



PRISA

INFORME DE RESULTADOS

Enero-Junio 2022

PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.
26 de julio de 2022

Índice

Resumen	3
Grupo PRISA	
Resultados financieros	4
Cuenta de Resultados	5
Estado de flujos de efectivo	6
Posición Financiera Neta	7
Balance	8
Educación	
Resultados financieros	9
Desglose de ingresos	11
Cuenta de Resultados	12
PRISA Media	
Resultados financieros	13
Cuenta de Resultados	15
ESG	16
Guidance 2022	17
Principales indicadores del Grupo	18
Anexo	
Guidance 2025	20
Educación Q&A	21
PRISA Media Q&A	22
Evolución del tipo de cambio	24
Desglose de ingresos y EBITDA	25
Calendario de próximos eventos	26

Resumen

El EBITDA del primer semestre de 2022, excluyendo indemnizaciones, alcanza los 50 M€ frente a 18 M€ en el mismo periodo de 2021. Continúa la importante mejora operativa de los negocios tanto de Educación como de Media que ha permitido que el EBITDA sin indemnizaciones se multiplique por 2,8x. **Mejora significativa en todos los principales indicadores operativos y digitales.**

En este primer semestre, PRISA generó unos ingresos de 388 M€, un 27% más que el mismo periodo del año anterior. El EBITDA excluyendo gastos indemnizaciones fue de 50 M€; un 176% más que en el mismo periodo del año anterior.

Educación ha mostrado una fuerte recuperación gracias a la vuelta a la normalidad en el sector con la reapertura de colegios y al impulso digital. Destaca la evolución de los modelos de suscripción basados en sistemas educativos (Ed-Tech) que son la principal fuente de ingresos de la compañía y que continúan su tendencia de crecimiento gracias a la estrategia de aceleración de la transformación que esta dando sus frutos. Por otro lado, Prisa Media ha mejorado sus resultados en un entorno de incertidumbre en el sector publicitario debido a la guerra en Ucrania y las consecuencias económicas derivadas de la misma.

El negocio digital continúa su expansión, con un crecimiento del número de suscripciones del 33,3% en modelos Ed-Tech de Santillana en LatAm hasta alcanzar 2.494.786 suscripciones; EL PAÍS alcanzó 219.832 suscriptores (179.626 suscriptores digitales exclusivos) y Radio registró una media de 79,0 M de horas mensuales de streaming y 47,5 M de descargas de podcast. Los ingresos digitales del grupo aumentaron su contribución en un 30% hasta representar el 35% del total.

Puntos destacados

Mejora operativa significativa tanto en Media como en Educación.

EBITDA excluyendo indemnizaciones alcanza los 50 M€ (+176% vs 6M 2021). Margen EBITDA ajustado 12,8% (+7 pp) 32 M€ de mejora en EBITDA ex indemnizaciones en comparación con el primer semestre de 2021.

Impulso continuado del negocio digital

El modelo de suscripción Ed-Tech de Santillana alcanza los 2,49 M de suscripciones.

EL PAÍS alcanzó los 220 k suscriptores, de los cuales 180 k son sólo digitales (+65% interanual).

La Radio sigue aumentando el consumo de horas en streaming (+19% interanual) y las descargas de podcasts (+51% interanual).

Los ingresos digitales aumentan un 30% en la primera mitad del año.

Acuerdo alcanzado para la compra del 20% de minoritarios de la Radio

Refuerza el proyecto industrial de Media al tiempo que simplifica la estructura y mejora el perfil de generación de caja.

La junta de accionistas aprueba la nueva estrategia del Grupo

Los accionistas han confirmado su apoyo y han aprobado la ampliación de capital de 32 M de acciones con la que se completa el proceso de refinanciación.

Los ingresos de Educación en la primera mitad de año han aumentado un 54% en euros, o un 44% en moneda local. En el negocio privado, los ingresos han crecido un 52%, gracias al fuerte crecimiento tanto en el negocio de suscripción como en el didáctico que se vio reforzado por una licitación extraordinaria en Argentina durante el primer trimestre. En el negocio público, los ingresos también han mejorado gracias a las mayores ventas en Brasil y a que en el segundo trimestre, se ha adelantado el registro de parte de la venta pública procedente de México (efecto temporal). **El incremento de ingresos se ha trasladado en una mejora de EBITDA sin indemnizaciones en Santillana del 157% (39 M€ vs. 15 M€ en 6M2021).**

PRISA Media mostró un crecimiento de los ingresos del 6% en el primer semestre de 2022 **impulsado por el crecimiento publicitario, y el crecimiento del modelo de pago de EL PAÍS.** Los ingresos publicitarios de PRISA Media crecieron un +7% en el período. La recuperación del mercado publicitario, el crecimiento de los suscriptores digitales así como las medidas de eficiencia derivadas del plan de reestructuración puesto en marcha en 2021 y la cultura reforzada de control de costes, han contribuido a que **el EBITDA sin indemnizaciones mejore en 5,9 M€ respecto al mismo periodo de 2021.**

A nivel corporativo, Pilar Gil fue nombrada nueva Directora Financiera (CFO) del Grupo PRISA tras la marcha de David Mesonero por motivos profesionales.

Resultados Financieros – Grupo

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

Ingresos

En el primer semestre de 2022, los ingresos totales del Grupo alcanzaron los 388 M€, frente a los 306 M€ del mismo período del año anterior, lo que supone un crecimiento del 27% (+22% en moneda constante). En cuanto al segundo trimestre estanco, el Grupo generó 178 M€, lo que supone un crecimiento del 20% respecto a 2021. Se confirma la evolución positiva en ingresos en el año, apoyada en la vuelta a la normalidad tras la reapertura de colegios y el crecimiento en modelos digitales de suscripción en Santillana. En el caso de Media por el crecimiento publicitario y el modelo de pago en El País, fundamentalmente.

EBITDA

La mejora de ingresos en el período se ha trasladado en una mejora operativa del 176% alcanzando un EBITDA excluyendo gastos de indemnizaciones de 50 M€, frente a los 18 M€ del mismo período del año anterior. En el trimestre estanco el EBITDA ajustado fue de 5,9 M€, frente a los 0,9 M€ del segundo trimestre del año anterior, lo que supone una mejora del 568%.

Tipo de cambio

El tipo de cambio ha tenido un efecto positivo de 13,4 M€ en los ingresos del primer semestre, principalmente por la revalorización del Real brasi-

leño y el Peso mexicano. En el EBITDA el efecto ha sido negativo en -0,8 M€.

