

NOTAS ESTADOS FINANCIEROS INTERMEDIOS.

Nombre de la entidad: PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.

Estados financieros: ESTADOS FINANCIEROS INTERMEDIOS

Fecha del Informe de Revisión limitada: 31/03/2020

Descripción:

VISIÓN GLOBAL:

**El EBITDA del Grupo en el 1T del ejercicio alcanza los €56 millones vs. €69 millones en el mismo periodo del año anterior (-19% en euros/-6,6 % en moneda constante)
Resultados afectados por el COVID-19**

- ❑ Los negocios de media se han visto especialmente afectados por la crisis del COVID-19, mostrando caídas de ingresos en el período del 15% en noticias y 21% en radio debido a los descensos experimentados en el mercado publicitario y en circulación.
 - La radio progresa en su estrategia de creación de nuevos contenidos de audio digital, la distribución multicanal y la innovación de producto que está teniendo su reflejo en el crecimiento del consumo de horas de streaming y descargas de podcast que han alcanzado en el mes de marzo la cifra de 61,5 millones y 25,5 millones respectivamente.
 - Avance en el nuevo modelo de negocio de Noticias con el lanzamiento a principios de mayo del modelo de pago de EL PAÍS. 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 37% de los ingresos de Noticias son digitales

- ❑ La compañía ha puesto en marcha un plan de contingencia de adecuación de las estructuras de costes de sus negocios a las circunstancias previsibles en los próximos meses como consecuencia del COVID-19 que incluye un plan de reducción de costes de 40 Millones de euros (ahorros de costes previstos en el período Marzo-Diciembre).

IMPACTOS DEL COVID-19 EN LOS RESULTADOS DEL 1T 2020:

- ❑ **COVID-19 está teniendo un impacto sin precedentes en la economía y la sociedad, perjudicando las industrias y las empresas de todo el mundo.** El virus ya se ha extendido a más de 180 países, habiendo afectado gravemente a los países en los que Grupo PRISA está presente, en particular en España.
- ❑ En el Grupo PRISA, los medios de comunicación son los que más están sufriendo, mientras que el negocio de la educación está, en este momento, demostrando ser más resistente, a pesar de que el cierre parcial del canal de distribución ante las excepcionales circunstancias provocadas por el coronavirus, ha afectado el negocio didáctico de algunos países del área Sur cuyas campañas no estaban finalizadas.
- ❑ Desde que se inició la crisis, PRISA, como grupo empresarial centrado en dos sectores tan esenciales como la educación y los medios de comunicación, ha dado la máxima prioridad a la continuidad de sus actividades, adoptando las medidas necesarias para proteger la salud y la seguridad de sus empleados, proveedores y clientes. Al mismo tiempo ha reafirmado su compromiso social ofreciendo el acceso a información amplia y rigurosa, entretenimiento de calidad y servicios educativos online en apoyo a las familias y colegios de España y Latinoamérica.
- ❑ En el período Enero-Marzo, el COVID-19 ha tenido en el grupo un impacto negativo estimado en ingresos de 25,5 millones de euros y en EBITDA de 20,8 millones de euros.
- ❑ La Compañía ha puesto en marcha un plan de contingencia de €40 Millones (durante el período Marzo-Diciembre) para minorar los impactos negativos derivados del COVID-19 que incluyen reducciones de costes en todas las partidas. La compañía ha cerrado, con amplio respaldo por parte de los empleados, los acuerdos de reducción salarial de plantilla.
- ❑ Las consecuencias para las operaciones del Grupo a futuro son 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.
- ❑ Dada la incertidumbre existente a la fecha, la compañía invalida el Outlook de 2020 comunicado a mercado a finales de febrero. Aún no es posible estimar impactos, siendo prematuro realizar una valoración detallada o cuantificación de los posibles impactos que tendrá el COVID-19 sobre el Grupo en los próximos meses, debido a la incertidumbre sobre sus consecuencias, a corto, medio y largo plazo, y especialmente en lo referente al riesgo de variación de determinadas magnitudes financieras y al riesgo de valoración de los activos y pasivos del balance. La compañía espera un peor comportamiento de la publicidad y que el negocio de educación resista mejor los efectos de la crisis. Con los resultados del 2T previstos para septiembre se dará mayor visibilidad

EDUCACIÓN:

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

En los modelos de suscripción, Compartir y UNOi, presentes en Latinoamérica, se han servido entre marzo y abril 29,5M de contenidos.

