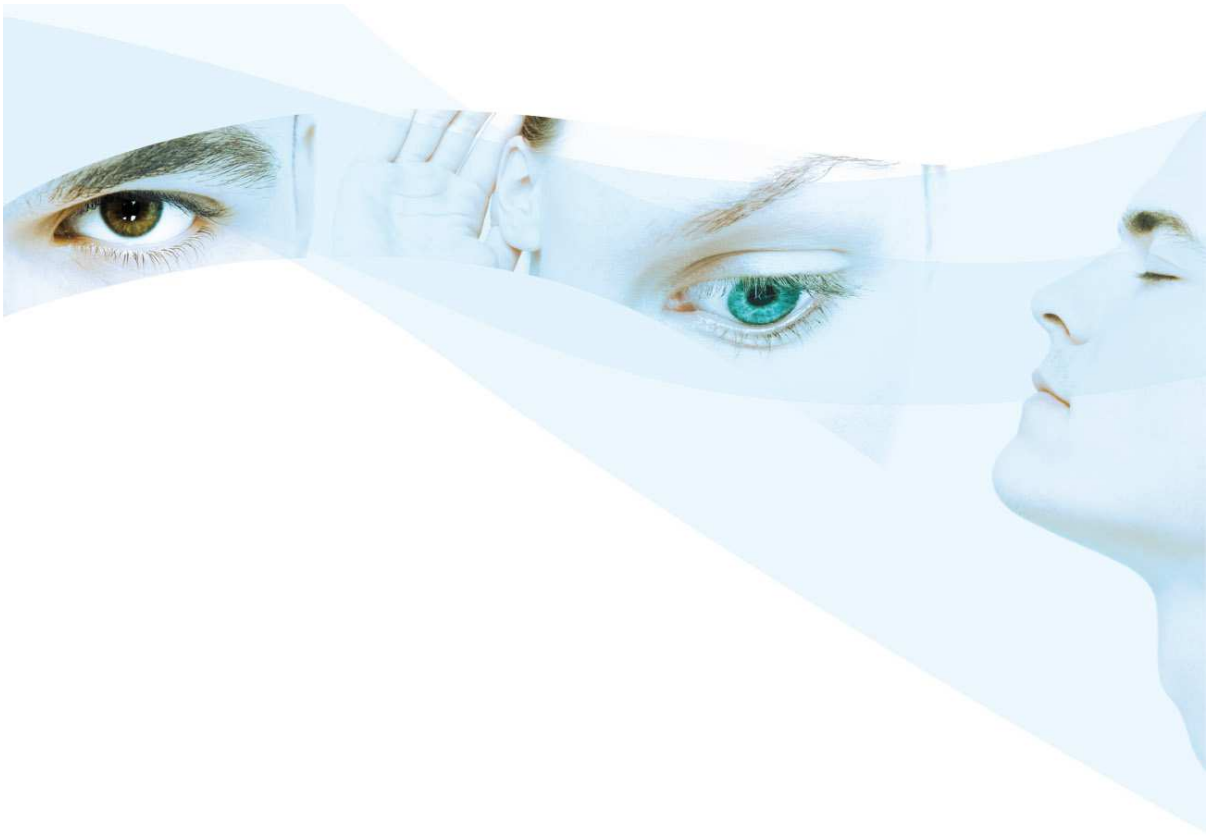
vocento



Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

Resultados Enero-Junio 2014

29 de julio de 2014

INTRODUCCIÓN: VOCENTO ANTE EL ENTORNO ECONÓMICO

En la primera parte del año, la economía española mantiene la tendencia de progresiva mejora con un crecimiento en la tasa intertrimestral del PIB según el INE del 0,4% en el primer trimestre, mientras que el Banco de España estima un crecimiento del 0,5% en el segundo trimestre. La recuperación de la demanda interna (crecimiento del consumo de los hogares, recuperación de la inversión y menor contracción del gasto público) como ya ocurrió en la segunda parte del pasado año, ha permitido la mejora del PIB y ha ido progresivamente sustituyendo a la demanda externa como motor de crecimiento (según estimación del Banco de España habría aportado 0,3% al crecimiento del PIB 2T14 vs 0,2% de la demanda externa).

Estas mejores expectativas económicas se traducen en una revisión al alza del escenario de PIB según el panel de Funcas pasando de PIB 2014e de 0,9% en el mes de enero a +1,2% en el mes de junio, y del consumo de los hogares del +0,6% a +1,5%.

El mercado publicitario parece recoger también cierta reactivación y en el primer semestre de 2014, según datos de i2p, ha registrado un crecimiento de +4,3% vs 2013 -10,1%, estimándose un crecimiento del +1,8% en 2014 tras tres años de descensos. Esta mejoría está concentrada especialmente en la TV (favorecido por la celebración del Mundial de fútbol) y en Internet, mientras que el soporte de prensa tradicional desciende un -5,5% en el primer semestre de 2014, estimándose una caída del -4,8% para todo el año según i2p.

Ante este entorno VOCENTO se centra en tres aspectos: 1) reforzar el liderazgo de sus marcas, aprovechando esta ventaja competitiva como oportunidad de crecimiento en nuevos negocios digitales, 2) continuar con la optimización de la estructura de costes para seguir mejorando el apalancamiento operativo y 3) proteger la caja para mantener una sólida posición financiera neta fortalecida recientemente con un préstamo sindicado a 5 años (ver hecho relevante de 24 de febrero).

EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DE VOCENTO

VOCENTO es un Grupo multimedia, cuya sociedad cabecera es VOCENTO, S.A., dedicado a las diferentes áreas que configuran la actividad en medios de comunicación.

La dirección de VOCENTO realizó al cierre del año 2013 un cambio en la organización de la información de gestión, para las evaluaciones de los riesgos y rendimientos de la empresa. Las nuevas líneas de actividad definidas son Periódicos, Audiovisual, Clasificados y Otros que vienen a reemplazar el esquema anterior de Medios Impresos, Audiovisual, Internet y Otros Negocios. Esta misma agrupación de la información es ahora la utilizada para el reporte al mercado e incluye todos los periódicos, todas las ediciones digitales, la radio, la televisión digital, etc., donde VOCENTO está presente y que están asignados a cada segmento de negocio. Los comentarios y comparativas que se incluyen en este Informe de Gestión están hechos sobre la base de los nuevos segmentos mencionados.

Detalle de las líneas de actividad de VOCENTO

PERIODICOS

REGIONALES

- El Correo
- La Verdad
- El Diario Vasco
- El Norte de Castilla
- El Diario Montañés
- Ideal
- Sur
- Las Provincias
- El Comercio
- Hoy
- La Rioja
- Imprentas locales
- Comercializadoras locales
- Otras participadas

ABC

- ABC
- Imprentas nacionales
- Comercializadora

SUPLEMENTOS Y REVISTAS

- XL Semanal
- Mujer Hoy
- Hoy Corazón
- Inversión y Finanzas
- Mujerhoy.com
- Finanzas.com

AUDIOVISUAL

TELEVISION DIGITAL TERRESTRE

- TDT Nacional
  - Net TV
- TDT Regional

RADIO

- Licencias de radio analógica
- Licencias de radio digital

CONTENIDOS

- Veralia

Producción:
- Veralia Contenidos (BocaBoca, Europroducciones, Europroduzione y Hill Valley)

Distribución:
- Veralia Cine

CLASIFICADOS

Clasificados:
- Pisos.com
- Infoempleo
- Autocasión

Directorios:
- 11870 (35%)

OTROS

- Sarenet

NOTA IMPORTANTE

Para facilitar el análisis de la información y poder apreciar la evolución orgánica de la Compañía, a lo largo del informe se explica siempre cuando los gastos de explotación, el EBITDA, el EBIT y el Resultado Neto, están afectados por diferentes impactos no recurrentes o extraordinarios. Los impactos más relevantes se resumen en dos grupos: 1) costes de reestructuración y medidas de ajustes 2) impactos derivados de decisiones estratégicas de negocio (i.e. Radio, distribución de cine)

Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

Cumpliendo objetivos, a pesar de la mayor debilidad en publicidad en 2T

VOC gana cuota de mercado en prensa, offline y online

Mayor peso de los negocios digitales hasta el 24,3% de los ingresos publicitarios

Mejora de EBITDA comparable de VOC 1S14 en €5.319miles de euros

- **Ingresos publicitarios de Regionales y ABC (offline + online) 1S14: -1,7%**
  - (i) Deterioro publicitario en 2T14 explicado en parte por el Mundial de Fútbol. Periódicos incrementa cuota de mercado en inversión publicitaria pese a no tener prensa deportiva: los ingresos publicitarios de los Regionales y ABC en offline descienden un -1,7% vs. -5,5%[1] del mercado, mientras que los ingresos online crecen +8,6% vs. +3,8%[1] del mercado.
  - (ii) Evolución del perfil de ingresos hacia digital: los ingresos publicitarios provenientes de internet y los nuevos negocios digitales (como Oferplan y Kiosko y Más) aportan el 24,3% del total de ingresos publicitarios y de e-commerce de VOC en 1S14 (+2,5 p.p. vs. 1S13).
  - (iii) Mejor evolución en publicidad en Suplementos y Revistas (1S14 -3,8%) que mercado (-9,2%[1]), con destacable mención del suplemento Mujer Hoy, cuyos ingresos publicitarios crecen en 1S14 un +24,2%.
- **ABC mejora en cuota de mercado de difusión en 1S14**
  - (i) Venta de ejemplares de ABC en 1S14 del -0,7%, estabilizada por el efecto subida de precios de cabecera. ABC mejora su cuota en difusión, reduciendo el diferencial respecto al #2 en prensa generalista en España a 8.377[2] ejemplares ordinarios y ocupa ya el #2[3] en venta en quiosco en Madrid.
- **EBITDA comparable 1S14 aumenta en +5.319[4] miles de euros, +32,9%: mejora por eficiencias en costes y decisiones estratégicas acometidas**
  - (i) Ahorro de costes comparables 1S14 de -9,5% y de gastos de personal de -6,8%, que excluyen medidas de ajuste de personal vinculadas a la operativa normal del negocio 1S14 por -4.842 miles de euros y 1S13 por -578 mil euros.
  - (ii) Periódicos: EBITDA comparable 1S14 aumenta +1.520 miles de euros, por la mejora del margen de promociones (en especial ABC) y la positiva aportación de nuevos negocios digitales (1.150 miles euros).
  - (iii) Audiovisual: EBITDA comparable 1S14 +1.118 miles de euros. El impacto del cese de 2 canales en TDT se compensan con impacto positivo del acuerdo estratégico en radio con COPE y el cambio de modelo de negocio en distribución de Contenidos.

	EBITDA comparable			Publicidad
NIIF Miles de Euros	**1S14**	**1S13**	**Var Abs**	**Var Abs**
Periódicos	21.449	19.929	1.520	(1.509)
Audiovisual	4.647	3.529	1.118	(355)
Clasificados	(378)	(1.382)	1.004	442
Otros	1.451	1.759	(309)	(87)
Estructura	(5.695)	(7.682)	1.986	59
Total	**21.473**	**16.154**	**5.319**	**(1.450)**

[1] *Fuente: i2p 1S14.*
[2] *Fuente: OJD difusión ordinaria jun14.*
[3] *Fuentes internas difusión en quiosco jun14.*
[4] *Excluye medidas de ajuste de personal 1S14 -4.842 miles de euros y 1S13 -578 mil euros.*

- **EBIT 1S14 mejora hasta 4.369 miles de euros, 5 veces más que en 1S13 por, entre otros, menores amortizaciones en Contenidos**
- **Resultado neto en 1S14 de -4.114 miles de euros vs. 1S13 de -8.165 miles de euros. Excluyendo extraordinarios, VOCENTO estaría en -52 miles de euros o prácticamente en "break-even"**
- **Deuda financiera neta 159.239 miles de euros vs. 149.277 miles de euros en 2013**

  (i) Generación de caja positiva en el negocio ordinario y salidas de caja no recurrentes y otros ajustes, principalmente por medidas de reestructuración y préstamo sindicado.

  (ii) Venta de ONO: en Julio 2014 se ha producido la entrada de caja por 9.214 miles de euros.

