles crecieron un 10,5% en número de suscripciones en comparación con el primer trimestre del año 2022, Integrales un 3,9% y Suplementales (incluyendo los de inglés) un 18,5%. Por países, en Brasil las suscripciones crecieron un 3,8%, en México un 29,8%, en Colombia un 2,7%, en Chile un +43,3% y en el resto de países un 14,7%.

Ingresos por suscripciones y evolución del total

Millones de BRL y suscripciones en miles



Educación – Santillana

Con su posición de liderazgo en Latinoamérica, Santillana tiene centrada su estrategia en la transformación y digitalización del mercado educativo de K-12 mediante la transformación hacia los modelos de suscripción basados en sistemas educativos sobre la base de su plataforma de tecnología educativa (Ed-Tech).

Modelo Didáctico

En el primer trimestre de 2023, las ventas del negocio privado didáctico en LatAm ascendieron a 68 M€ mostrando un crecimiento del 35,3%, 19,3% en moneda constante. Pese al proceso de transformación de los alumnos del modelo didáctico al modelo de suscripción, el negocio didáctico ha crecido significativamente respecto al primer trimestre 2022, fundamentalmente por la venta institucional extraordinaria de La Nación en Argentina y por el buen comportamiento en las campañas de Brasil, Centroamérica Sur y Argentina. Las campañas Sur de venta didáctica prácticamente están cerradas y han mostrado una evolución positiva. Sin el efecto de la venta institucional extraordinaria de Argentina, el crecimiento de venta didáctica sigue siendo significativo (+19,3%).

Ventas Mercado Público

Las ventas públicas ascendieron a 28 M€, lo que supone un crecimiento respecto a las cifras de 2022, donde se alcanzó los 15 M€. La evolución de Santillana durante el primer trimestre en el mercado público, se ve beneficiada por el efecto de la venta del programa PNLD de Brasil que se retrasó de 2022 a enero de 2023 por importe de 3,6 M€ y las reimpresiones de venta pública de Chile que se retrasaron de diciembre 2022 a 2023 por importe de 4,3 M€.

Santillana – Desglose de ingresos

Ingresos por actividad

Millones de €

ENERO - MARZO

2023 2022 Var.

Venta de educacion	169,1	127,3	+32,9%
Privado	141,2	112,2	+25,9%
Suscripción	73,5	62,1	+18,3%
Didáctico	67,7	50,1	+35,3%
Público	27,9	15,1	+84,8%
Otros ingresos	0,5	1,1	-50,9%
Ingresos de Explotación	169,6	128,4	+32,2%

Ingresos por actividad a tipo de cambio constante

Millones de €

ENERO - MARZO

2023 2022 Var.

Venta de educacion	159,0	127,3	+24,9%
Privado	131,6	112,2	+17,3%
Suscripción	71,9	62,1	+15,7%
Didáctico	59,7	50,1	+19,3%
Público	27,4	15,1	+81,4%
Otros ingresos	0,5	1,1	-52,8%
Ingresos de Explotación	159,5	128,4	+24,2%

Santillana – Indicadores digitales

ENERO - MARZO

2023 2022 Var.

Suscripciones Ed-Tech (K)	2.760	2.480	+11,3%
Ingresos Campaña* (M€)	119,9	98,0	+22,4%
Venta Suscripción / Venta Privada	52%	55%	-6,0%

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

Santillana – Cuenta de Resultados

Resultados Reportados

Millones de €

ENERO - MARZO

	2023	2022	Var.
Ingresos de Explotación	169,6	128,4	+32,2%
Gastos de Explotación Contables	102,8	83,8	+22,6%
EBITDA Contable	66,9	44,5	+50,1%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>39,4%</i>	<i>34,7%</i>	<i>+13,6%</i>
EBITDA sin indemnizaciones	67,8	45,2	+49,9%
<i>Margen EBITDA sin indemnizaciones</i>	<i>40,0%</i>	<i>35,2%</i>	<i>+13,4%</i>
Resultado de explotación Contable (EBIT)	57,3	34,3	+66,7%
<i>Margen EBIT</i>	<i>33,7%</i>	<i>26,7%</i>	<i>+26,2%</i>