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

- ❑ **Crecimiento de las ventas de educación del 5% (15% en moneda local) impulsadas por el fuerte aumento de los modelos de suscripción y el buen desempeño de la venta pública. Los ingresos digitales representan en el trimestre un 36%* del total**
 - ❑ **Los modelos de suscripción crecen en ingresos un 23% (33% en moneda local) hasta alcanzar los 64 millones de euros con un aumento en alumnos del 25% hasta superar 1.716.000. La plataforma tecnológica de Santillana ha registrado incrementos exponenciales de conectividad y uso de contenidos desde el inicio del confinamiento garantizando a sus clientes la actividad escolar con total normalidad. Durante este período, Santillana ha querido abrir sus plataformas tecnológicas a todos sus alumnos en España y Latinoamérica con la finalidad de ayudar y apoyar en la continuidad del proceso educativo.**
 - ❑ **Las ventas públicas alcanzan los 38 millones de euros, con un crecimiento del 151% (174% en moneda local) que refleja principalmente las ventas pendientes del PNLD de Brasil de 2019 que se han registrado en el 1T de 2020 acorde a lo esperado.**
 - ❑ **Las ventas de didáctico muestran una caída del 25% (18% en moneda local) explicada por el trasvase de alumnos a modelos de suscripción y por 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 .**
- ❑ **Impacto cambiario negativo en ingresos de €-16,5 Mn y de €-8,5 Mn en EBITDA por la devaluación de monedas principalmente en Argentina, Brasil y Chile.**
- ❑ **El impacto del COVID-19 en los resultados del trimestre de Santillana ha supuesto un impacto negativo estimado en ingresos de €13Mn y en EBITDA de € 10,9 Mn.**
- ❑ **El EBITDA alcanza 62 millones de euros frente a 66 millones de euros en el mismo periodo de 2019. Crecimiento en moneda local del 7% (-6% en euros).**

RADIO:

Durante las excepcionales circunstancias provocadas por el COVID-19, la radio ha desempeñado una **tarea de información pública esencial en todo momento**. Resaltan los crecimientos experimentados en el consumo de hora de streaming especialmente en las radios habladas donde destacan los incrementos de España (+67% con 14,2 millones), Colombia (+20% con 8,3 millones), Chile (+44% con 1,1 millones) y México (+68% con 3 millones).

- ❑ **Los resultados de la radio en el 1T de 2020 se han visto afectados por el impacto del COVID-19 al haberse producido importantes caídas del mercado publicitario y ser la publicidad su principal fuente de ingresos tanto en España como en LatAm. Los ingresos en el periodo alcanzan €47,4 Mn vs €60,1 Mn en el mismo periodo del año anterior, lo que supone una caída del 21,2% (18,2% en moneda local).**
- ❑ **El COVID-19 ha tenido en el periodo un impacto negativo estimado en ingresos de 8,4 Mn y de 6,6 Mn en EBITDA.**

NOTICIAS:

- Resultados de Noticias afectados por la crisis del COVID-19 condicionando tanto a los ingresos publicitarios, que registran una caída del 18%, como a los ingresos por circulación que descienden un 13%.
 - Los ingresos digitales representan ya un 37%* del total de los ingresos de Noticias creciendo su contribución un 9%
 - Avance en el nuevo modelo de negocio de Noticias con el lanzamiento a principios de mayo del modelo de pago de EL PAÍS, con lo que 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 COVID-19 ha tenido en el periodo un impacto negativo estimado en ingresos de €-4,1 millones y de €-3,3 millones en EBITDA.
 - El EBITDA en el período alcanza los €-6Mn vs €-3Mn en el mismo periodo del ejercicio anterior lo que supone una caída del 94,3%.
- % sobre el total de ingresos excluyendo PBS y Prisa Tecnología

TOTAL GRUPO:

- Resultados operativos del 1T condicionados por el COVID-19 que ha tenido un impacto negativo estimado en ingresos de 25,5 millones y en EBITDA de 20,8 millones (ver página 4). Santillana muestra solidez a pesar de haberse visto afectado el negocio didáctico por el cierre de la cadena de distribución y los medios de comunicación se han visto impactados por las caídas significativas del mercado publicitario. La Compañía ha puesto en marcha un plan de contingencia de €40 millones para minorar los impactos negativos que la crisis del COVID-19 pueda tener en el negocio.
- 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 representan ya un 31% del total creciendo su contribución un 20%
- Media Capital se contabiliza como operación en discontinuidad. Venta del 30,22% de Media Capital a Plural Investment S.A siendo el primer paso para la desinversión del activo que continúa siendo no estratégico para la Compañía y le permite centrar el foco en su hoja de ruta de puesta en valor de Santillana y medios de comunicación
- Se muestran los resultados comparables que excluyen en 2019 la sentencia negativa de Mediapro por 51 millones de euros.
- Impacto cambiario negativo en ingresos de -18,2 millones y de -8,4 millones en EBITDA principalmente por las devaluaciones en Argentina, Brasil y Chile.
- El EBITDA alcanza los 56 millones de euros versus 69 millones en el mismo periodo del ejercicio anterior lo que supone una caída del 18,8% (-6,6% en moneda local).

Enlace a las cuentas de la entidad:

<https://www.cnmv.es/Portal/verDoc.axd?t={da2bd686-e91d-4e03-ae6c-906f82c53bf1}>

Nota:

La información que se recoge en este documento ha sido obtenida de páginas web de carácter público donde se incluyen las cuentas anuales e informe de auditoría sobre las mismas que deben ser leídos conjuntamente. La redacción de estos párrafos se incluye a efectos ilustrativos y no debe entenderse, en ningún caso, que sea la sugerida por el REA Auditores.