Principales datos financieros

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

	NIIF			
Miles de Euros	**1S14**	**1S13**	**Var Abs**	**Var %**
Venta de ejemplares	103.614	108.206	(4.592)	(4,2%)
Ventas de publicidad	78.404	79.853	(1.450)	(1,8%)
Otros ingresos	66.244	78.595	(12.352)	(15,7%)
Ingresos de explotación	**248.261**	**266.655**	**(18.393)**	**(6,9%)**
Personal	(84.009)	(85.543)	(1.534)	(1,8%)
Aprovisionamientos	(43.415)	(45.730)	(2.315)	(5,1%)
Servicios exteriores	(102.611)	(118.010)	(15.399)	(13,0%)
Provisiones	(1.595)	(1.794)	(200)	(11,1%)
Gastos de explotación sin amortizaciones	(231.630)	(251.078)	(19.449)	(7,7%)
EBITDA	**16.632**	**15.576**	**1.056**	**6,8%**
Amortizaciones	(12.287)	(14.887)	(2.601)	(17,5%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	24	101	(78)	(76,7%)
EBIT	**4.369**	**790**	**3.579**	**453,0%**
Resultado sociedades método de participación	45	(5)	50	n.r.
Diferencial financiero y otros	(5.127)	(5.359)	232	4,3%
Resultado neto enaj. activos no corrientes	(358)	356	(714)	(200,6%)
Resultado antes de impuestos	**(1.072)**	**(4.218)**	**3.146**	**74,6%**
Impuesto sobre sociedades	(1.007)	(1.416)	409	28,9%
Resultado neto antes de minoritarios	**(2.079)**	**(5.634)**	**3.555**	**63,1%**
Accionistas minoritarios	(2.035)	(2.531)	496	19,6%
Resultado atribuible Sociedad Dominante	**(4.114)**	**(8.165)**	**4.051**	**49,6%**
Gastos de personal comparables[1]	(79.168)	(84.965)	(5.798)	(6,8%)
Gastos explotación sin amort. comparables[1]	(226.788)	(250.501)	(23.712)	(9,5%)
EBITDA comparable[1]	21.473	16.154	5.319	32,9%
EBIT comparable[1]	9.187	1.267	7.920	625,3%

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%.
n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.

[1] *Excluye medidas de ajuste de personal 1S14 -4.842 miles de euros y 1S13 -578 mil euros.*

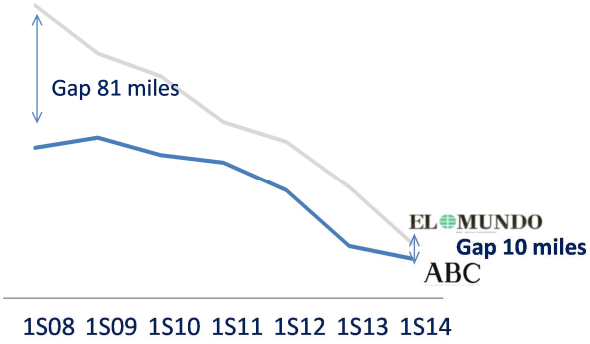
Ingresos de explotación

Los ingresos totales en 1S14 alcanzan 248.261 miles de euros, -6,9% comparado con 1S13 explicado principalmente por:

(i) Ventas de ejemplares, caída del -4,2%, que incluye un descenso en Prensa Regional del -5,4% y del -0,7% en ABC. La evolución de la difusión ha sido del -7,7% en ABC y del -7,1% en Prensa Regional.

ABC sigue arrojando una tendencia positiva en la mejora de cuota de mercado. Según datos oficiales a junio 2014, ABC se sitúa ya a tan solo 8[5] mil ejemplares de la segunda posición en prensa nacional generalista en España, siendo este diferencial de 10.000 ejemplares en la comparativa semestral 1S14.

Evolución de difusión ordinaria de ABC vs. El Mundo[1]
Evolución ejemplares en quiosco y suscripciones individuales 1S14/08 (datos en miles)

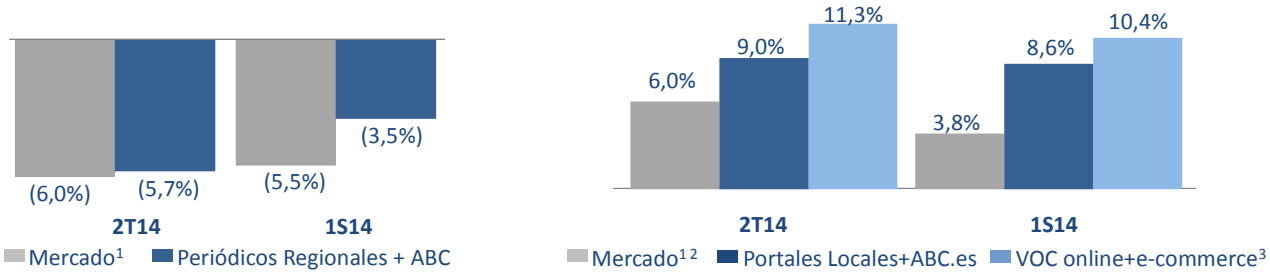


Nota 1: fuente OJD. Datos 1S14 no certificados.

(ii) Los ingresos por venta de publicidad caen -1,8%, -1,4% ajustado por perímetro (acuerdo estratégico en radio con COPE a partir del 2T13 y desinversión del diario gratuito online que.es en 2013).

Durante 2T14 se ha suavizado la tendencia de continua mejora de los ingresos publicitarios, tanto de Regionales, como de ABC, debido en parte a los efectos de calendario en los meses de abril y mayo (Semana Santa y dos puentes en el mes de mayo) y en el mes de junio del Mundial de Fútbol. Aun así, las marcas de VOC registran un mejor comportamiento que el soporte de prensa según i2p, ganando, por tanto, cuota de mercado publicitaria.

Evolución publicitaria VOC vs. Mercado offline y online (%)

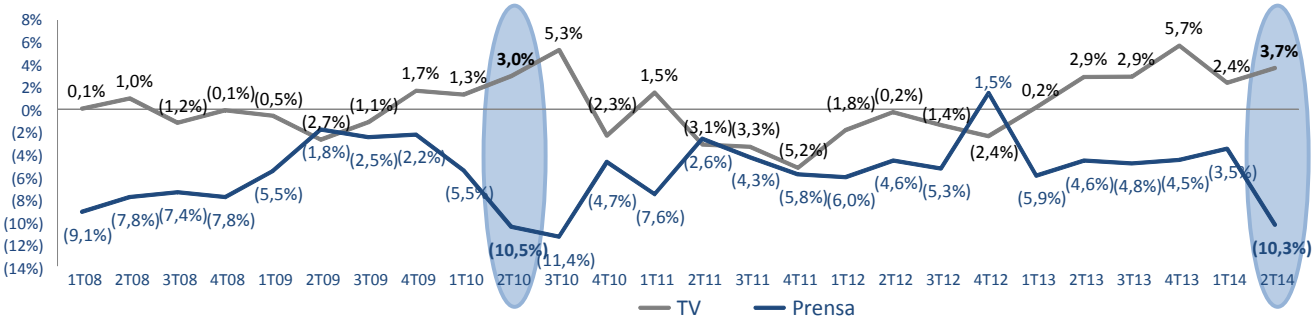


Nota 1: fuente i2p. Nota 2: La inversión online no incluye la publicidad de buscadores. Nota 3: incluye todos los ingresos de publicidad en Internet de VOC.

[5] *Fuente: OJD datos junio 2014 no certificados. Difusión ordinaria (venta en quiosco y suscripciones individuales)*

El soporte de prensa empeora el diferencial de crecimiento vs. mercado hasta los 10 puntos, en línea con lo sucedido en el último Mundial de Futbol de 2010, dónde tanto el comportamiento de prensa como el de TV vs. mercado fueron similares, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Evolución del diferencial de crecimiento de Prensa y TV vs. mercado 1T08 a 2T14 (%)

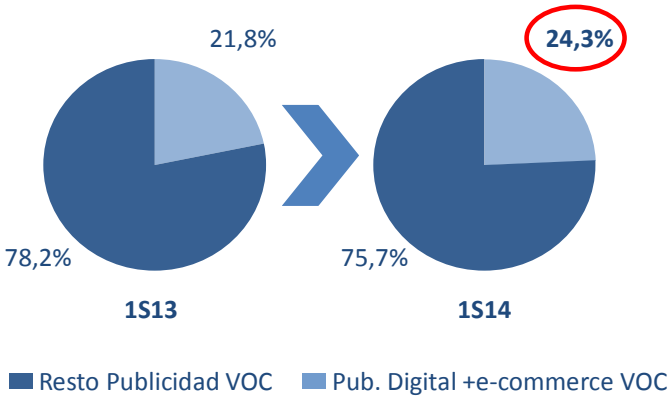


Fuente :i2p.

(iii) Otros Ingresos se reducen un -15,7% debido, entre otros, al impacto del cese de emisiones de dos canales del multiplex de TDT nacional, a la venta de los activos del área de distribución de cine (área de Contenidos), y a la actividad más selectiva en promociones. Estos efectos son compensados parcialmente por la aportación creciente de negocios digitales como Oferplan, Kiosko y Más, Guapabox o Ticketing.

El cambio de perfil de ingresos hacía digital, considerando no solo los ingresos de publicidad digitales de VOCENTO, sino también los ingresos derivados de los citados nuevos modelos digitales basados en e-commerce, permiten incrementar la exposición a digital de VOCENTO hasta el 24,3% en 1S14 (+2,5 p.p. vs. 1S13).

Cambio del perfil de ingresos publicitarios hacia digital y nuevos negocios (%)



Gastos de explotación

Los costes comparables de 1S14 descienden -9,5%%, -23.712 miles de euros, excluidos los gastos de ajuste de personal en 1S14 por -4.842 miles de euros y en 1S13 -578 mil euros. Estas medidas de ajuste de personal se enmarcan dentro de una gestión normalizada de la compañía, donde la búsqueda de eficiencias es continua, máxime en un entorno publicitario todavía incierto.

Por partidas de gastos destaca la disminución de los costes de aprovisionamiento y de los gastos de personal comparables, que en 1S14 se reducen en un -5,1% y un -6,8%[6] respectivamente.

Por áreas, destaca la reducción de costes comparables en el área de Periódicos (1S14 -5,6%), explicado entre otros por la reducción de costes de personal y una política de promociones más selectiva, mientras que en Audiovisual (1S14 -27,2%) los principales motivos se deben al cese de los dos canales de TV, y a la no distribución de estrenos de películas de cine. En el resto de áreas, los motivos se centran en las reestructuraciones y redimensionamientos de equipos y procesos realizados.

Detalle de costes operativos comparables por área de negocio

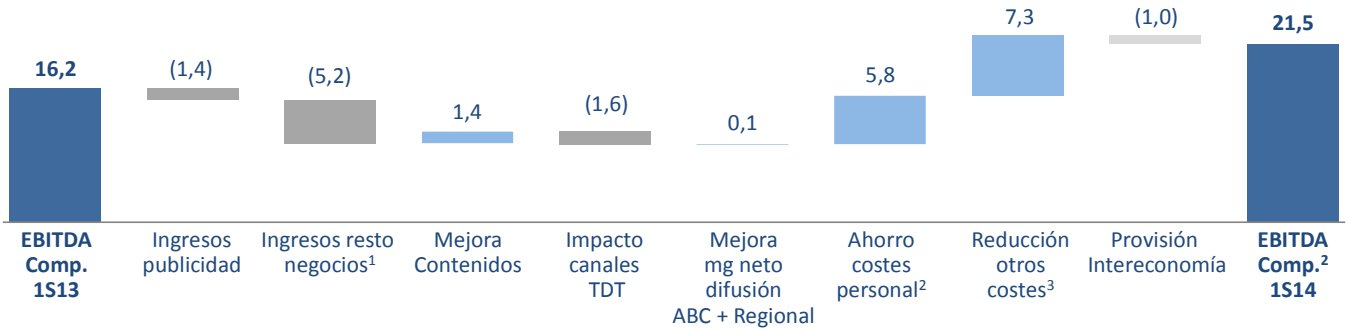
Costes operativos comparables (miles de euros)	1S14	1S13	Var Abs	Var %
Periódicos	(186.877)	(198.045)	(11.168)	(5,6%)
Audiovisual	(24.318)	(33.416)	(9.098)	(27,2%)
Clasificados	(6.481)	(7.883)	(1.401)	(17,8%)
Otros	(5.424)	(5.914)	(491)	(8,3%)
Estructura y eliminaciones	(3.688)	(5.243)	(1.555)	(29,7%)
Total	**(226.788)**	**(250.501)**	**(23.712)**	**(9,5%)**

EBITDA comparable

El EBITDA comparable en 1S14 alcanza 21.473 miles de euros un crecimiento de +5.319 miles de euros en comparación con 1S13.