Resultados a tipo de cambio constante

Millones de €

ENERO - MARZO

	2023	2022	Var.
Ingresos de Explotación	159,5	128,4	+24,2%
Gastos de Explotación Contables	95,7	83,8	+14,1%
EBITDA Contable	63,8	44,5	+43,3%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>40,0%</i>	<i>34,7%</i>	<i>+15,3%</i>
EBITDA sin indemnizaciones	64,7	45,2	+43,1%
<i>Margen EBITDA sin indemnizaciones</i>	<i>40,6%</i>	<i>35,2%</i>	<i>+15,2%</i>
Resultado de explotación Contable (EBIT)	55,1	34,3	+60,3%
<i>Margen EBIT</i>	<i>34,5%</i>	<i>26,7%</i>	<i>+29,0%</i>



ESG⁽¹⁾

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

PRINCIPALES HITOS ESG DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE 2023

E

- LOS40 ha puesto en marcha la primera **ECO TALK de 2023** centrada en la lucha contra la contaminación
- PRISA ha colaborado con la campaña de **WWF “La Hora del Planeta”**, en línea con su compromiso ambiental

S

- PRISA se ha sumado a las iniciativas **Clúster de Impacto Social** y **Jobs 2030** puestas en marcha por Forética
- Santillana ha lanzado la campaña **“#8MConectadas”** centrada en el uso de la tecnología y la educación como forma de empoderar a las mujeres

G

- **42,86% de presencia de mujeres en el Consejo** tras la incorporación de la CFO de Grupo Prisa como consejera ejecutiva en febrero de 2023

Participante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y miembro de los siguientes índices ESG:



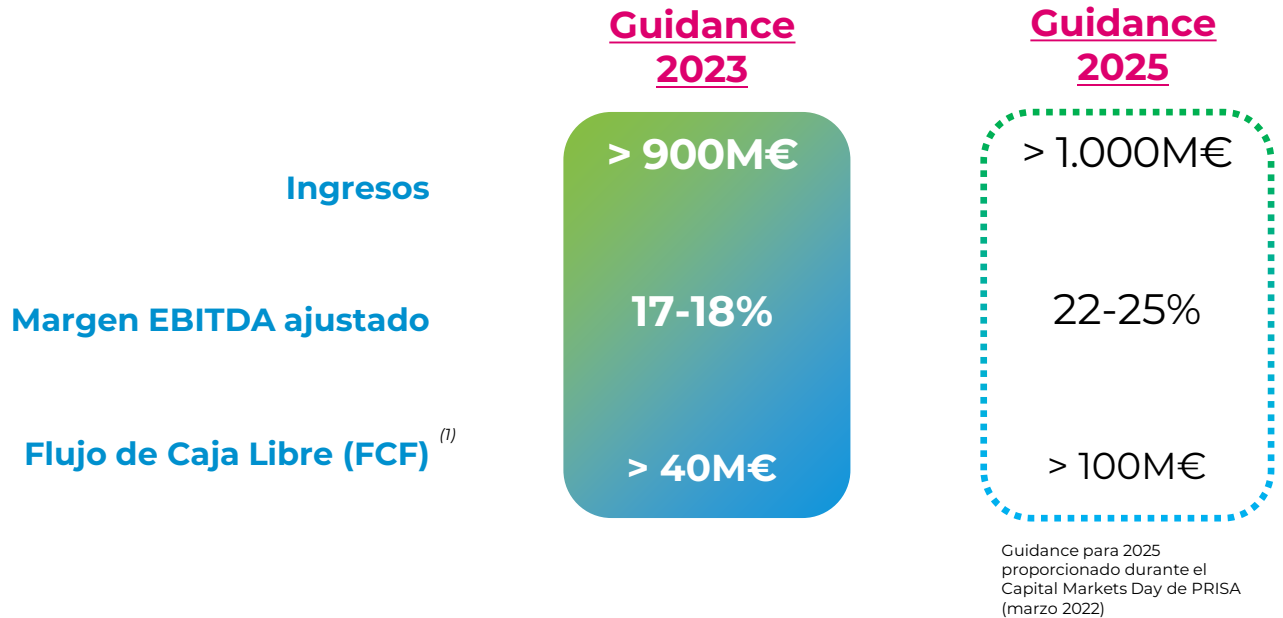
FTSE4Good



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

Guidance

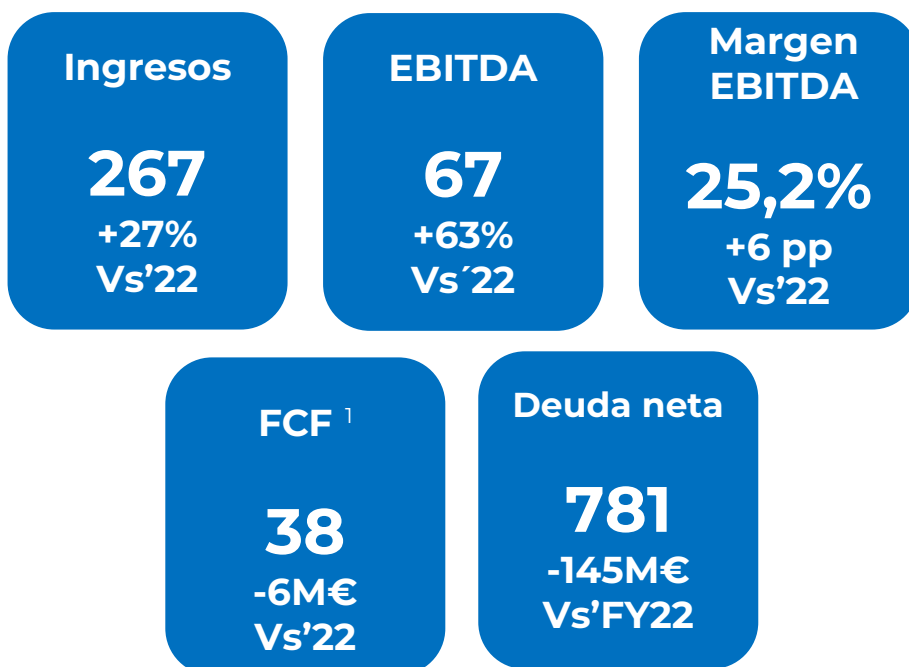
GRUPO PRISA



(1) Flujo de Caja Libre (FCF) = Cash Flow antes de financiación menos pagos de alquileres (NIIF 16)

PRINCIPALES INDICADORES – GRUPO PRISA

FINANCIEROS (Millones de €)



DIGITALES (M)



1) Flujo de Caja Libre (FCF) = Cash Flow antes de financiación menos pagos de alquileres (NIIF 16)

2) Suscriptores exclusivos digitales

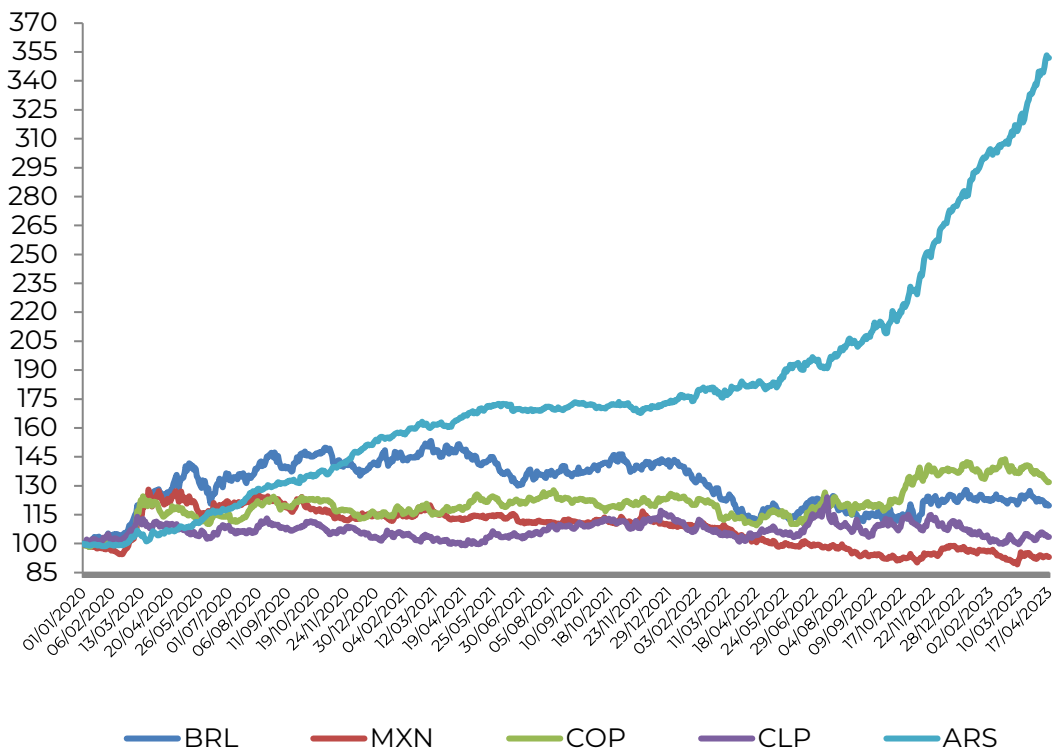
Anexos



1. Evolución del tipo de cambio	20
2. Desglose de ingresos y EBITDA	21
3. Medidas alternativas de rendimiento	23

Evolución del tipo de cambio

El efecto cambiario sobre los ingresos y el EBITDA ha sido positivo en el primer trimestre 2023. **El impacto ha sido de +9 M€ en ingresos y de +3,4 M€ en EBITDA.**