Beneficio Neto

El beneficio neto del semestre mejoró un 75% en comparación con el primer semestre de 2021, lo que supone una mejora de 42,2 M€. El semestre cerró con un beneficio neto de -14 M€ frente a los -56,2 M€ de 2021. El segundo trimestre del año es un trimestre de resultado negativo por la estacionalidad de los negocios.

Generación de Caja

La Generación de caja excluyendo extraordinarios ha mejorado casi 20 M€ en comparación con la primera mitad de 2021; en gran parte por la mejora operativa y la gestión del circulante. La generación de caja total en el semestre se ha visto afectada por impactos extraordinarios como la compra de los minoritarios de la Radio o el pago de los gastos de la refinanciación, además de la estacionalidad propia del negocio en el segundo trimestre. Así, la generación de caja en el período ha sido de -65 M€.

Deuda

La deuda financiera neta en el primer semestre se sitúa en 904 M€, frente a los 825 M€ de diciembre de 2021. El ratio de apalancamiento financiero se sitúa en 6,5x mejorando vs el ratio a diciembre 2021 ($\approx 8x$). El trimestre se ha visto afectado especialmente por los impactos extraordinarios ya comentados (minoritarios de radio y refinanciación). A 30 de junio de 2022, la posición de caja era de 126 M€, con 103 M€ adicionales en líneas no dispuestas.

Puntos destacados

Segundo trimestre con poca relevancia debido a la estacionalidad del negocio

Históricamente, el segundo trimestre ha sido un trimestre de consumo de caja.

En Educación, es un trimestre de transición entre las dos campañas (Sur terminada y Norte a punto de empezar).

Cash Flow sin extraordinarios en línea con las expectativas y acorde con la estacionalidad del negocio

Aumento significativo del EBITDA junto con la gestión del circulante, que contribuyó al CF operativo excluyendo extraordinarios.

El CAPEX aumentó en 4,9 M€ junto con el fuerte crecimiento del negocio. Mayor atención a las inversiones digitales.

Flujo de caja total de -65,1 M€ (-10,1 M€ / -18% interanual) afectado por la adquisición de los minoritarios de la Radio (32 M€) y los costes de refinanciación (9 M€).

Fuerte posición de liquidez

La posición de tesorería se sitúa en 126 M€.

Líneas de liquidez adicionales no dispuestas por valor de 103 M€.

Se sigue analizando de forma continuada una mayor optimización de la gestión de la liquidez y la tesorería.

La deuda neta bancaria se sitúa en 834 M€ frente a los 756 M€ de diciembre 2021

Trimestre especialmente afectado por efectos extraordinarios.

Deuda financiera neta de 904 M€ frente a 825 M€ incluyendo IFRS 16.

Ratio de deuda financiera neta / EBITDA de 6,5 veces (vs ≈ 8 en Diciembre 2021).

Grupo PRISA – Cuenta de Resultados

Millones de €

Resultados Reportados

	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
Ingresos de Explotación	388,2	306,2	26,8%	177,6	147,7	20,2%
EBITDA Contable	44,7	2,7	---	3,4	-9,6	---
<i>Margen EBITDA</i>	11,5%	0,9%	---	1,9%	-6,5%	---
EBITDA sin indemnizaciones	49,7	18,0	176,5%	5,9	0,9	567,8%
<i>Margen EBITDA sin indemnizaciones</i>	12,8%	5,9%	118,1%	3,3%	0,6%	455,4%
EBIT Contable	10,1	-28,4	---	-13,7	-23,9	42,7%
<i>Margen EBIT</i>	2,6%	-9,3%	---	-7,7%	-16,2%	52,3%
Resultado Financiero	-22,4	-29,1	22,8%	-7,0	-21,9	68,2%
Gastos por intereses de financiación	-32,4	-26,4	-22,9%	-16,1	-13,6	-18,6%
Otros resultados financieros*	9,9	-2,7	---	9,2	-8,3	---
Resultado puesta en equivalencia	3,5	-0,3	---	3,6	0,1	---
Resultado antes de impuestos	-8,8	-57,8	84,7%	-17,1	-45,7	62,6%
Impuesto sobre sociedades	5,5	0,7	731,9%	-3,5	-3,0	-15,0%
Resultado atribuido a socios externos	-0,4	-2,3	83,4%	0,5	-0,3	---
Resultado Neto	-14,0	-56,2	75,1%	-14,1	-42,4	66,7%

* Incluye efecto contable de la Refinanciación de abril 2022

Millones de €

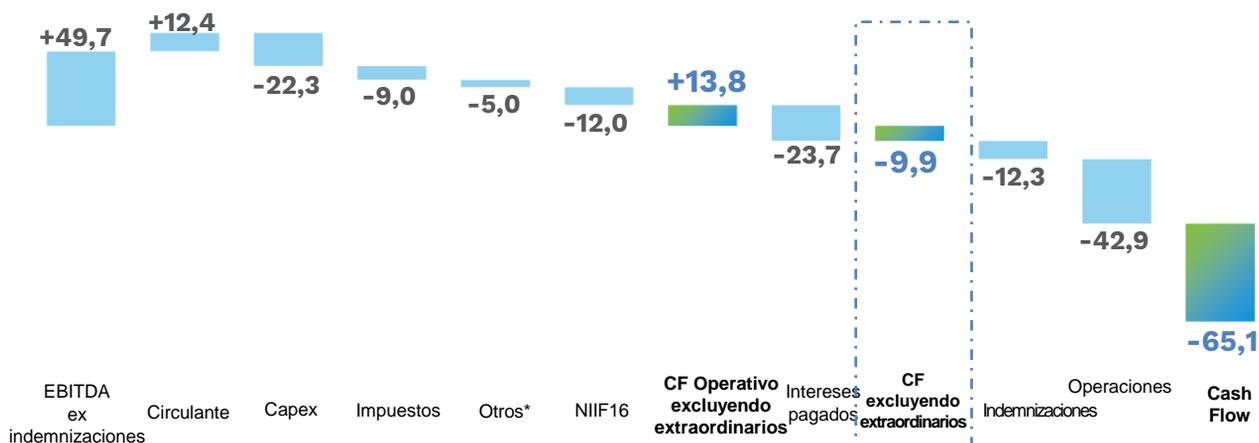
Resultados a tipo de cambio constante

	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
Ingresos de Explotación	374,8	306,2	22,4%	169,0	147,7	14,4%
EBITDA contable	45,6	2,7	---	5,1	-9,6	---
<i>Margen EBITDA</i>	12,2%	0,9%	---	3,0%	-6,5%	---
EBITDA sin indemnizaciones	50,3	18,0	179,7%	7,3	0,9	727,2%
EBIT contable	12,7	-28,4	---	-10,6	-23,9	55,6%
<i>Margen EBIT</i>	3,4%	-9,3%	---	-6,3%	-16,2%	61,2%