Como se puede observar en el gráfico siguiente, la mayor estabilidad en ingresos publicitarios, pese a la todavía incertidumbre respecto al ciclo (variación absoluta ingresos 1S14 vs. 1S13 de -1.450 miles de euros), las medidas de ajuste en el área de Contenidos acometidas en 2013, que permiten mejorar el EBITDA del área, los ahorros en costes provenientes de los ajustes de personal y el resto de medidas de control de costes acometidas, permiten, entre otros, dicho incremento en EBITDA.

Detalle del movimiento de EBITDA comparable[2] 1S13-1S14 (€m)
(datos en variación vs 1S13 excepto EBITDA comparable)



Nota 1: Radio, Clasificados, promociones de diarios, venta de ejemplares de suplementos y otros negocios. Nota 2: excluye medidas de ajuste de personal 1S14 €-4,8m y 1S13 €-0,6m. Nota 3: costes comerciales, promociones y administrativos de Regionales y ABC, y costes de producción, comerciales y administración del resto de áreas excepto Contenidos.

Por área de negocio destacar:

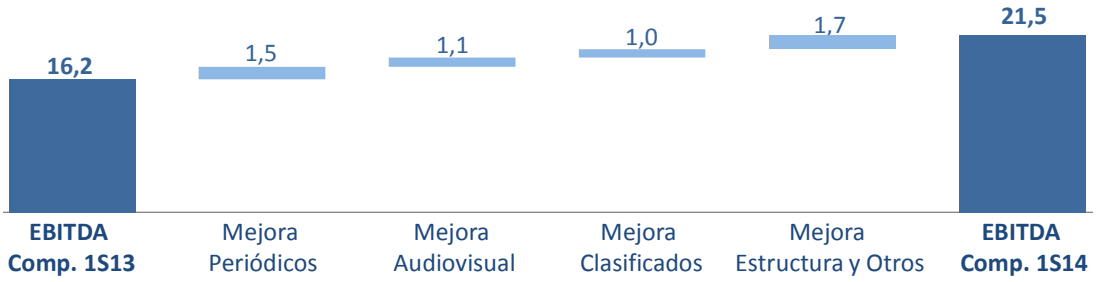
(i) Periódicos[7]: EBITDA comparable 1S14 de 21.449 miles de euros con un crecimiento de +1.520 miles de euros vs. 1S13. A pesar de la menor cifra de publicidad (descenso de -1.509 miles de euros) la activa gestión de costes se manifiesta en: a) menores costes de personal tras las medidas de ajuste de estructuras, b) mejora del margen neto de venta de ejemplares en ABC y c) mejora del margen de promociones.

[6] *Excluye medidas de ajuste de personal 1S14 -4.842 miles de euros y 1S13 -578 mil euros.*
[7] *Periódicos: excluye medidas de ajuste 1S14 -3.038 miles de euros y 1S13 -958 miles de euros.*

(ii) Audiovisual[8]: incremento de EBITDA comparable 1S14 de +1.118 miles de euros, hasta 4.647 miles de euros. Por el lado negativo destaca el impacto del cese de la emisión de dos canales en TDT nacional y la provisión por créditos incobrables relativos a Intereconomía; por la parte positiva, el acuerdo estratégico en Radio con COPE y el resultado de las medidas de reestructuración acometidas en el área de Contenidos durante 2013.

(iii) Clasificados[9]: reducción de la pérdida en EBITDA comparable 1S14 de +1.004 miles de euros hasta -378 miles de euros debido al efecto combinado del crecimiento en ingresos de publicidad en 1S14 del +8,6% y medidas de reducción de costes relacionadas con optimización de equipos comerciales y reducción de personal.

Evolución del EBITDA comparable[1] por área de negocio 1S14 €m
(datos en variación 1S14 vs 1S13 excepto para EBITDA comparable)



Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 1S14 €-4,8m y 1S13 €-0,6m.

Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación en 1S14 fue de 4.369 miles de euros en comparación con 790 miles de euros en 1S13, una mejora de 3.579 miles de euros. El resultado de explotación comparable en 1S14 mejora hasta alcanzar 9.210 miles de euros en comparación con 1.368 miles de euros en 1S13. Además del impacto positivo de los menores costes, se ve positivamente impactado por el descenso de las amortizaciones en el periodo por un total de 2.601 miles de euros.

La reducción en las amortizaciones en 1S14 se explica principalmente por una menor amortización en el área de Contenidos por importe de 1.085 miles de euros tras la transmisión de parte del negocio de Distribución de cine.

Diferencial financiero

El diferencial financiero 1S14 alcanza los -5.127 miles de euros, en línea con 1S13 (-5.359 miles de euros).

En el mes de febrero de 2014, VOCENTO firmó un préstamo sindicado a 5 años por un importe total de 175 millones de euros (ver hecho relevante de 24 de febrero de 2014) que ha contribuido a reforzar la estructura financiera de Vocento, sustituyendo líneas bilaterales, a efecto de extender sus vencimientos y unificar la gestión de las mismas. Los gastos y comisiones de apertura vinculados al préstamo sindicado se periodifican a lo largo de la vida del mismo.

Impuesto sobre sociedades

La evolución del resultado operativo y las regularizaciones de bases imponibles negativas de ejercicios anteriores explican la caída en impuestos hasta -1.007 miles de euros en 1S14.

Accionistas minoritarios

La menor cifra de accionistas minoritarios 1S14 por importe de 496 miles de euros es debido principalmente al menor resultado en TDT nacional por prescindir de dos canales.

[8] *Audiovisual: excluye medidas de ajuste 1S14 -419 miles de euros y 1S13 -170 miles de euros.*
[9] *Clasificados: excluye medidas de ajuste 1S14 -78 miles de euros y 1T13 55 miles de euros.*

Resultado neto atribuible a la sociedad dominante

El resultado neto consolidado en 1S14 asciende a -4.114 miles de euros, reduciendo las pérdidas a la mitad en comparación con 1S13 (-8.165 miles de euros). Excluyendo los extraordinarios, principalmente indemnizaciones, el resultado neto comparable de VOCENTO sería de -52 miles de euros o prácticamente en "break even".

Balance de situación consolidado

		NIIF		
Miles de Euros	**1S14**	**2013**	**Var abs**	**% Var**
Activos no Corrientes	**560.489**	**568.022**	**(7.532)**	**(1,3%)**
Activo Intangible	157.049	159.662	(2.613)	(1,6%)
Propiedad, planta y equipo	175.491	182.365	(6.875)	(3,8%)
Part.valoradas por el método de participació	10.580	10.676	(96)	(0,9%)
Otros activos no corrientes	217.370	215.318	2.051	1,0%
Activos Corrientes	**148.006**	**172.774**	**(24.769)**	**(14,3%)**
Efectivo y otros medios equivalentes	18.706	34.721	(16.015)	(46,1%)
Otros activos corrientes	129.300	138.053	(8.754)	(6,3%)
Activos mantenidos para la venta	**193**	**193**	**0**	**0,0%**
TOTAL ACTIVO	**708.689**	**740.990**	**(32.301)**	**(4,4%)**
Patrimonio neto	343.733	349.902	(6.168)	(1,8%)
Deuda financiera	175.781	184.414	(8.633)	(4,7%)
Otros pasivos no corrientes	68.509	68.274	235	0,3%
Otros pasivos corrientes	120.665	138.401	(17.735)	(12,8%)
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	**708.689**	**740.990**	**(32.301)**	**(4,4%)**

Otros activos corrientes

La disminución en el saldo por importe de -8.754 miles de euros se explica tanto por el menor saldo de clientes, por la menor actividad, como por el impacto en clientes y proveedores del cese de emisión de los dos canales de TDT y la venta de parte del negocio de distribución de contenidos de cine.

Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -159.239 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes y otros activos financieros corrientes por 18.706 miles de euros.

Con posterioridad al cierre del 30 de junio, se ha recibido la entrada de caja por la desinversión de la participación indirecta del 0,37% en Ono, con un impacto positivo de 9.214 miles de euros en caja.

Desglose de la Deuda Financiera Neta a 1S14

		NIIF		
Miles de Euros	**1S14**	**2013**	**Var Abs**	**Var %**
Endeudamiento financiero a corto plazo	24.081	120.589	(96.508)	(80,0%)
Endeudamiento financiero a largo plazo	151.699	63.824	87.875	137,7%
Endeudamiento financiero bruto	**175.781**	**184.414**	**(8.633)**	**(4,7%)**
Efectivo y otros medios equivalentes	18.706	34.721	(16.015)	(46,1%)
Otros activos financieros no corrientes	133	415	(282)	(68,1%)
Gastos de formalización del sindicado	2.297	0	2.297	n.a.
Posición de caja neta/ (deuda neta)	**(159.239)**	**(149.277)**	**(9.962)**	**(6,7%)**

Las partidas de endeudamiento a corto y largo plazo en balance, y de acuerdo a normativa contable, se encuentran neteadas por los gastos anticipados a corto y largo plazo de la financiación del préstamo sindicado por un importe de 2.297 miles de euros. Dicho importe no tiene coste financiero. Estos gastos se vuelven a sumar a efectos del cálculo de la deuda neta.

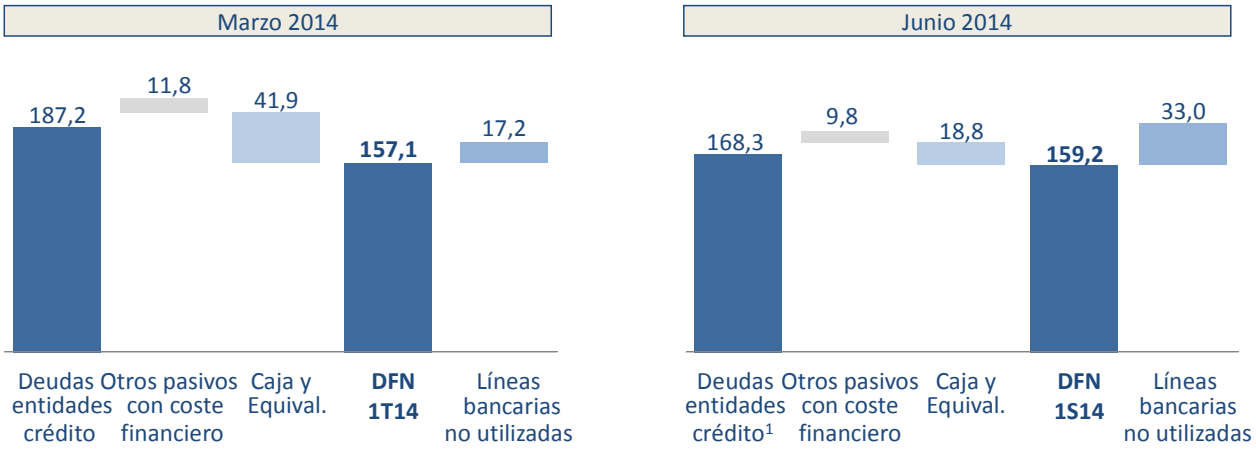
El endeudamiento a c.p. incluye deuda con entidades de crédito por 20.411 miles de euros, cuyo descenso es consecuencia de la nueva financiación del préstamo sindicado, y otros pasivos con coste financiero corrientes por 4.165 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones.

El endeudamiento a l.p. incluye: a) deuda con entidades de crédito por 147.875 miles de euros que se incrementa por efecto del citado préstamo sindicado y que incluye 2.443 miles de euros del ajuste contable por la valoración a precios de mercado ("mark to market") de los derivados del préstamo sindicado (se formalizan con varias entidades bancarias), y b) otros pasivos con coste financiero no corrientes por 5.627 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009.