	BRL	MXN	COP	CLP	ARG
1Q2020	4,92	22,05	3.912,25	886,27	67,83
2Q2020	5,92	25,67	4.231,20	905,24	74,50
3Q2020	6,29	25,81	4.365,32	912,62	85,71
4Q2020	6,44	24,49	4.354,98	905,93	95,57
1Q2021	6,60	24,51	4.288,58	872,56	106,76
2Q2021	6,38	24,13	4.454,06	863,41	113,36
3Q2021	6,17	23,61	4.534,56	911,47	114,61
4Q2021	6,39	23,72	4.442,68	944,97	114,92
1Q2022	5,86	23,00	4.385,66	906,57	119,65
2Q2022	5,24	21,32	4.175,91	899,16	125,65
3Q2022	5,28	20,37	4.417,41	932,09	136,63
4Q2022	5,38	20,10	4.925,58	931,92	166,33
1Q2023	5,57	20,02	5.103,06	870,72	206,76

Fuente: Bloomberg

Desglose de ingresos y EBITDA por UU.NN.

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2023	2022	Var.
Ingresos de Explotación	266,9	210,6	+26,7%
Educación	169,6	128,4	+32,2%
Media	97,6	82,5	+18,2%
Radio	51,9	48,4	+7,3%
Prensa	34,6	34,2	+1,2%
Otros ⁽¹⁾	11,1	0,0	---
Prisa Holding y Otros	-0,3	-0,3	-1,4%
EBITDA	67,2	41,3	+62,8%
Educación	66,9	44,5	+50,1%
Media	1,9	-1,8	---
Radio	4,0	1,0	+281,0%
Prensa	-3,1	-2,6	-21,4%
Otros ⁽¹⁾	1,1	-0,3	---
Prisa Holding y Otros	-1,6	-1,4	-8,9%
EBITDA sin indemnizaciones	69,1	43,8	+57,9%
Educación	67,8	45,2	+49,9%
Media	2,9	0,0	---
Radio	4,2	2,4	+74,1%
Prensa	-2,8	-2,5	-9,3%
Otros ⁽¹⁾	1,5	0,1	---
Prisa Holding y Otros	-1,5	-1,4	-7,1%

(1) Otros incluye fundamentalmente los Servicios Centrales de PRISA Media, Lacoproductura, Podium y eliminaciones intergrupo.

Desglose de ingresos y EBITDA a tipo constante por UU.NN.

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2023	2022	Var.
Ingresos de Explotación a tipo constante	257,8	210,6	+22,4%
Educación	159,5	128,4	+24,2%
Media	98,6	82,5	+19,5%
Radio	53,1	48,4	+9,7%
Prensa	34,6	34,2	+1,2%
Otros ⁽¹⁾	11,0	0,0	---
Prisa Holding y Otros	-0,3	-0,3	-1,4%
EBITDA a tipo constante	63,8	41,3	+54,6%
Educación	63,8	44,5	+43,3%
Media	1,6	-1,8	---
Radio	3,6	1,0	+248,2%
Prensa	-3,2	-2,6	-21,8%
Otros ⁽¹⁾	1,1	-0,3	---
Prisa Holding y Otros	-1,6	-1,4	-8,9%
EBITDA sin indemniz. a tipo constante	65,7	43,8	+50,2%
Educación	64,7	45,2	+43,1%
Media	2,5	0,0	---
Radio	3,8	2,4	+59,9%
Prensa	-2,8	-2,5	-9,7%
Otros ⁽¹⁾	1,5	0,1	---
Prisa Holding y Otros	-1,5	-1,4	-7,1%

(1) Otros incluye fundamentalmente los Servicios Centrales de PRISA Media, Lacoproductura, Podium y eliminaciones intergrupo.

Medidas Alternativas de Rendimiento (MAR)

EBITDA

El Grupo utiliza el **EBITDA** como indicador de referencia para seguir la evolución de sus negocios y establecer sus objetivos operacionales y estratégicos, por tanto, esta “medida alternativa de rendimiento” es importante para el Grupo y es utilizada por el resto de empresas del sector. El EBITDA es el resultado de adicionar al resultado de explotación las dotaciones para amortizaciones de inmovilizado, las pérdidas de valor de fondo de comercio y los deterioros de inmovilizado.