Grupo PRISA – Estado de flujos de efectivo

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Millones de €			Var. 22/21				Var. 22/21	
	Junio 2022	Junio 2021	Abs	%	2T 2022	2T 2021	Abs	%
EBITDA contable	44,7	2,7	42,0	---	3,4	-9,6	13,0	---
Gastos de Indemnizaciones	4,9	15,2	-10,3	-67,6%	2,5	10,5	-8,0	-76,5%
EBITDA (excluyendo indemnizaciones)	49,7	18,0	31,7	176,5%	5,9	0,9	5,0	568,2%
Variación del Circulante	12,4	-2,4	14,8	---	-16,0	-37,5	21,6	57,5%
Pago de Indemnizaciones	-12,3	-11,4	-0,9	-8,1%	-3,5	-6,1	2,6	43,1%
Pago de Impuestos	-9,0	-8,9	-0,1	-1,6%	-2,6	-5,6	3,1	54,3%
Otros flujos de las actividades de explotación	-3,5	9,1	-12,6	---	-3,0	-0,6	-2,4	-440,4%
Capex	-22,3	-17,4	-4,9	-28,1%	-14,5	-9,6	-4,9	-51,4%
Inmovilizado financiero	0,3	-0,1	0,4	---	0,0	0,2	-0,2	---
CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN	15,2	-13,2	28,4	---	-33,7	-58,4	24,7	42,3%
Pago de intereses	-23,7	-15,2	-8,5	-56,2%	-22,3	-5,4	-16,9	-314,0%
Cobro de dividendos	0,0	1,6	-1,6	-100,0%	0,0	0,4	-0,4	-99,9%
Pago de dividendos	-1,7	-1,4	-0,3	-19,4%	-1,2	-0,9	-0,3	-31,3%
Otros flujos de las actividades de financiación	-13,3	-15,9	2,7	16,7%	-7,4	-8,7	1,4	15,5%
NIIF 16	-12,0	-13,8	1,8	13,0%	-6,5	-7,1	0,7	9,1%
Otros	-1,3	-2,2	0,9	39,9%	-0,9	-1,6	0,7	44,2%
CASH FLOW DE FINANCIACIÓN	-38,7	-30,9	-7,7	-25,0%	-30,9	-14,6	-16,2	-110,8%
CASH FLOW ANTES DE DESINVERSIONES	-23,5	-44,1	20,7	46,8%	-64,5	-73,0	8,5	11,6%
Desinversiones	1,2	3,4	-2,1	-62,9%	0,9	3,0	-2,1	-68,9%
CASH FLOW ANTES DE OPERACIONES	-22,2	-40,8	18,6	45,5%	-63,6	-70,0	6,4	9,2%
CASH FLOW ANTES DE EXTRAORDINARIOS	-9,9	-29,4	19,5	66,4%	-60,1	-63,9	3,8	5,9%
CASH FLOW DE OPERACIONES	-42,9	-14,3	-28,6	-200,9%	-42,3	-6,6	-35,7	-539,7%
CASH FLOW	-65,1	-55,0	-10,1	-18,3%	-105,9	-76,7	-29,2	-38,2%



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

Grupo PRISA – Posición Financiera Neta

TOTAL DEUDA FINANCIERA NETA

Millones de euros

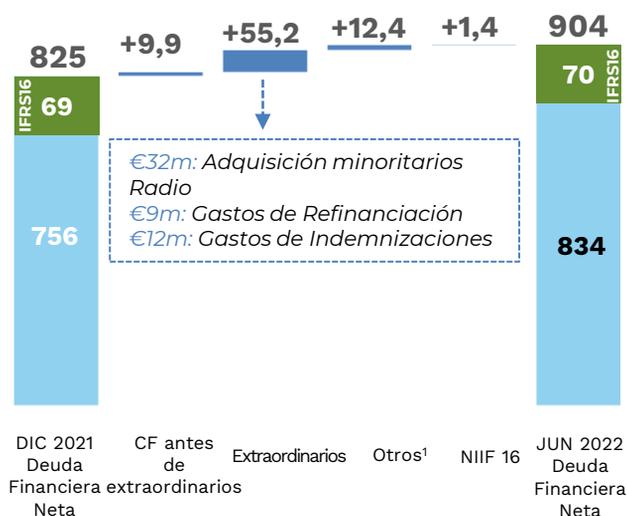
	Jun 2022	Dic 2021	Var. 22/21	
			Abs	%
Deudas bancaria	921,3	949,3	-27,9	-2,94%
A largo Plazo	895,8	934,3	-38,6	-4,13%
A corto Plazo	25,6	14,9	10,6	71,30%
Inversiones financieras corrientes	-1,7	-2,1	0,4	18,01%
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	-125,5	-168,7	43,2	25,60%
Valor presente	39,4	-22,4	61,8	---
DEUDA BANCARIA NETA	833,5	756,1	77,5	10,25%
Pasivo NIIF 16	70,4	69,0	1,4	1,98%
TOTAL DEUDA FINANCIERA NETA CON NIIF 16	903,9	825,1	78,8	9,56%

DEUDA BANCARIA NETA POR UNIDAD DE NEGOCIO (incluye Interco)

Millones de euros

	Jun 2022	Dic 2021	Var. 22/21	
			Abs	%
PRISA Holding + PRISA Gestión Financiera + PAE + Otros	812,1	761,9	50,2	6,6%
Deudas con entidades de crédito	931,6	905,1	26,5	2,9%
Caja, IFT y deuda intragrupo	-119,6	-143,2	23,6	16,5%
Santillana	-101,3	-98,2	-3,1	-3,1%
PRISA Media	122,7	92,4	30,3	32,8%
Radio	6,1	5,7	0,4	6,7%
Prensa	-5,7	94,6	-100,3	---
Otros	122,4	-7,9	130,3	---
DEUDA BANCARIA NETA	833,5	756,1	77,5	10,2%

Evolución Deuda Financiera Neta (M€)



Perfil de la deuda bancaria actual (M€)

TRAMO	CANTIDAD ²	MARGENES	VENCIMIENTO
· Super Senior	c. 160 M€ + 80 M€ RCF	E+5.00% Cash	JUN-26
· Senior	c. 575 M€	E+5.25% Cash	DIC-26
· Junior	c. 185 M€	E+3.00% Cash + 5.00% PIK	JUN-27
TOTAL	c. 920 M€	Combinado E+5.94%	-