Tras la firma del préstamo sindicado y con el objetivo de realizar una cobertura del tipo de interés, en marzo de 2014, VOCENTO realizó una permuta de intereses de cobertura del préstamo sindicado por un importe de 87.637 miles de euros.

Por otro lado y con el objetivo de optimizar las posiciones de efectivo y reducir el pago de intereses financieros, mediante la mejora en el "cash pooling" de VOC, se ha disminuido "caja y otro medios equivalentes" por importe de 17,5 millones de euros, reduciendo la cantidad dispuesta de la línea de crédito "revolving" (tramo B) en el mismo importe. Como consecuencia se reduce la deuda con entidades de crédito y también los intereses financieros asociados a esta línea mientras que aumentan las líneas bancarias no utilizadas. Ver detalle en el gráfico siguiente

Composición de la deuda financiera neta a jun14 vs. mar14



Para una mejor comprensión del movimiento de deuda, se analizan por separado los movimientos ordinarios y no ordinarios. Dentro de los movimientos ordinarios en 1S14, las variaciones más significativas se deben a:

(i) Variación en capital circulante de -10.674 miles de euros principalmente debido a la recuperación de saldos de clientes, el impacto en el saldo de deudores y proveedores por el cese de dos canales de TDT, a la menor actividad de Contenidos y a pagos realizados a proveedores de papel. La gestión del capital circulante (incluye variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA)) sigue siendo una de las prioridades clave en la operativa diaria de la compañía.

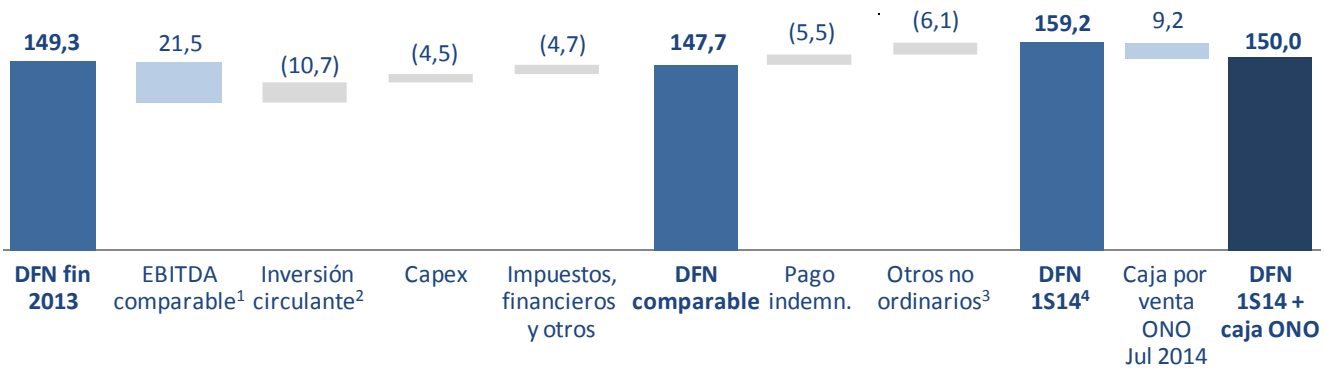
(ii) Inversiones en inmovilizado material e inmaterial: salidas de caja por un total de 4.464 miles de euros, vinculadas principalmente con la actividad digital.

Dentro de los movimientos no recurrentes:

(iii) Coste de indemnizaciones por las medidas de ajuste de personal: se producen salidas de caja en 1S14 por importe total de 5.492 miles de euros principalmente en Regionales y Corporativo.

(iv) Otros no ordinarios: incluye gastos y ajustes asociados a la constitución del préstamo sindicado, al ajuste contable (no implica salida de caja) del valor de su derivado ("mark to market"), así como, al préstamo realizado a la Fundación ABC por importe de 1.926 miles de euros.

Análisis del movimiento de deuda financiera neta 1S14-2013 (€m)



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 1S14 €-4,8m y 1S13 €-0,6m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA). Nota 3: incluye comisión de apertura, gastos asociados y efecto de los derivados del préstamo sindicado, y pagos a la Fundación ABC.

Otros pasivos corrientes

La variación en el saldo de Otros Pasivos se debe principalmente a la disminución de saldos con proveedores, debido a la menor actividad de Contenidos, tanto por televisión como por distribución de cine, y al menor saldo con proveedores de papel.

Estado de flujos de efectivo

		NIIF		
Miles de Euros	**1S14**	**1S13**	**Var Abs**	**% Var**
Resultado del ejercicio	**(4.114)**	**(8.165)**	**4.051**	**49,6%**
Ajustes resultado del ejercicio	22.496	25.438	(2.942)	(11,6%)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	**18.382**	**17.273**	**1.109**	**6,4%**
Variación capital circulante	(12.600)	(9.835)	(2.765)	(28,1%)
Otras partidas a pagar sin coste financiero	3.842	(9.827)	13.669	139,1%
Otras partidas a pagar con coste financiero	(3.028)	(4.064)	1.036	25,5%
Impuesto sobre las ganancias pagado	(513)	(820)	307	37,4%
Retenciones intereses (tesorería centralizada)	(2.012)	(476)	(1.536)	(322,7%)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	**4.072**	**(7.749)**	**11.821**	**152,5%**
Adiciones al inm. material e inmaterial	(4.464)	(4.958)	494	10,0%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y asociadas	453	110	343	311,8%
Dividendos e intereses cobrados	340	342	(2)	(0,6%)
Otros cobros y pagos (inversión)	0	0	0	n.a.
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	**(3.671)**	**(4.506)**	**835**	**18,5%**
Dividendos e intereses pagados	(10.396)	(8.544)	(1.852)	(21,7%)
Disposición/ (devolución) de deuda bancaria	(3.967)	17.770	(21.737)	(122,3%)
Otros cobros y pagos (financiación)	5	191	(186)	(97,4%)
Operaciones societarias sin coste	(1.033)	(105)	(928)	(883,8%)
Operaciones societarias con coste	(1.025)	(4.622)	3.597	77,8%
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	**(16.416)**	**4.690**	**(21.106)**	**(450,0%)**
Variación neta de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)	**(16.016)**	**(7.565)**	**(8.451)**	**(111,7%)**
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	**34.721**	**40.295**	**(5.574)**	**(13,8%)**
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	**18.706**	**32.731**	**(14.026)**	**(42,9%)**

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a 4.072 miles de euros que incluye entre otros: a) pagos relacionados con las medidas de ajuste de estructuras de personal por -5.492 miles de euros y b) variación en el capital circulante por -12.600 miles de euros que, excluyendo no ordinarios (préstamo a la Fundación ABC), asciende a -10.674 miles de euros principalmente por la ya citada disminución de saldos con proveedores, tanto vinculados a televisión como a papel.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a -3.671 miles de euros debido principalmente a la inversión en inmovilizado (ver apartado Capex).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -16.416 miles de euros, e incluye los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO por -10.396 miles de euros, así como devolución de deuda en el periodo.

Adiciones de inmovilizado material e inmaterial (Capex)

El control de las inversiones como herramienta de protección de caja es uno de los objetivos de gestión financiera de VOCENTO. Actualmente, dicha inversión está vinculada principalmente con el desarrollo de nuevas fuentes de ingresos digitales.

Detalle de CAPEX por área de negocio

NIIF (miles de euros)

	1S14			1S13			Var Abs		
	Inmat.	**Mat.**	**Total**	**Inmat.**	**Mat.**	**Total**	**Inmat.**	**Mat.**	**Total**
Periódicos	1.498	517	2.016	626	941	1.567	872	(424)	449
Audiovisual	51	37	87	614	135	748	(563)	(98)	(661)
Clasificados	135	10	145	192	14	206	(57)	(4)	(61)
Otros	6	289	295	3	278	281	3	12	15
Estructura	271	20	291	934	12	945	(662)	8	(654)
TOTAL	**1.961**	**873**	**2.834**	**2.369**	**1.379**	**3.748**	**(407)**	**(506)**	**(914)**

La diferencia entre salida de caja por inversiones en inmovilizado (4.464 miles de euros) y CAPEX contable (2.834 miles de euros) obedece principalmente a los pagos pendientes por inversiones realizadas en 2013.

Información por área de actividad

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación por área de actividad.

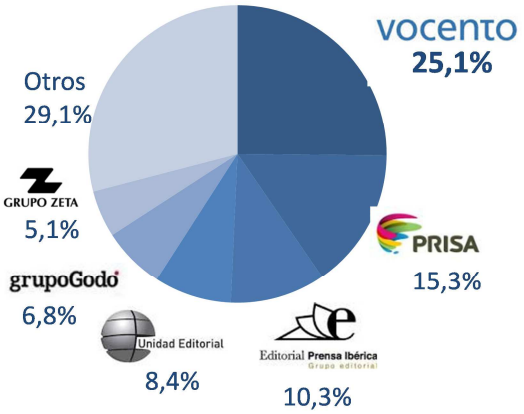
	NIIF			
Miles de Euros	**1S14**	**1S13**	**Var Abs**	**Var %**
Ingresos de Explotación				
Periódicos	208.326	217.974	(9.648)	(4,4%)
Audiovisual	28.964	36.945	(7.980)	(21,6%)
Clasificados	6.103	6.501	(398)	(6,1%)
Otros	6.875	7.674	(799)	(10,4%)
Estructura y eliminaciones	(2.007)	(2.439)	432	17,7%
Total Ingresos de Explotación	**248.261**	**266.655**	**(18.393)**	**(6,9%)**
EBITDA				
Periódicos	18.411	18.971	(560)	(2,9%)
Audiovisual	4.228	3.359	869	25,9%
Clasificados	(456)	(1.326)	870	65,6%
Otros	1.451	1.740	(289)	(16,6%)
Estructura y eliminaciones	(7.003)	(7.167)	165	2,3%
Total EBITDA	**16.632**	**15.576**	**1.056**	**6,8%**
EBITDA comparable[1]				
Periódicos	21.449	19.929	1.520	7,6%
Audiovisual	4.647	3.529	1.118	31,7%
Clasificados	(378)	(1.382)	1.004	72,6%
Otros	1.451	1.759	(309)	(17,5%)
Estructura y eliminaciones	(5.695)	(7.682)	1.986	25,9%
Total EBITDA comparable	**21.473**	**16.154**	**5.319**	**32,9%**
EBIT				
Periódicos	10.371	10.027	344	3,4%
Audiovisual	1.407	(794)	2.201	277,2%
Clasificados	(981)	(2.035)	1.054	51,8%
Otros	943	1.159	(217)	(18,7%)
Estructura y eliminaciones	(7.371)	(7.568)	196	2,6%
Total EBIT	**4.369**	**790**	**3.579**	**453,0%**
EBIT comparable[1 2]				
Periódicos	13.419	10.977	2.442	22,2%
Audiovisual	1.791	(670)	2.461	367,5%
Clasificados	(903)	(2.090)	1.187	56,8%
Otros	943	1.132	(189)	(16,7%)
Estructura y eliminaciones	(6.064)	(8.082)	2.019	25,0%
Total EBIT comparable	**9.187**	**1.267**	**7.920**	**625,3%**

[1] *Excluye costes medidas de ajuste de personal 1S14 -4.842 miles de euros y -578 1S13 miles de euros.*
[2] *Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1S14 24 miles de euros 1S13 101 miles de euros.*

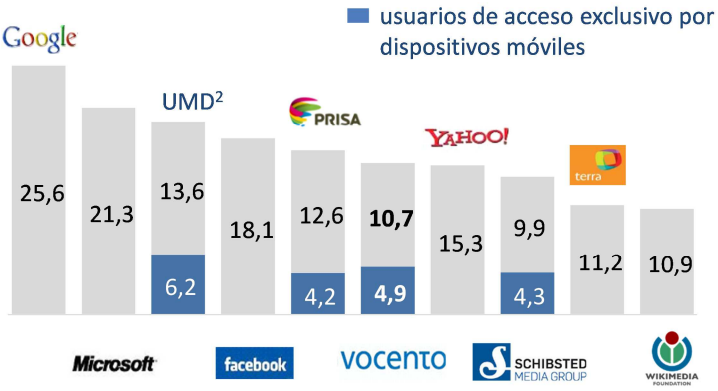
Periódicos (incluye actividad offline y online)

VOCENTO consolida su liderazgo indiscutible en prensa de información general por difusión con una cuota del 25,1%[10] (35,7% incluyendo la difusión de los asociados por la Tarifa Única 3.0), casi 10 puntos porcentuales por delante del siguiente grupo de comunicación, por audiencia (según 2ª ola acumulada 2014 EGM, cerca de 2,6 millones de lectores), y por audiencia en Internet (más de 15 millones de usuarios únicos mensuales según comScore, mayo 2014).