Millones de €	EDUCACIÓN	MEDIA	OTROS	GRUPO PRISA Q1 2023
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	57,3	-4,2	-1,7	51,4
Dotaciones para amortizaciones de inmov.	9,5	6,2	0,1	15,8
Pérdidas de valor de inmov.	0,1	-0,1	0,0	0,1
EBITDA	66,9	1,9	-1,6	67,2

Millones de €	EDUCACIÓN	MEDIA	OTROS	GRUPO PRISA Q1 2022
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	34,3	-8,9	-1,6	23,8
Dotaciones para amortizaciones de inmov.	10,3	6,9	0,2	17,4
Pérdidas de valor de inmov.	-0,1	0,2	0,0	0,1
EBITDA	44,5	-1,8	-1,4	41,3

El Grupo también utiliza como “medida alternativa de rendimiento” el **EBITDA sin indemnizaciones**, que se define como el EBITDA más el gasto en indemnizaciones. Esta medida alternativa de rendimiento es importante para PRISA ya que es una magnitud que sirve para medir la rentabilidad y evolución de sus negocios en la medida en que proporciona información sobre la rentabilidad de sus activos neta de gastos de indemnizaciones.

Millones de €	EDUCACIÓN	MEDIA	OTROS	GRUPO PRISA Q1 2023
EBITDA	66,9	1,9	-1,6	67,2
Indemnizaciones	0,9	0,9	0,0	1,9
EBITDA sin indemnizaciones	67,8	2,9	-1,5	69,1

Millones de €	EDUCACIÓN	MEDIA	OTROS	GRUPO PRISA Q1 2022
EBITDA	44,5	-1,8	-1,4	41,3
Indemnizaciones	0,7	1,8	0,0	2,5
EBITDA sin indemnizaciones	45,2	0,0	-1,4	43,8

Medidas Alternativas de Rendimiento (MAR)

EFECTO TIPO DE CAMBIO

PRISA define **el efecto cambiario** como la diferencia entre la magnitud financiera convertida a tipo de cambio del ejercicio corriente y la misma magnitud financiera convertida a tipo de cambio del ejercicio anterior. El Grupo hace un seguimiento tanto de los ingresos de explotación como del resultado de explotación excluyendo el citado efecto cambiario a efectos de comparabilidad y para medir la gestión aislando el efecto de las fluctuaciones de las monedas en los distintos países. Por tanto, esta “medida alternativa de rendimiento” es importante para poder medir y comparar el desempeño del Grupo aislando el efecto cambiario, que distorsiona la comparabilidad entre años.

Millones de €	ENE-MAR 2023	Efecto Cambiario	ENE-MAR 23 sin Ef. Cambiario	ENE-MAR 2022	Var. Abs. sin efecto cambiario	Var. (%) sin efecto cambiario
EDUCACIÓN						
Ingresos	169,6	10,2	159,5	128,4	31,1	24,2%
Venta de Educación	169,1	10,1	159,0	127,3	31,7	24,9%
EBITDA	66,9	3,1	63,8	44,5	19,3	43,3%
MEDIA						
Ingresos	97,6	-1,0	98,6	82,5	16,1	19,5%
EBITDA	1,9	0,3	1,6	-1,8	3,4	---
GRUPO PRISA						
Ingresos	266,9	9,1	257,8	210,6	47,2	22,4%
Venta de Educación	169,1	10,1	159,0	127,3	31,7	24,9%
EBITDA	67,2	3,4	63,8	41,3	22,5	54,6%

ENDEUDAMIENTO NETO BANCARIO

El **endeudamiento neto bancario (o Deuda Neta Bancaria)** del Grupo es una “medida alternativa de rendimiento”, e incluye las deudas con entidades de crédito no corrientes y corrientes, sin considerar el valor actual en instrumentos financieros/gastos de formalización, minoradas por el importe de las inversiones financieras corrientes y del efectivo y otros medios líquidos equivalentes y es importante para el análisis de la situación financiera del Grupo. Para mayor detalle, **ver la página 7 de este documento**.

FLUJO DE CAJA LIBRE (FCF)

PRISA define el Flujo de Caja Libre, tal y como aparece en la **página 6 de este documento**, como el Cash Flow antes de financiación menos el pago de alquileres (NIIF16). Esta “medida alternativa de rendimiento” es importante para el Grupo ya que muestra la capacidad recurrente de generación de caja de la compañía para el servicio de la deuda, excluyendo el impacto de efectos extraordinarios.



Relación con Inversores

+34 91 330 1085

ir@prisa.com

www.prisa.com