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

Grupo PRISA - Balance



Millones de euros	ACTIVO	
	30/06/2022	31/12/2021
ACTIVO NO CORRIENTES	420,90	399,22
Inmovilizado material	107,57	109,68
Fondo de comercio	117,57	109,54
Inmovilizado inmaterial	104,59	96,01
Inversiones financieras no corrientes	7,25	11,36
Sociedades puestas en equivalencia	30,19	27,02
Activos por impuestos diferidos	53,73	45,60
Otros activos no corrientes	0,02	0,01
ACTIVOS CORRIENTES	422,00	479,06
Existencias	64,74	39,92
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	228,78	265,74
Inversiones financieras corrientes	1,73	2,43
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	125,48	168,67
Activos mantenidos para la venta	1,26	2,31
TOTAL ACTIVO	842,90	878,28

Millones de euros	PASIVO	
	30/06/2022	31/12/2021
PATRIMONIO NETO	-527,47	-511,81
Capital suscrito	74,07	70,87
Reservas	-602,35	-521,12
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	-14,00	-106,51
Socios Externos	14,81	44,95
PASIVOS NO CORRIENTES	991,23	1.033,81
Deudas con entidades de crédito	895,79	934,34
Otros pasivos financieros no corrientes	56,28	53,85
Pasivos por impuestos diferidos	19,53	21,34
Provisiones	16,53	21,02
Otros pasivos no corrientes	3,11	3,26
PASIVOS CORRIENTES	379,14	356,29
Deudas con entidades de crédito	25,55	14,92
Otros pasivos financieros corrientes	31,73	15,88
Acreedores comerciales	209,92	195,98
Otras deudas corrientes	79,17	93,19
Ajustes por periodificación	32,33	35,22
Pasivos mantenidos para la venta	0,42	1,10
TOTAL PASIVO	842,90	878,28

Educación – Santillana

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

Dentro del mercado de K-12, Santillana desarrolla sus actividades en 2 áreas con dinámicas de mercado distintas: en primer lugar, el Mercado Privado de LatAm al cual corresponde el 70% del 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% del total de las ventas anuales privadas. En segundo lugar, el Mercado Público que representa el 30% de las ventas anuales de Santillana, basado en programas de compra pública asentados, principalmente, en Brasil y México.

Resultados Financieros

Los ingresos de Santillana crecen un 54% en la primera mitad del año comparado con el mismo periodo de 2021. Educación ha mostrado una fuerte recuperación en contraste con el mal comienzo de 2021, en el que todavía había muchas restricciones relacionadas con la pandemia Covid-19 y las escuelas seguían cerradas. La reapertura física de los colegios ha permitido una campaña comercial más eficiente y muestra una mayor demanda por los sistemas educativos digitales. Los ingresos de Santillana alcanzaron los 203 M€, frente a los 132 M€ del mismo periodo del año anterior. En el trimestre estanco, los ingresos crecieron un 49% alcanzando los 74 M€.

En términos de EBITDA, Santillana cerro la primera mitad del año con 37 M€ frente a los 13 M€ de 2021, lo que supone un crecimiento del 184%, un 191% en moneda local. Sin considerar las indemnizaciones, el EBITDA fue un 157% mayor en euros. En el trimestre estanco, el EBITDA contable fue de -8 M€, un 23% mejor que en el mismo trimestre del año pasado. **Por la estacionalidad del negocio el segundo trimestre, que discurre entre final de las campañas sur y el principio de las norte, no es un trimestre relevante para Santillana.**

En el primer semestre, el negocio privado ha obtenido unos extraordinarios resultados en la campaña sur. La estrategia de transformación sigue dando resultados con el aumento de un 33% de las suscripciones en lo que va de año. Por su parte, el negocio didáctico también crece en la primera mitad del año gracias al retorno a la normalidad en los colegios de LatAm, además de al registro de una licitación extraordinaria en Argentina. Los resultados del negocio público también muestran un buen comportamiento a pesar de no ser relevantes en el trimestre, por las mayores ventas en Brasil y el adelanto de parte de

la venta de México.

El próximo trimestre será más relevante en el mercado privado de Educación, con el registro de la campaña norte 2022 y los primeros pasos de la campaña sur 2023.

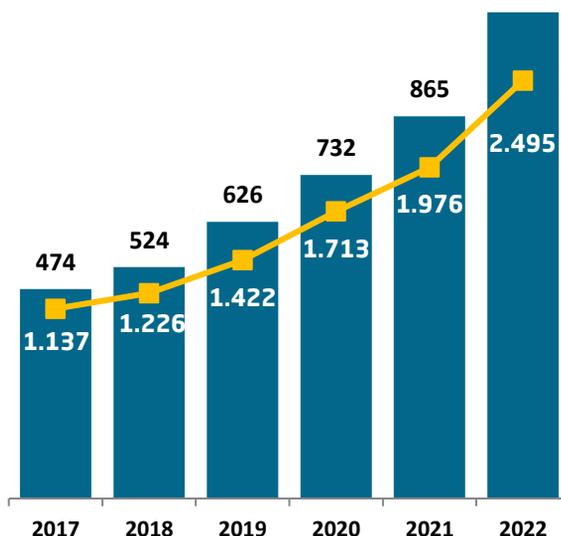
Ventas Mercado Privado

Modelo de Suscripción

Los modelos de suscripción son la principal fuente de ingresos de Santillana y representan actualmente más del 60% del total de las ventas privadas. Los modelos de suscripción han acelerado su crecimiento, alcanzando las 2.494.786 suscripciones, lo que supone un aumento del 33% respecto a la primera mitad del año de 2021 y un 26% más que el número total de suscripciones al cierre de 2021. Los ingresos crecieron en el primer semestre un 48%, un 39% en moneda local, en comparación con el mismo semestre de 2021.

El modelo de suscripción muestra un crecimiento en todas las categorías de sistemas. Sistema Integrales creció un 11% en número de suscripciones en comparación con el mismo periodo del año anterior, flexibles un 24% y Suplementales (incluyendo los de inglés) un 98%. Por países, en Brasil las suscripciones crecieron un 18%, en México un 27%, en Colombia un 24% y el resto de países LatAm un 61%.

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



Modelo didáctico

En el primer semestre, las ventas del negocio privado didáctico en LatAm ascendieron a 61 M€ (40% del total de las ventas privadas) y mostraron un crecimiento del 66%, 61% en moneda local, lo que se explica por i) una comparación positiva con el primer semestre de 2021, en el que los colegios

Educación – Santillana

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

estuvieron cerrados a la actividad presencial, lo que favoreció el doble uso de los libros de texto y dificultó la campaña comercial, y ii) el registro de las ventas por una licitación extraordinaria en Argentina en el primer trimestre.