Cuota de difusión ordinaria[10]



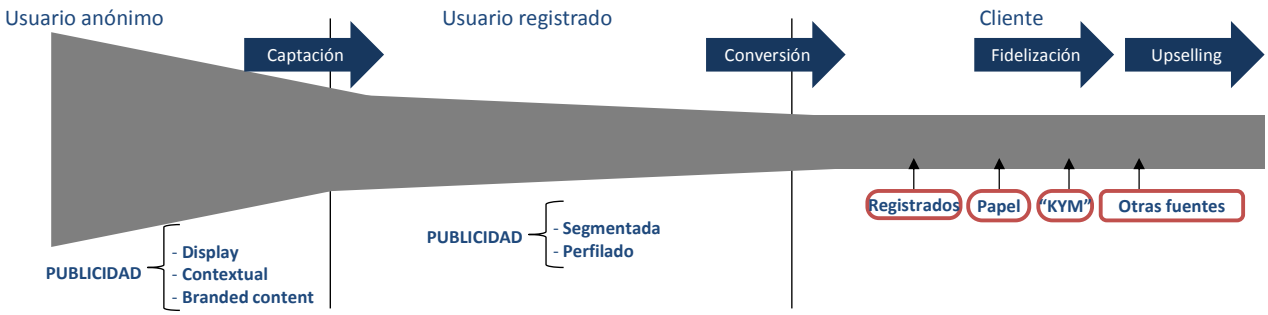
Ranking de audiencia en Internet[11]



La transformación en los hábitos de consumo de noticias y la continua evolución de nuevos soportes tecnológicos favorecen el creciente consumo de contenidos a través de dispositivos de movilidad. Este cambio supone una doble oportunidad para VOCENTO como ocasión para acceder a nuevas audiencias y como puerta para acceder a nuevos modelos de negocio complementarios.

En este sentido, VOCENTO trabaja en diferentes iniciativas estratégicas que tienen como objetivos: a) profundizar en el conocimiento y comportamiento del usuario (a través de lo que se conoce como Big Data que hace referencia a la captura, el almacenado, búsqueda, compartición, análisis y visualización de grandes conjuntos de datos). En esta línea, la compañía ha desarrollado la plataforma MDM (Master Data Management) que permite una visión unificada del usuario independientemente de la plataforma de acceso (usuario registrado vía papel, digital u operaciones de e-commerce) y b) gestionar la publicación multipantalla con "mobile first" como principal motor, debido a que, cada vez más, los accesos a Internet se realizan a través de los teléfonos móviles o las tabletas.

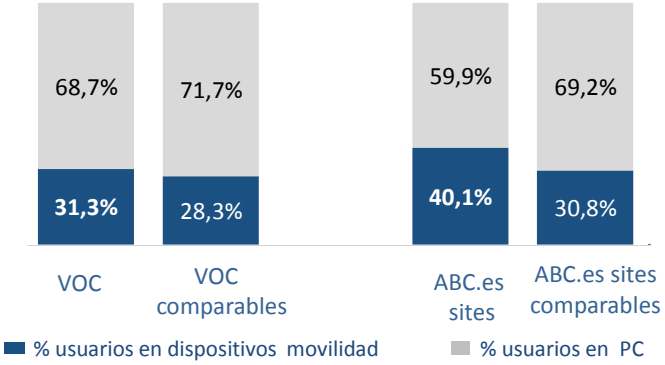
Explotación del comportamiento del usuario y la transformación digital



[10] *Fuente OJD. Datos no auditados. Difusión ordinaria incluye venta en quiosco y suscripciones individuales.*
[11] *Fuente comScore mayo 2014.*

Esta realidad se pone de manifiesto en el perfil de usuarios únicos del sector de medios de comunicación, donde se incrementa el peso de los usuarios únicos desde dispositivos de movilidad (como tablets y teléfonos móviles). VOCENTO está por delante de sus comparables, tanto a nivel grupo, como en concreto en ABC sites.

Mayor peso de usuarios "móvil" en VOC que comparables[12]



A este movimiento de las audiencias, dan respuesta también los anunciantes. Según i2p, en el primer semestre de 2014 la inversión publicitaria en Internet representaba el 11% del total, cerca de 208,4 millones de euros.

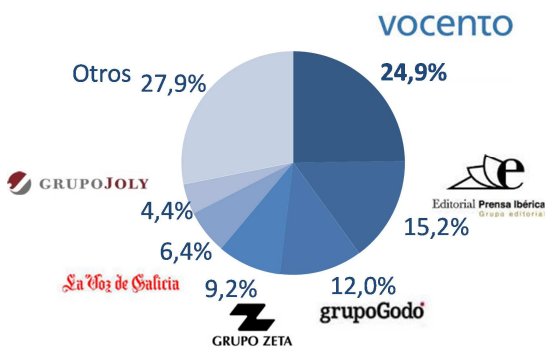
Periódicos Regionales

Este segmento comprende 11 cabeceras regionales y sus respectivos 11 portales locales, el negocio regional de Impresión, la actividad de Distribución, y otros negocios como las comercializadoras locales de publicidad y otras participadas.

VOCENTO es el líder indiscutible en los mercados regionales en España por el arraigo y excelente posicionamiento de sus 11 cabeceras regionales: El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, El Norte de Castilla, La Verdad, Ideal, Las Provincias, Sur, El Comercio, Hoy y La Rioja. La notoriedad de cada una de las cabeceras, algunas de ellas con más de 100 años de antigüedad, su elevado reconocimiento local y la fuerte vinculación con el territorio donde se editan, las sitúa como claro referente en sus mercados.

Las cabeceras regionales de VOCENTO mantienen su liderazgo en términos de difusión en el primer semestre de 2014, alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 24,9%[13], siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 15,2%.

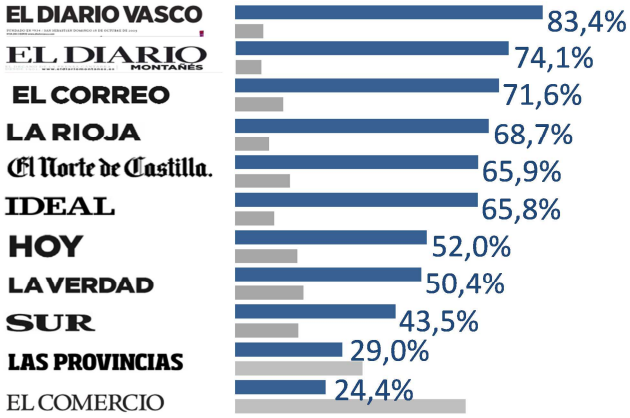
Cuota de difusión prensa regional 1S14



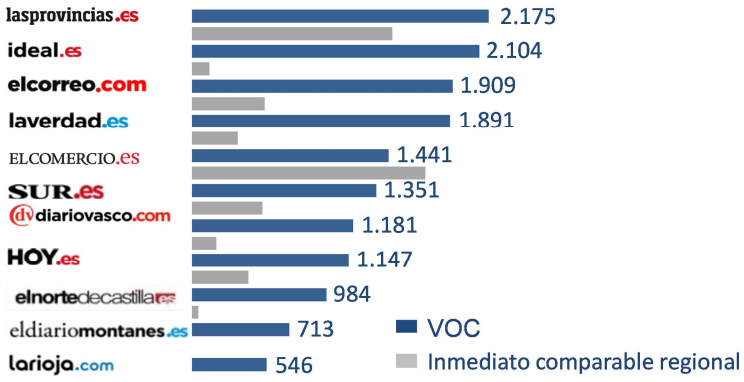
[12] *Fuente comScore MMX Multiplataforma may14. Como comparables de Vocento se incluye a Prisa y a UMD (Unidad Editorial, Zeta y Prensa Ibérica). Como comparables de ABC.es Sites se utilizan El País Sites y El Mundo.es Sites.*
[13] *Fuente OJD enero-junio 2014. Datos no auditados.*

En cuanto a la audiencia en prensa, las cabeceras regionales se mantienen como líderes tanto en el soporte offline (más de 2[14] millones de lectores, 0,7m lectores sobre el siguiente grupo de prensa regional), como en online, donde alcanzan una audiencia de 15[15] millones de usuarios únicos mensuales. Asimismo, cada uno de los once portales líder en audiencia en su mercado de referencia, con la excepción de El Comercio Digital.

Cuota difusión área influencia por cabecera[16] (%)



Audiencia portales locales (millones u.u.m.)[17]



Durante el primer semestre de 2014, el principal objetivo sigue siendo reforzar el liderazgo de los periódicos, independientemente del dispositivo utilizado, seguir invirtiendo en la calidad de los contenidos como herramienta de diferenciación respecto a terceros, y ganar nuevas audiencias e ingresos. Entre dichos ingresos, y para su captación se trabaja en tres líneas principalmente:

- Refuerzo de las iniciativas de e-commerce, Oferplan, Ticketing o Guapabox: en los tres casos la evolución es positiva, tanto por hitos ya alcanzados como la entrada en rentabilidad de Guapabox como por las expectativas de negocio y de captación nuevos clientes
- Estrategias publicitarias para mejorar el ingreso proveniente de los inventarios publicitarios digitales (que a su vez facilite el control sobre la tarifa publicitaria online)
- Transformación digital para el mejor posicionamiento y percepción de nuestras cabeceras: durante este primer semestre, se ha realizado un importante rediseño de las ediciones digitales que permite, entre otros, nuevas posiciones comerciales, mientras que se sigue profundizando tanto en el desarrollo de secciones y contenidos hiper-locales, como en el análisis del potencial pago de contenido editorial digital selectivo.

En cuanto a la rentabilidad, VOCENTO sigue avanzando en la optimización de procesos y recursos, sin afectar a la calidad del producto editorial.

Periódico Nacional - ABC

ABC es la cabecera nacional de VOCENTO y cuenta con más de 110 años de historia. ABC concentra sus esfuerzos en seguir siendo uno de los diarios nacionales de referencia, a la vez que refuerza su presencia multisoporte: ABC prensa + ABC en Kiosco y Más (con una mejora en sus contenidos editoriales) + ABC.es, con el apoyo derivado del acuerdo de emisión en cadena con COPE (ver apartado de Radio). Esta

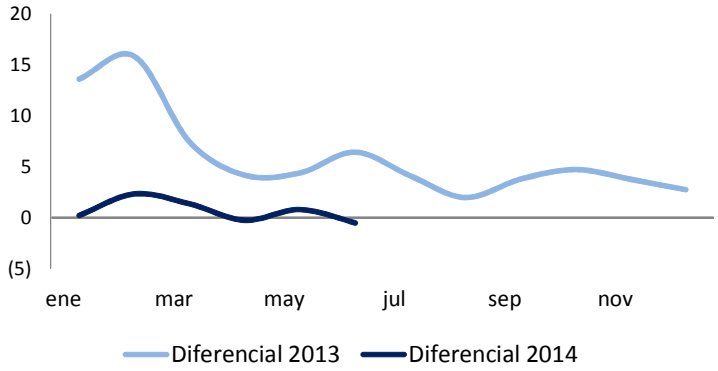
[14] *Fuente EGM 2ª ola acumulada 2014.*
[15] *Fuente: comScore MMX Multiplataforma mayo 2014. Total de audiencia como agregado de audiencias de los once Portales Locales.*
[16] *Fuente OJD enero-junio 2014. Datos no auditados. Cuota del competidor en gris.*
[17] *Fuente: comScore MMX Multiplataforma mayo 2014. Cuota del competidor en gris.*

combinación de soportes permite el desarrollo de sinergias editoriales y la captación de nuevas audiencias "digitales" con el objetivo de, tras alcanzar la rentabilidad, facilitar la mejora en EBITDA.