Ventas mercado público

Las ventas públicas ascendieron a 45 M€, con un crecimiento del 44% en moneda local, 64% en euros. La evolución de Santillana en el mercado público sigue en línea con las expectativas gracias a que los Gobiernos siguen apoyando y manteniendo sus planes de compra pública. Además, Santillana sigue consolidando sus importantes cuotas de mercado en este ámbito. En el primer semestre, el aumento de los ingresos está por encima de las expectativas por un efecto temporal derivado del adelanto en el registro de parte de la venta pública de México (CONALITEG). Por otro lado se han realizado mayores ventas en Brasil.

Educación – Desglose de ingresos

Ingresos por actividad	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
Millones de €						
Venta de educación	200,1	127,8	56,5%	72,8	47,5	53,3%
Privado LatAm	154,9	100,2	54,5%	42,6	27,0	57,8%
Didáctico	61,4	37,1	65,7%	11,3	7,2	57,1%
Suscripción	93,4	63,2	47,9%	31,3	19,8	58,1%
Público	45,2	27,6	64,0%	30,1	20,5	47,3%
Ingresos de Explotación	202,5	131,7	53,7%	74,1	49,8	49,0%

Ingresos por actividad tipo de cambio constante	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
Millones de €						
Venta de educación	187,2	127,8	46,5%	64,9	47,5	36,8%
Privado LatAm	147,5	100,2	47,1%	38,5	27,0	42,5%
Didáctico	59,8	37,1	61,4%	9,9	7,2	37,6%
Suscripción	87,6	63,2	38,7%	28,6	19,8	44,3%
Público	39,7	27,6	44,1%	26,4	20,5	29,2%
Ingresos de Explotación	189,7	131,7	44,0%	66,3	49,8	33,3%

Educación – Indicadores digitales

	6M 2022	6M 2021	Var (%)
Suscripciones Ed-Tech (k)	2.495	1.871	33,3%
ACV* (M€)	129	93	39,5%
Venta Sistemas/Privada	60%	63%	-3 p,p

* ACV es el valor de las ventas anuales vinculadas a los contratos firmados. El ACV de la campaña Sur tiene lugar entre el cuarto trimestre del año anterior y los 3 primeros trimestres del año en curso. El ACV de la campaña Norte coincide con el año fiscal.

Educación – Cuenta de Resultados

Millones de €	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
Resultados Reportados						
Ingresos de Explotación	202,5	131,7	53,7%	74,1	49,8	49,0%
Gastos de Explotación Contables	165,9	118,8	39,6%	82,0	60,1	36,6%
EBITDA Contable	36,6	12,9	183,6%	-7,9	-10,3	23,4%
Margen EBITDA	18,1%	9,8%	+8,3 p.p	-10,7%	-20,7%	+10,0 p.p
EBITDA sin indemnizaciones	38,6	15,0	157,3%	-6,6	-9,5	30,4%
Margen EBITDA sin indemnizaciones	19,1%	11,4%	+7,7 p.p	-8,9%	-19,2%	+10,3 p.p
EBIT Contable	16,7	-5,3	---	-17,7	-18,2	2,8%
Margen EBIT	8,2%	-4,0%	+12,2 p.p	-23,8%	-36,5%	12,7 p.p

Millones de €	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
Resultados a tipo constante						
Ingresos de Explotación	189,7	131,7	44,0%	66,3	49,8	33,3%
Gastos de Explotación Contables	152,1	118,8	28,0%	72,6	60,1	20,8%
EBITDA Contable	37,5	12,9	190,6%	-6,2	-10,3	39,5%
Margen EBITDA	19,8%	9,8%	+10,0 p.p	-9,4%	-20,7%	+11,3 p.p
EBITDA sin indemnizaciones	39,3	15,0	161,7%	-5,2	-9,5	45,2%
Margen EBITDA sin indemnizaciones	20,7%	11,4%	+10,3 p.p	-7,9%	-19,2%	+11,3 p.p
EBIT Contable	19,2	-5,3	---	-14,7	-18,2	19,3%
Margen EBIT	10,1%	-4,0%	+14,1 p.p	-22,1%	-36,5%	+14,4 p.p

PRISA Media

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

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

Resultados Financieros

Prisa Media ha cerrado el primer semestre con unos ingresos de 186 M€ frente a los 175 M€ de 2021, lo que supone un crecimiento del 6% en el periodo. Prisa Media sigue manteniendo la tendencia positiva de los últimos trimestres a pesar de la inestabilidad socioeconómica vivida en la primera mitad del año con la guerra de Ucrania y la coyuntura macroeconómica derivada de la misma. El aumento de los ingresos en comparación con el año pasado se debe principalmente a: i) el crecimiento de los mercados publicitarios, ii) la posición de liderazgo en todos los mercados donde opera Prisa Media, iii) el crecimiento e impulso del modelo de pago por suscripción digital de EL PAÍS y iv) las medidas de control de costes y eficiencia tras la fuerte reestructuración llevada a cabo en 2021. Estas medidas han permitido mantener los gastos en línea con los del mismo periodo en 2021 a pesar del crecimiento de negocio en 2022. En el segundo trimestre estanco, los ingresos de explotación han aumentado un 6% hasta alcanzar los 104 M€.

En cuanto al EBITDA, en el primer semestre, PRISA Media obtuvo un EBITDA contable de 11 M€ frente a los -1 M€ en 2021. Esto supone una mejora de 12,6 M€. En el caso del EBITDA ajustado (excluyendo las indemnizaciones) el EBITDA de PRISA Media alcanzó los 14 M€ frente a los 9 M€ en el ejercicio anterior, lo que supone una mejora de 5,9 M€ (+69%). En el segundo trimestre estanco el EBITDA ajustado fue de 14 M€ un 9% más que en el mismo trimestre de 2021.

En el primer semestre, el tipo de cambio tuvo un impacto positivo tanto en ingresos como en el EBITDA contable. El impacto total fue de +0,6 M€ en los ingresos y de +0,1 M€ en el EBITDA.

Publicidad

La publicidad es la principal fuente de ingresos para PRISA Media, aportando el 76% de los ingresos totales. Los ingresos netos por publicidad ascendieron en el año a 142 M€ frente a los 133 M€ alcanzados en el primer semestre de 2021, lo que supone un crecimiento del 6,5%.