(i) Difusión ordinaria en España, que incluye venta en quiosco y suscripciones individuales, ABC continúa reduciendo su distancia frente al segundo operador de prensa generalista en España, El Mundo, hasta los 10 miles de ejemplares en comparación con 34 miles en mismo periodo enero-junio 2013 (ver gráfico en página 6).

(ii) Difusión en quiosco en la Comunidad de Madrid, la principal plaza en prensa nacional, donde el ABC ya es número dos.

ABC vs. El Mundo en difusión en quiosco en la Comunidad de Madrid.
Evolución ventas en quiosco (datos en miles)



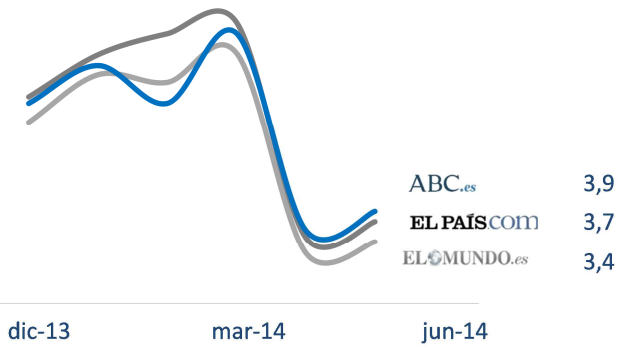
Nota 1: fuente datos internos.

(iii) Difusión ordinaria en domingos. día de la semana con mayor venta, ABC ya supera a El Mundo con un diferencial positivo de 9.979 ejemplares (183.902 ejemplares de ABC vs. 173.923 miles de ejemplares El Mundo), cuando en 1S13 el diferencial era negativo de 24.767 ejemplares.

Destacar que ABC sigue centrando parte de sus esfuerzos en la difusión de calidad y rentable, reduciendo de forma controlada la difusión no ordinaria. Tras la disminución realizada en los últimos años, según datos a 1S14, la proporción de difusión no ordinaria sobre total difusión en el caso del ABC es del 89,5%, mientras que la media de los comparables se sitúa en 79,5%, concretamente El Mundo 84,8% y La Razón 74,2%.

Igualmente, en términos digitales, abc.es sigue ganando cuota digital y fortaleciendo su posición, y alcanza cerca de 10 millones de usuarios únicos mensuales. Destacar que, de estos, cerca de 4 millones provienen exclusivamente de móviles, lo que pone en valor el perfil de la audiencia de ABC.

Evolución usuarios únicos dispositivos móviles (m. u.u.m[18])



[18] *Fuente: comScore MMX Multiplataforma.*

En el primer semestre de 2014, en base al objetivo de incrementar su rentabilidad, se han desarrollado diferentes acciones: i) compensar los ingresos de circulación mediante el incremento de precios de cabecera (realizado en el mes de enero de 2014, tanto en lunes-viernes (de €1,3 a €1,4), como en domingos (de €2,5 a €2,8), ii) mantenimiento de la apuesta por la difusión de calidad cerrando aún más el diferencial con su inmediato competidor, compatible con una mayor optimización del esfuerzo en promociones, iii) profundizar y avanzar en las nuevas líneas de ingresos, como ABC en Kiosko y Más, buscando el crecimiento rentable de los usuarios en la plataforma, d) mejorar la oferta en dispositivos de movilidad tanto por la vía de contenidos como de productos como Oferplan, y e) continuar con las medidas de ahorro que permitan mantener los niveles de EBITDA positivo mencionados.

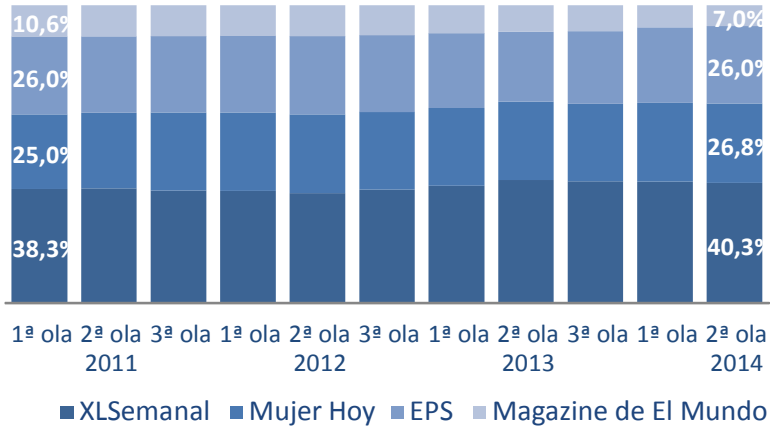
Suplementos y Revistas

VOCENTO edita los dos suplementos líderes en el ranking de audiencia de suplementos en España: XL Semanal y Mujer Hoy. El suplemento dominical más leído en España es XL Semanal, seguido de Mujer Hoy, revista femenina líder también en su categoría. La calidad de sus firmas y su rigurosa apuesta informativa son, sin duda, parte importante de su éxito y de su posición diferencial respecto a los principales comparables. Asimismo, los suplementos se distribuyen con todos los periódicos de Vocento durante el fin de semana así como con otros diarios regionales de reconocido prestigio.

Las Revistas y Suplementos de VOCENTO alcanzan una audiencia combinada de 4,1 millones de lectores, con un claro liderazgo de XL Semanal (2,3 millones de lectores; cerca de 1 millón de lectores sobre su inmediato competidor; fuente: 2ª ola acumulada 2014 EGM) y Mujer Hoy (con 1,5 millones de lectores).

Es destacable la continua mejora de posicionamiento de VOC en los últimos años pasando de una cuota combinada (XL Semanal+ Mujer HOY) de audiencia dentro del top4, tal y como se observa en el gráfico siguiente:

Cuota de audiencia de los principales suplementos en España[19]



Por el lado digital, Mujerhoy.com con 1,2[20] millones de usuarios únicos alcanza #4 en su categoría.

En términos publicitarios y según datos internos, ambos suplementos siguen ganando cuota de mercado. En el caso de los dominicales y con un entorno publicitario debilitado, XL Semanal obtiene un +3,2 p.p.; en el caso de los femeninos, dentro de un mercado publicitario para el segmento estabilizado, la mejora de cuota alcanza los +26,0 p.p. con datos de los cinco primeros meses de 2014.

[19] *Fuente: EGM olas acumuladas. Cuota calculada sobre audiencias con duplicidades. En total VOC suma de dos suplementos*
[20] *Fuente: MMX Multiplataforma mayo 2014.*

Mujer Hoy se mantiene como segundo suplemento más leído, y sigue siendo el femenino líder en su categoría en un mercado cada vez más competitivo. Con motivo de sus 15 años de vida, el suplemento ha llevado a cabo un importante rediseño así como un incremento de su apuesta editorial con más páginas y mayor número de contenidos editoriales.

Hoy Corazón, sin competencia en el mercado de suplementos de pago de fin de semana, es una revista dedicada a cubrir la actualidad de los famosos y cuenta con gran aceptación por sus lectores. A principios de año, pasó a distribuirse con La Voz de Galicia mejorando así su cobertura y reconocimiento nacional.

En el ámbito de la información económica, Inversión y Finanzas es la revista semanal líder de venta en quiosco (51 mil lectores según 2ª ola acumulada EGM 2014), y cubre con rigor y seriedad el análisis bursátil y económico de la actualidad. Durante el primer semestre de 2014, se están desarrollando nuevas iniciativas e-commerce, como Guapabox, incrementando la actividad en diversos foros con el objetivo de incrementar las nuevas fuentes de ingresos así como mantener el criterio de racionalidad en costes sin reducir la calidad del contenido editorial.

Impresión y Distribución

La actividad de Medios Impresos está respaldada por los negocios de Impresión y Distribución.

En el área de Impresión, la compañía sigue centrada en la mejora de la rentabilidad que se consigue por el mejor aprovechamiento de los recursos técnicos que permitan la mejora en la calidad de impresión y la disminución de los costes unitarios.

En el negocio de la Distribución, y con el objetivo puesto nuevamente en mejora de procesos y márgenes, VOCENTO busca ahorros a través de la automatización de tareas manuales, el control punto a punto de la distribución de periódicos, y la optimización de la estructura y de los puntos de venta con criterios económicos.

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Periódicos.

Periódicos (incluye actividad offline y online)

		NIIF		
Miles de Euros	**1S14**	**1S13**	**Var Abs**	**Var %**
Ingresos de Explotación				
Regionales	147.138	152.210	(5.072)	(3,3%)
ABC	57.073	61.655	(4.581)	(7,4%)
Suplementos y Revistas	15.419	16.274	(855)	(5,3%)
Eliminaciones	(11.304)	(12.165)	861	7,1%
Total Ingresos de Explotación	**208.326**	**217.974**	**(9.648)**	**(4,4%)**
EBITDA				
Regionales	16.622	18.705	(2.082)	(11,1%)
ABC	1.032	(301)	1.333	443,2%
Suplementos y Revistas	757	567	190	33,5%
Total EBITDA	**18.411**	**18.971**	**(560)**	**(2,9%)**
EBITDA comparable[1]				
Regionales	19.493	19.445	47	0,2%
ABC	1.082	(298)	1.380	463,4%
Suplementos y Revistas	874	781	93	11,9%
Total EBITDA comparable	**21.449**	**19.929**	**1.520**	**7,6%**
EBIT				
Regionales	11.853	13.584	(1.731)	(12,7%)
ABC	(2.044)	(3.943)	1.899	48,2%
Suplementos y Revistas	562	386	176	45,5%
Total EBIT	**10.371**	**10.027**	**344**	**3,4%**
EBIT comparable[1 2]				
Regionales	14.734	14.317	417	2,9%
ABC	(1.994)	(3.940)	1.946	49,4%
Suplementos y Revistas	679	600	79	13,2%
Total EBIT comparable	**13.419**	**10.977**	**2.442**	**22,2%**

Nota: Las principales eliminaciones se producen: a) por las ventas de suplementos (XL Semanal, Mujer Hoy y Hoy Corazón) que TESA realiza a la Prensa Regional y a ABC, b) por los ingresos derivados de la distribución de Beralán con ABC, y c) los trabajos de impresión de las imprentas locales para ABC.

[1] *Excluye medidas de ajuste 1S14 -3.038 miles de euros y 1S13 -958 miles de euros.*
[2] *Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1S14 -10 miles de euros y 1S13 8 miles de euros.*

Ingresos de Explotación: asciende a 208.326 miles de euros en el primer semestre de 2014, un descenso del -4,4% como consecuencia principalmente de las menores ventas de ejemplares de Regionales y del menor esfuerzo en promociones realizado en ABC.

Ventas de ejemplares: asciende a 103.725 miles de euros (-4,2%).

Los ingresos por venta de ejemplares de la Prensa Regional descienden en 1S14 un -5,4% debido a una caída de la difusión en el periodo del -7,1%. El incremento generalizado de los precios de cabecera en sábados y domingos en gran parte de los periódicos regionales permite suavizar la tendencia.

En ABC, los ingresos por venta de ejemplares descienden un -0,7%, como consecuencia del incremento de precios en el mes de enero, de lunes a viernes de €1,3 a €1,4 y en domingo de €2,5 a €2,8. ABC alcanza un

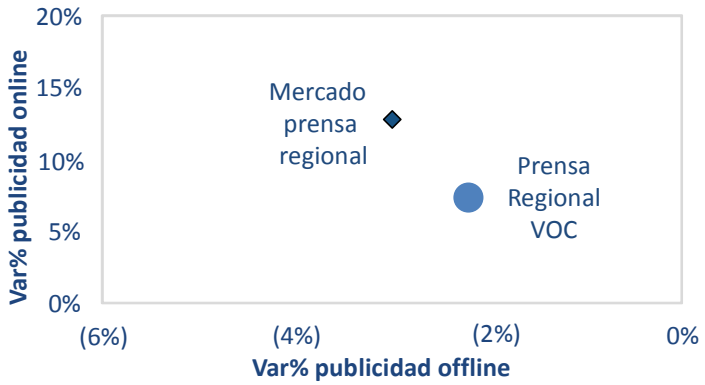
promedio de difusión en 1ST4 de 133.038 ejemplares diarios, una caída del -7,7% vs. -10,6% del mercado de prensa nacional (ver análisis de difusión en páginas 18-19).