En el segundo trimestre estanco, los ingresos de publicidad crecieron un 3% hasta alcanzar los 79 M€.

A pesar de la escasa visibilidad y la incertidumbre creada por la crisis derivada de la guerra en Ucrania, la publicidad se ha mantenido en línea con las expectativas en España y ha presentado un comportamiento extraordinario en Colombia gracias a la continua mejora de cuota.

Circulación

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

En el semestre, los ingresos por circulación han alcanzado los 27 M€ frente a los 26 M€ del mismo periodo de 2021, lo que supone un crecimiento anual del 3,2% gracias al crecimiento de los ingresos de las suscripciones digitales de EL PAÍS (+32,6%) que compensa la caída de la venta de periódicos offline (-3,7%). En el segundo trimestre estanco, los ingresos por circulación ascendieron a 13 M€ un crecimiento del 3,4% en el periodo.

En mayo de 2020 se puso en marcha el modelo de suscripciones digitales de pago de EL PAÍS, que ha alcanzado un total de 219,832 suscriptores de los cuales 179,626 son exclusivamente digitales.

En el primer semestre de 2022, el modelo de suscripción digital acumula más de 43.100 altas netas. En lo que llevamos de año los suscriptores totales marcan un crecimiento interanual del 45%, mientras que los suscriptores digitales han aumentado un 65% interanual.

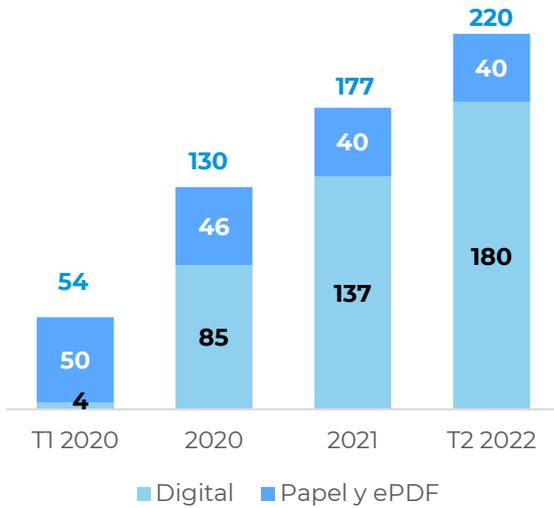
EL PAÍS lidera el mercado del modelo de suscripción de prensa en España con un ritmo de crecimiento del número de suscriptores superior al de la mayoría de las grandes cabeceras mundiales. El promedio entre las grandes cabeceras europeas al término de sus dos primeros años es de 70.000 suscriptores,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

PRISA Media

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

Evolución de suscriptores EL PAÍS

En miles



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

PRISA Media – Cuenta de Resultados

Millones de € Resultados Reportados	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
Ingresos de Explotación	186,2	175,2	6,3%	103,7	98,2	5,6%
Publicidad Neta	141,6	133,0	6,5%	79,4	76,8	3,3%
Circulación	26,6	25,8	3,2%	13,4	13,0	3,4%
Offline	20,1	20,9	-3,7%	10,0	10,4	-3,6%
Online	6,5	4,9	32,6%	3,4	2,6	31,5%
Otros	18,0	16,4	9,7%	10,9	8,4	30,5%
Gastos de Explotación Contables	174,8	176,4	-0,9%	90,5	91,9	-1,6%
Gastos Variables	32,0	27,7	15,5%	18,7	15,7	19,1%
Gastos Fijos	142,9	148,7	-3,9%	71,8	76,2	-5,8%
EBITDA Contable	11,4	-1,2	---	13,2	6,3	111,5%
Margen EBITDA	6,1%	-0,7%	---	12,8%	6,4%	100,2%
EBITDA sin indemnizaciones	14,3	8,5	69,4%	14,4	13,2	8,7%
Margen EBITDA sin indemnizaciones	7,7%	4,8%	59,3%	13,9%	13,5%	2,9%
EBIT Contable	-2,5	-13,7	81,8%	6,4	0,0	---
Margen EBIT	-1,3%	-7,8%	82,8%	6,2%	0,0%	---

PRISA Media – Indicadores Financieros y digitales

	6M 2022	6M 2021	Var (%)
Ingresos Digitales	43,1	41,5	3,8%
Ingresos No Digitales	143,1	133,6	7,1%
Porcentaje Ingresos Digitales	23%	24%	-1 p.p
Gastos sin indemnizaciones	171,9	166,7	3,1%
EBITDA sin indemnizaciones	14,3	8,5	69,4%
Navegadores Únicos promedio (M)	240,0	250,0	-4,0%
TLH promedio (M)	79,0	66,5	18,7%
Descargas Audio promedio (M)	47,5	31,5	50,8%
Suscriptores totales (K)	220	152	44,5%
Usuarios Registrados totales (M)	6,8	5,9	14,3%

ESG¹

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

Puntos destacados del Segundo Trimestre

E

- Uso de papel de origen sostenible en todos nuestros diarios.
- Los40 lanza El ECO de LOS40: música y ecología se unen para llevar a cabo 40 iniciativas centradas en promover la sostenibilidad

S

- PRISA ha recibido el reconocimiento Contigo Somos+ del Pacto Mundial de Naciones Unidas España por su contribución a la difusión de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Cadena Dial ha lanzado la campaña “Sé Dial, por la Igualdad, la Diversidad y la Inclusión”, por la celebración del Día Mundial de la Diversidad, declarado por la Asamblea General de las Naciones Unidas.

G

- Grupo PRISA, incluido en el *IBEX Gender Equality Index* por tener una mayor presencia de mujeres, tanto en el Consejo de administración (35,7%) como en la alta dirección (42,8%).
- Participación en el Clúster de Transparencia, Buen Gobierno e Integridad organizado por Forética.

Además, PRISA es participante del Pacto Mundial de la ONU desde 2009, siendo Miembro del Comité Ejecutivo Español desde 2016, y es parte de los siguientes ratings e índices ESG:



MSCI



FTSE4Good



Santillana

- Creando oportunidades vitales a través de la educación.
- Integrando los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) en el desarrollo del contenido educativo.
- Impulso de la tecnología en la educación para ayudar al desarrollo del bienestar social e individual.
- Participación en programas destinados a fomentar la creatividad, la innovación y el desarrollo tecnológico y científico.
- Participación en fundaciones que fomentan el desarrollo profesional y personal como Fundación Conocimiento y Desarrollo o Fundación Princesa de Girona, entre otras.
- Participando en la educación de 28 millones de alumnos en Latinoamérica.

PRISA Media

- Lucha permanente contra las fake news en favor de una información rigurosa y veraz como contribución a una sociedad democrática.
- Libros de estilo de EL PAÍS, SER y AS.
- Apoyo al periodismo que defiende las libertades, la independencia y el rigor con los Premios Ortega y Gasset.
- Respuesta a emergencias sociales colaborando con distintas fundaciones en acciones solidarias como Acción contra el Hambre, Operación Frio o Kilos de solidaridad entre otros.
- Colaboración con la Fundación Gates en Planeta Futuro.

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

Outlook 2022

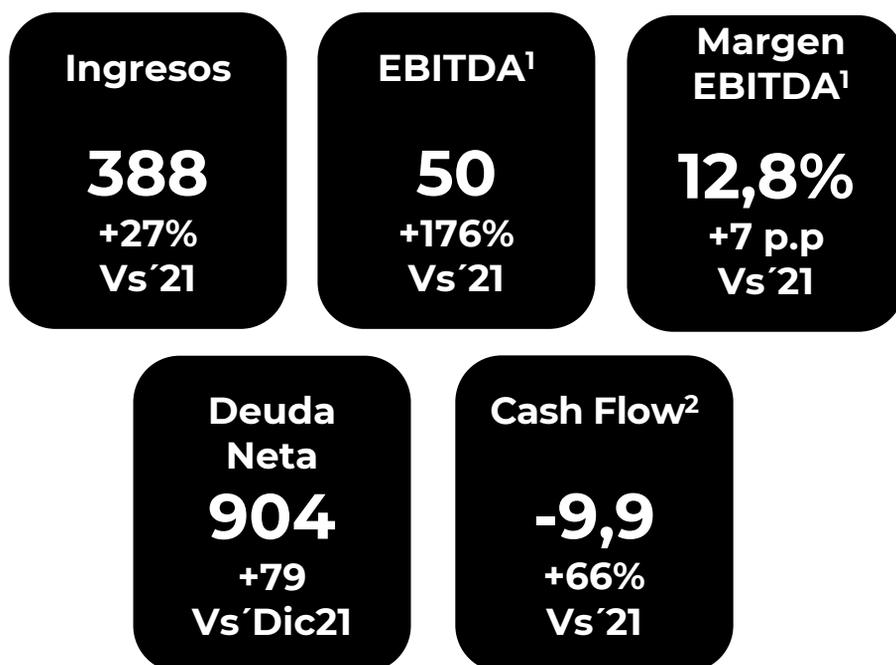
Tras un 2021 lleno de cambios, tanto en la estructura como en la dirección de la compañía, se espera que en 2022 se vean los resultados de los cambios implementados, **con crecimiento en todas las líneas de negocio.**

GRUPO PRISA

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

PRINCIPALES INDICADORES – GRUPO PRISA

FINANCIEROS (M€)



DIGITALES (M)



1) Excluyendo indemnizaciones
2) Excluyendo extraordinarios

3) suscriptores exclusivos digitales

Anexo



1. Guidance 2025	20
2. Educación Q&A	21
3. PRISA Media Q&A	22
4. Evolución del tipo de cambio	24
5. Desglose de ingresos y EBITDA	25

Outlook 2025 – CAPITAL MARKETS DAY

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

* Excluyendo el pago de intereses.

Educación Q&A

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

¿Dónde esta presente Santillana?

Santillana esta presente en 19 países de Latinoamérica.

¿Qué productos tiene Santillana?

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

¿En qué mercados participa Santillana?

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

¿Mercado educativo Privado en Latinoamérica?

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

¿Desglose de estudiantes por países del mercado potencial?

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

¿Posición actual de Mercado de Santillana?

En 2021, Santillana contaba con un total de 7,2 Millones de estudiantes, de los cuales 2 millones bajo los modelos de suscripción y 5,3 millones bajo libro

de texto tradicional (didáctico). En Ed-tech tiene una cuota de mercado aproximadamente del 31%.

¿Ventaja frente a competidores?

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

¿Ventajas del modelo Ed-tech vs tradicional?

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

¿Tipos de modelos de suscripción?

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

¿Desglose de suscripciones por modelo Ed-tech?

A cierre del trimestre, Santillana cuenta con **2,49 Millones de suscripciones** de los cuales 1,52 millones estudian bajo el modelo flexible. Los modelos Integrales cuenta con 396 mil de suscripciones, los modelos suplementales 118 mil de suscripciones y los modelos de inglés con 458 mil.

¿Desglose de suscripciones Ed-tech por países?

El país con mayor numero de suscripciones con los modelos Ed-tech de Santillana es Brasil con 712 mil. Tras Brasil está Colombia con 593 mil, México con 300 mil y el resto de países LatAm con 890 mil.

¿Santillana en el futuro?

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

PRISA Media Q&A

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

¿En qué mercados participa PRISA Media?

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

¿Cuáles son los principales activos de PRISA Media?

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

¿Principal fuente de ingresos de PRISA Media?

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

¿Principal actividad de PRISA Media?

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

¿Qué posición de Mercado tiene PRISA Media?

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

PRISA Media cuenta en total con 240 millones de navegadores únicos de promedio mensual en el primer semestre de 2022. La Radio cuenta en su versión web con 2,6 millones de usuarios registrados y la Prensa cuenta en su versión web con 4,1 Millones de usuarios registrados.

Radio tiene un promedio mensual de 23 millones de oyentes, 79 millones de consumo mensual de horas de streaming, 47,5 millones de descargas mensuales de Podcast (incluyendo Pódium Podcast).

Según el último EGM, la SER mantiene el liderazgo absoluto con una cuota de mercado del 32,6% (radio generalista). Los40 es segunda después de SER y mantiene el primer puesto en el mercado de Radio Musical, con una cuota de 23%. En Chile y Colombia, es líder con cuotas de audiencia del 45% y 27% respectivamente. En México mantiene la tercera posición con una cuota de audiencia del 16%.

¿Qué es un modelo de suscripción?

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

¿Qué tipo de modelo de suscripción tiene EL PAÍS?

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

¿Qué tipo de suscripciones hay?

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

¿Qué precio tienen las suscripciones?

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

¿Cuántos suscriptores hay en total?

A Junio, El País cuenta con 219.832 suscriptores totales de los cuales 179,626 son suscriptores exclusivos digitales.

¿Cómo se compone la base total de suscriptores?

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

El resto de suscriptores se dividen entre suscriptores en papel y suscriptores en otras plataformas como Kiosko y +, etc.

¿Ventajas competitivas de PRISA Media?

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

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

¿PRISA Media en el futuro?