Por último, la evolución de los ingresos por venta de ejemplares en Suplementos y Revistas (-7,5%) es resultado de la menor difusión de los diarios con los que se distribuyen los suplementos.

Ventas de Publicidad: ascienden a 71.375 miles de euros, -2,1% en comparación con 1S13. Los periódicos regionales y ABC con una caída del -1,7% y vuelven a registrar un mejor comportamiento publicitario que el mercado en prensa e Internet. Las marcas en offline caen un -3,5% y crecen en online +8,6% en comparación con un -5,5% y un +3,8% del mercado, respectivamente, según i2p (ver gráfico en página 6).

Los Regionales alcanzan ventas de publicidad de 45.956 miles de euros, -1,1% vs. 1S13, observándose un mejor comportamiento de la publicidad regional en local que en la nacional.

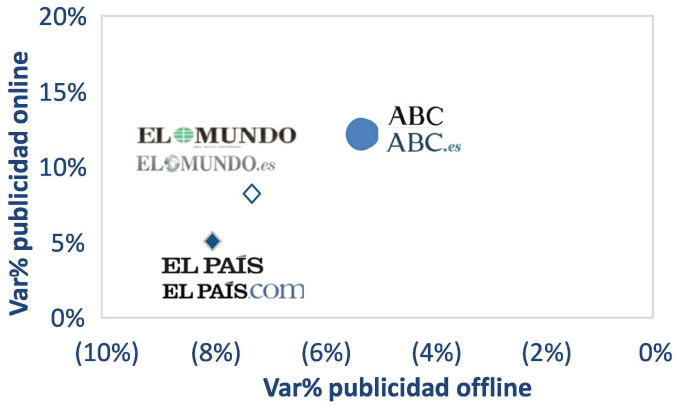
Ingresos publicidad bruta de VOC Regionales y comparables ene-may14[1] (%))



Nota 1: datos internos. Publicidad bruta de prensa.

En ABC, los ingresos por publicidad descienden un -3,9% en 1S14, compensándose en parte el deterioro de las ventas de publicidad offline del -7,4% con el crecimiento publicitario en ABC.es del +13,8%.

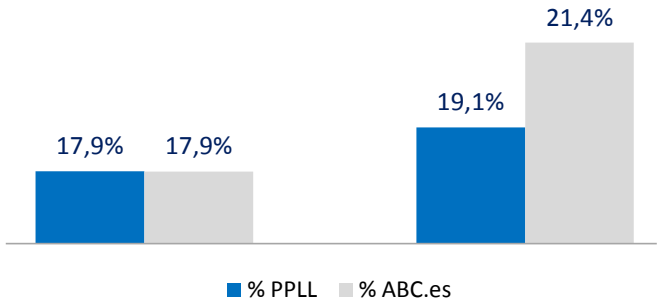
Ingresos publicidad bruta de ABC y comparables ene-may14[1] (%)



Nota 1: datos internos. Datos de publicidad brutos.

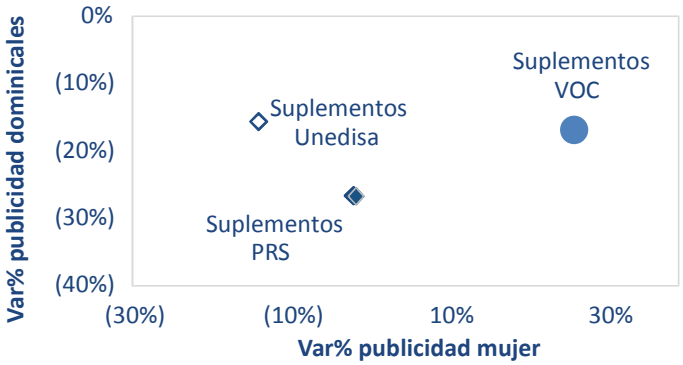
La paulatina incorporación del modelo complementario digital se sigue reflejando en el creciente peso de los ingresos digitales, tanto en los Regionales (19,1% +1,2 p.p.), como en ABC (21,4%, +3,5 p.p.).

Peso de negocio digital (publicidad + otros ingresos/e-commerce)
sobre ingresos (publicidad + otros ingresos/e-commerce) en las marcas de VOC (%)



Por su parte, los ingresos de publicidad de Suplementos y Revistas descienden un -3,8% en comparación con el mercado -9,2%. Destaca especialmente la evolución del suplemento femenino de los sábados, Mujer hoy, que refleja tanto un incremento de inversión del anunciante, especialmente de los sectores de alta gama (belleza y moda), como la mejora de cuota resultado a su vez del rediseño y mejora del producto.

Ingresos publicidad bruta de Suplementos dominicales y femeninos ene-may 2014[1] (%)



Nota 1: datos internos. Datos de publicidad brutos.

Otros Ingresos: ascienden a 33.227 miles de euros, -9,8%, reflejo principalmente del menor esfuerzo en promociones en ABC.

EBITDA comparable[21]: asciende a 21.449 miles de euros, una mejora de +1.520 miles de euros.

Evolución del EBITDA comparable y publicidad Periódicos 1S14 (€m)

	EBITDA comparable			Publicidad
(NIIF Miles de Euros)	**1S14**	**1S13**	**Var Abs**	**Var Abs[1]**
Regionales	19.493	19.445	47	(493)
ABC	1.082	(298)	1.380	(768)
Suplementos y Revistas	874	781	93	(262)
Total	**21.449**	**19.929**	**1.520**	**(1.509)**

Nota 1: la cifra total de publicidad incluye eliminaciones del área.

El margen neto variable de la venta de ejemplares de ABC y los periódicos regionales (ingresos por venta de ejemplares menos costes directos asociados de impresión, distribución, marketing y aprovisionamientos) mejoró en +100 miles de euros vs. 1S13.

[21] *Excluye medidas de ajuste 1S14 -3.038 miles de euros y 1S13 -958 miles de euros*

El impacto combinado de la reducción de costes variables vinculados a la operativa y las medidas de eficiencia se refleja en una disminución de los costes comparables del -5,6%[22], tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Evolución de los costes comparables Periódicos 1S14 (€m)

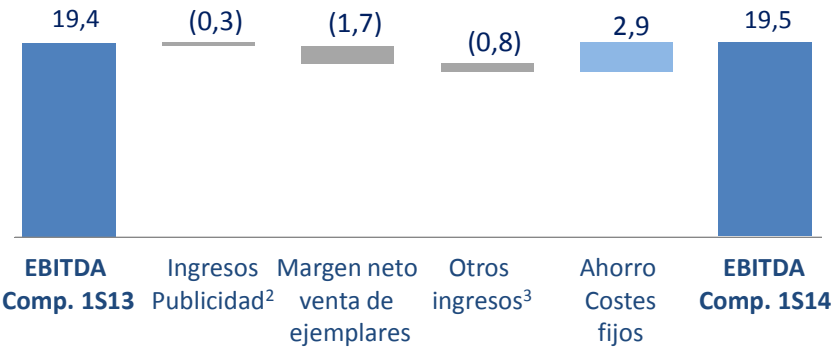
Costes operativos comp. (miles de euros)	1S14	1S13	Var Abs	Var %
Regionales	(127.645)	(132.765)	(5.120)	(3,9%)
ABC	(55.992)	(61.952)	(5.961)	(9,6%)
Suplementos y Revistas	(14.544)	(15.493)	(948)	(6,1%)
Eliminaciones	11.304	12.165	861	7,1%
Total	**(186.877)**	**(198.045)**	**(11.168)**	**(5,6%)**

(i) Regionales: EBITDA comparable de 19.493 miles de euros, manteniéndose en niveles de 1S13 (variación +47 miles de euros), con una reducción de costes de -5.120 miles de euros. El margen EBITDA comparable 1S14/13 incrementa en +0,5 p.p. hasta 13,2%.

Los principales ahorros se explican por la mejora del margen de promociones, debido a la reducción de las mismas, su optimización y el ahorro en costes fijos, principalmente vinculados a costes de personal. El margen neto por venta de ejemplares se deteriora en el trimestre por la menor difusión, aunque sigue dando un retorno positivo importante. La caída de otros ingresos está vinculada principalmente a menores ingresos en la distribución e impresión de terceros.

Regionales: evolución del EBITDA comparable[1]

Var abs. Ingresos y EBITDA comparable en millones de euros



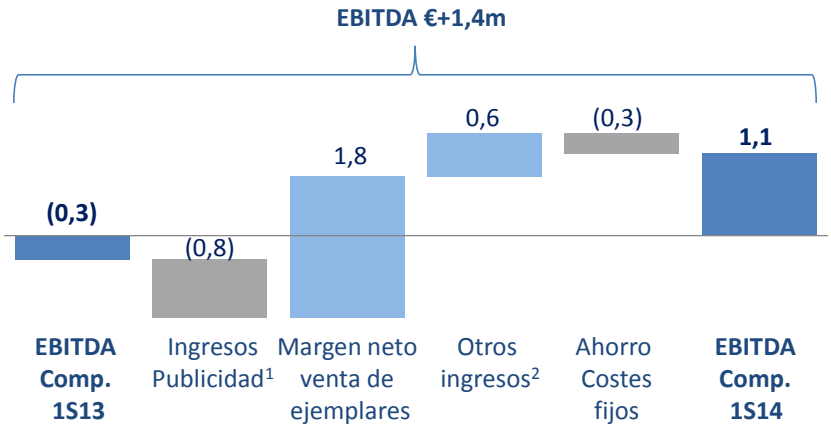
Nota 1: excluye reestructuración 1S13 €-0,7m y medidas de ajuste de personal 1S14 €-2,9m. Nota 2: actividad editora, digital. Nota 3: incluye entre otros, publicidad de Otras participadas, venta de ejemplares de la distribuidora y margen de promociones

(ii) ABC: mejora en EBITDA comparable en 1S14 de +1.380 miles de euros, hasta 1.082 miles de euros, por una la mejora del margen neto por venta de ejemplares en +1.847 miles de euros y por la mejora del margen de promociones, como se puede observar en la siguiente página:

[22] *Excluye medidas de ajuste 1S14 -3.038 miles de euros y 1S13 -958 miles de euros.*

Perímetro marca ABC: evolución del EBITDA comparable

Var abs. Ingresos y EBITDA comparable en millones de euros



Nota 1: actividad editora, digital. Nota 2: incluye entre otros, el margen de promociones

(iii) Suplementos y Revistas: alcanza un EBITDA comparable de 874 miles de euros vs. 781 miles de euros en 1S13, siendo más que compensado el impacto de la caída de ingresos con reducción de costes. El margen EBITDA comparable del área se incrementa en 0,9 p.p. hasta el 5,7%.

Audiovisual

VOCENTO tiene presencia en el mercado audiovisual a través de una licencia nacional de televisión, licencias en televisión autonómica, una red de licencias de radio, de la participación en productoras de contenidos y explotación de un catálogo de derechos de películas.

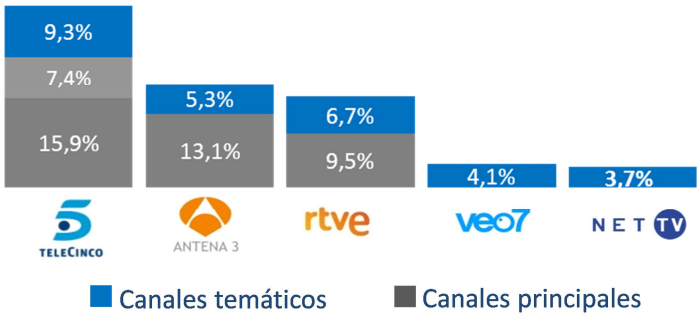
Televisión

VOCENTO, a través de su participación del 55% en el capital social de Sociedad Gestora de Televisión Net TV S.A. ("NET TV"), comparte accionariado con Grupo Intereconomía (25% de NET TV) y The Walt Disney Company Iberia, S.L. (20% de NET TV), y es uno de los cuatro operadores privados que cuenta con una licencia de TDT Nacional de televisión en abierto. Tras la decisión del Gobierno de cerrar nueve canales de TDT (Televisión Digital Terrestre), se ha procedido al fin de la emisión de los canales Intereconomía y MTV, manteniéndose la actividad en Disney Channel y Paramount Channel. De esta forma, VOCENTO está presente en la televisión de nicho con socios internacionales y líderes mundiales en entretenimiento que garantizan el negocio de NET TV en el medio y largo plazo.