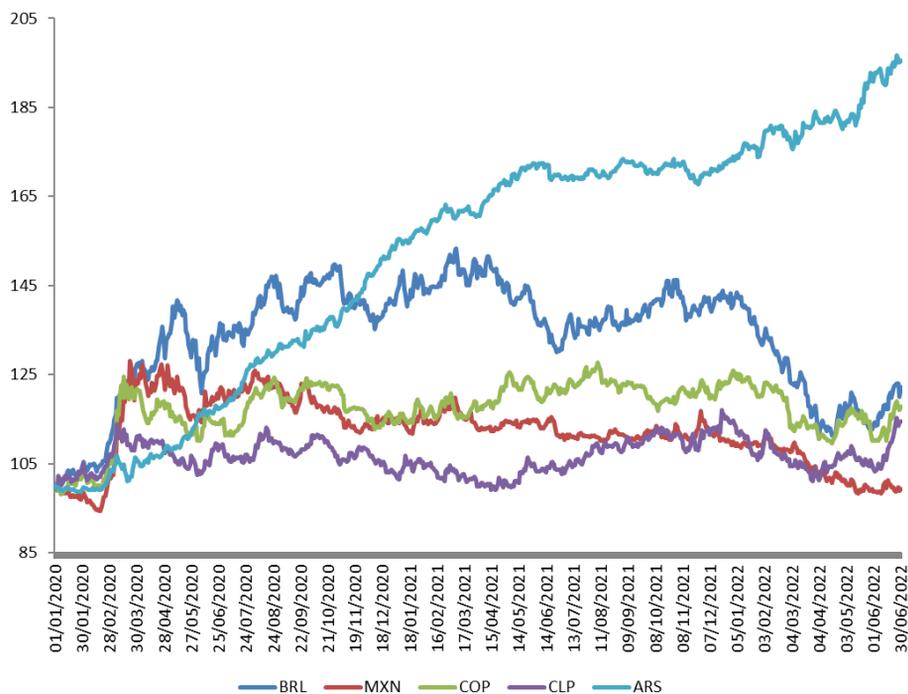
La tendencia a futuro de los negocios de Media es la digitalización. Por ello, la estrategia a futuro de PRISA Media es:

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

Evolución del tipo de cambio

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

El impacto FX sobre los ingresos ha sido positivo mientras que en el EBITDA del Grupo fue negativo en el primer semestre de 2022. **El impacto ha sido de +13,4 M€ en ingresos y de -0,8 M€ en EBITDA.**



	BRL	MXN	COP	CLP	ARG
1Q2020	4,92	22,05	3.912,25	886,27	67,83
2Q2020	5,92	25,67	4.231,20	905,24	74,50
3Q2020	6,29	25,81	4.365,32	912,62	85,71
4Q2020	6,44	24,49	4.354,98	905,93	95,57
1Q2021	6,60	24,51	4.288,58	872,56	106,76
2Q2021	6,38	24,13	4.454,06	863,41	113,36
3Q2021	6,17	23,61	4.534,56	911,47	114,61
4Q2021	6,39	23,72	4.442,68	944,97	114,92
1Q2022	5,86	23,00	4385,66	906,57	119,65
2Q2022	5,24	21,32	4175,91	899,16	125,65

Fuente: Bloomberg

Desglose de ingresos y EBITDA comparable por UU.NN.

Millones de €	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
Ingresos de Explotación	388,2	306,2	26,8%	177,6	147,7	20,2%
Educación	202,5	131,7	53,7%	74,1	49,8	49,0%
Media	186,2	175,2	6,3%	103,7	98,2	5,6%
Prisa Radio	111,5	96,6	15,4%	62,9	55,3	13,6%
Prisa Noticias	72,3	78,6	-8,1%	38,1	42,8	-11,0%
Otros	-0,6	-0,7	15,5%	-0,3	-0,2	-11,1%
EBITDA contable	44,7	2,7	---	3,4	-9,6	---
Educación	36,6	12,9	183,6%	-7,9	-10,3	23,4%
Media	11,4	-1,2	---	13,2	6,3	111,5%
Radio	13,6	-1,9	---	12,7	2,6	393,7%
Noticias	-2,4	0,8	---	0,2	3,6	-95,5%
Otros	-3,3	-9,0	63,1%	-1,9	-5,5	65,9%
EBITDA sin indemnizaciones	49,7	18,0	176,5%	5,9	0,9	567,8%
Educación	38,6	15,0	157,3%	-6,6	-9,5	30,4%
Media	14,3	8,5	69,4%	14,4	13,2	8,7%
Prisa Radio	15,4	5,2	198,4%	13,1	8,5	54,5%
Prisa Noticias	-2,0	3,3	---	0,5	4,6	-88,4%
Otros	-3,3	-5,5	40,7%	-1,8	-2,8	34,6%

Millones de €	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2022	2021	Var.	2022	2021	Var.
Ingresos de Explotación a tipo constante	374,8	306,2	22,4%	169,0	147,7	14,4%
Educación	189,7	131,7	44,0%	66,3	49,8	33,3%
Media	185,7	175,2	6,0%	102,9	98,2	4,8%
Radio	111,2	96,6	15,1%	62,2	55,3	12,5%
Noticias	72,2	78,6	-8,1%	38,0	42,8	-11,1%
Otros	-0,6	-0,7	15,5%	-0,3	-0,2	-11,1%
EBITDA contable a tipo constante	45,6	2,7	---	5,1	-9,6	---
Educación	37,5	12,9	190,6%	-6,2	-10,3	39,5%
Media	11,3	-1,2	---	13,2	6,3	111,5%
Radio	13,6	-1,9	---	12,7	2,6	394,8%
Noticias	-2,5	0,8	---	0,1	3,6	-96,3%
Otros	-3,3	-9,0	63,1%	-1,9	-5,5	65,9%
EBITDA sin indemnizaciones a tipo constante	50,3	18,0	179,7%	7,3	0,9	727,2%
Educación	39,3	15,0	161,7%	-5,2	-9,5	45,2%
Media	14,3	8,5	68,5%	14,4	13,2	8,6%
Radio	15,3	5,2	197,5%	13,1	8,5	54,6%
Noticias	-2,0	3,3	---	0,5	4,6	-88,4%
Otros	-3,3	-5,5	40,7%	-1,8	-2,8	34,6%

Calendario Financiero

Octubre 2022: Presentación resultados tercer trimestre

Más información disponible cuando se acerque la fecha del evento.



Relación con Inversores

+34 91 330 1085

ir@prisa.com

www.prisa.com