El conjunto de los canales operativos, cerraron el mes de junio 2014 con una audiencia del 3,7%[23]. Este posicionamiento en televisión permite a VOCENTO tener menor exposición al ciclo, a la vez que contribuye al objetivo de rentabilidad global del Grupo.

[23] *Fuente: Kantar Media junio 2014. No incluye canales TDT de pago*

Cuota de audiencia por familia de canales junio 2014 (%)



Fuente: Kantar media

Radio

Como respuesta al adverso entorno macroeconómico y publicitario, y enmarcado en el Plan de Eficiencia de VOCENTO (ver Hecho Relevante del 19 de diciembre de 2012), se alcanzó un acuerdo de asociación de emisoras con la Cadena COPE, que fue autorizado por la Comisión Nacional de Competencia (CNC) el pasado 15 de marzo de 2013.

A la fecha actual, todo el proceso de integración y de implementación del proyecto ha sido realizado con éxito. Los impactos positivos del acuerdo se empezaron a materializar en el segundo trimestre de 2013, por lo que el ejercicio 2014 es el primero cuya cuenta de resultados es consecuencia íntegramente de este acuerdo.

La alianza entre ambos grupos de comunicación se concreta en un acuerdo estratégico entre la Cadena COPE y el Diario ABC con el objetivo de reforzar una línea editorial compartida y la defensa de los mismos valores. La valoración por ambas partes sigue siendo muy positiva y la consolidación del proyecto en 2014 es clara.

El acuerdo supone la asociación de las emisoras propiedad de Vocento, integradas en la cadena ABC Punto Radio, con las emisoras que componen la red de la Cadena COPE. Asimismo, los boletines informativos de la Cadena COPE introducen el reclamo “con la fuerza de ABC”, que vincula las marcas COPE y ABC. Además, VOCENTO designa al Coordinador de Informativos y presentador del Informativo de la mañana y del mediodía. Los programas, comunicadores y contenidos editoriales de la Cadena COPE son además objeto de una especial atención en las páginas del Diario ABC.

La alianza estratégica recoge también la presencia de periodistas y colaboradores del diario ABC en los principales programas informativos y de opinión de la Cadena COPE y el seguimiento de ambas redacciones en los temas de interés común. Para ello, se ha creado un Comité Editorial formado por representantes de ambos medios.

De igual forma, los dos grupos de comunicación han integrado los diferentes portales de la cadena de radio (COPE, Cadena 100 y Rock FM) en el portal de ABC para así reforzar a ambos medios en el competitivo mercado de la información en la red.

Producción Audiovisual y Distribución-Veralia

La presencia de VOCENTO en el sector de producción audiovisual (producción de programas de entretenimiento y ficción y distribución de películas) se configura en torno a: a) Veralia Contenidos, holding de producción audiovisual que agrupa las marcas de BocaBoca Producciones, Europroducciones (con presencia en Italia a través de su filial Europroduzione Italia) y Hill Valley, y b) Veralia Cine que posee un catálogo de derechos de 244 títulos.

- Las productoras de Veralia en la actualidad tienen entre desarrollo, preproducción, producción y emisión diversos formatos, entre los que destaca, “21 días” y “Conexión Samanta” (Cuatro “Contigo Aprendí” (a emitir en varias Autonómicas), “A Tu Vera” (Castilla la Mancha TV) y “Guiness World Records” (Canale5, Italia). En cuanto a programas emitidos en los últimos meses, también destaca la gala de fin de año de TVE con los Morancos “La Puerta del Tiempo” y la mini-serie “Rescatando a Sara” en Atresmedia.

  El actual entorno del mercado de televisión no sólo está afectado por la crisis publicitaria, sino por la elevada volatilidad de las audiencias y la reducción en el número de operadores, que incrementa la presión tanto en la demanda como en el precio de las producciones y que, ha afectado tanto a la facturación como a los márgenes de producción de todo el sector de producción audiovisual y, por tanto, a éste área de Vocento.

  Ante esta situación, Veralia opta, entre otras iniciativas, por la internacionalización de sus producciones. Así, el formato “21 días” ha sido sucesivamente adaptado en Holanda, Italia o Francia, y más recientemente en Canadá y Chile. Adicionalmente, se han firmado acuerdos con varias grupos internacionales para comercializar nuevos formatos en el mercado español e italiano.

- En el área de distribución de películas, Veralia Cine, tras el acuerdo alcanzado en 2013 con los socios minoritarios de Veralia a través del cual Vocento se libera de las obligaciones contraídas respecto de adquisiciones de nuevas películas manteniendo en cambio la explotación del catálogo histórico, ha dotado al área una muy inferior volatilidad en sus resultados así como una mayor rentabilidad y ausencia de CAPEX.

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Audiovisual.

	NIIF			
Miles de Euros	**1S14**	**1S13**	**Var Abs**	**Var %**
Ingresos de Explotación				
TDT	18.437	24.896	(6.459)	(25,9%)
Radio	2.011	1.666	344	20,7%
Contenidos	8.734	10.609	(1.875)	(17,7%)
Eliminaciones	(218)	(227)	9	3,9%
Total Ingresos de Explotación	**28.964**	**36.945**	**(7.980)**	**(21,6%)**
EBITDA				
TDT	1.371	3.993	(2.622)	(65,7%)
Radio	1.042	(1.336)	2.379	178,0%
Contenidos	1.815	702	1.112	158,4%
Total EBITDA	**4.228**	**3.359**	**869**	**25,9%**
EBITDA comparable[1]				
TDT	1.372	4.012	(2.640)	(65,8%)
Radio	1.155	(1.216)	2.371	195,0%
Contenidos	2.120	734	1.386	189,0%
Total EBITDA comparable	**4.647**	**3.529**	**1.118**	**31,7%**
EBIT				
TDT	1.222	3.809	(2.587)	(67,9%)
Radio	1.068	(1.498)	2.566	171,3%
Contenidos	(884)	(3.105)	2.222	71,5%
Total EBIT	**1.407**	**(794)**	**2.201**	**277,2%**
EBIT comparable[1 2]				
TDT	1.223	3.828	(2.605)	(68,1%)
Radio	1.147	(1.448)	2.595	179,2%
Contenidos	(578)	(3.050)	2.471	81,0%
Total EBIT comparable	**1.791**	**(670)**	**2.461**	**367,5%**

Nota: Las eliminaciones se producen por la venta de programas de las productoras a la TDT Nacional y a la Radio.
Nota: el EBIT y EBIT comparable de Contenidos incluye la amortización del fondo de comercio asignado al catálogo de películas de Tripictures en 1S14 por 1.004 miles de euros y en 1S13 por 1.202 miles de euros.

[1] Excluye medidas de ajuste 1S14 -419 miles de euros y 1S13 -170 miles de euros
[2] Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1S14 por 34 miles de euros y 1S13 por 46miles de euros.

Ingresos de Explotación: alcanza 28.964 miles de euros, -21,6% debido a cambios en el perímetro: i) descenso en ingresos en TDT del -25,9% por el cese de la emisión de dos canales en la TDT nacional, MTV e Intereconomía y ii) menor facturación en la distribución de cine (área de Contenidos) como resultado de la transmisión a un tercero de parte del negocio a finales de 2013.

EBITDA comparable[24]: 4.647 miles de euros con una mejora de 1.118 miles de euros sobre 1S13, con todas las divisiones en positivo pese a los cambios en perímetro mencionados:

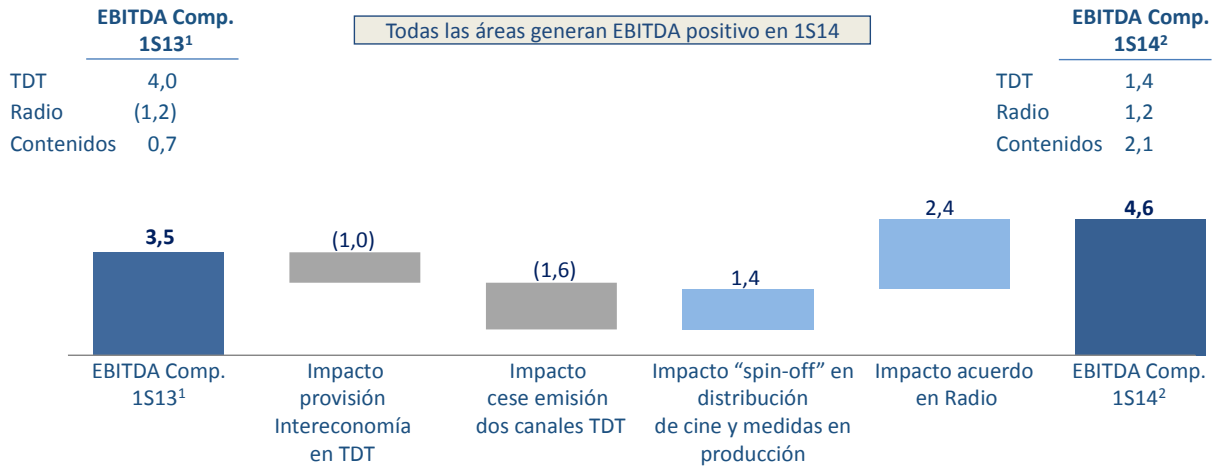
[24] Excluye medidas de ajuste 1S14 -419 miles de euros y 1S13 -170 miles de euros.

(i) TDT: EBITDA comparable positivo de 1.372 miles de euros en 1S14, con un descenso de -2.640 miles de euros comparado con 1S13. Esta variación se debe a la menor actividad consecuencia del cese de emisiones en dos canales del multiplex y a la distorsión por la provisión en 1T14 por los créditos considerados como incobrables relativos a Intereconomía de 1.041 miles de euros.

(ii) Radio: EBITDA comparable positivo de 1.155 miles de euros comparado con -1.216 miles de euros en 1S13. El positivo acuerdo comercial y estratégico con COPE tuvo impacto en resultados a partir de 2T13, momento en el que se obtuvo la autorización por competencia.

(iii) Contenidos: EBITDA comparable de 2.120 miles de euros vs. 734 miles de euros en 1S13. En distribución de cine y durante 1T14 se incurrió en costes vinculados a los últimos lanzamientos en la ventana DVD de los estrenos de 2013 con impacto en costes y que ya no se han repetido en 2T14. En el 2T14, el área de Distribución de Cine alcanzó EBITDA positivo de 1.754 miles de euros.

Evolución EBITDA comparable del área Audiovisual (€m)



Nota 1: ajustado por inversión en reestructuración 1S13 €-0,1m en Radio (total área €-0,2m por efecto redondeo).
Nota 2: ajustado por inversión en reestructuración 1S14 €-0,1m en Radio y €-0,3m en Contenidos.

Resultado de Explotación comparable: *(dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución)* asciende a 1.791 miles de euros vs -670 miles de euros en 1S13, debido a la mejora del negocio y a la menor amortización en el área de Contenidos que disminuye en -1.085 miles de euros en 1S14.

Clasificados

La red de clasificados nacional de VOCENTO es única en el sector de los medios de comunicación españoles, al contar con un equipo especializado y una vocación de servicio orientada al cliente. Estas cualidades se ven reforzadas por el apoyo de ABC.es y las ediciones digitales regionales de VOCENTO, que permiten consolidar una red nacional de clasificados con una oferta marcada por el contenido, y el conocimiento del sector.

Los diferentes portales están presentes con marcas nacionales en los tres mercados de referencia de anuncios clasificados en Internet: inmobiliario con pisos.com (top#3 de la categoría), empleo con Infoempleo.com (top#2) y motor con autocasion.com (top#7). Asimismo, el portal de directorios 11870.com, con una audiencia de un millón de usuarios únicos, se confirma como uno de los portales de recomendaciones de sitios y negocios más importantes de España.

Durante el primer semestre de 2014, el objetivo sigue puesto en optimizar la generación de ingresos por publicidad, mediante una cuidada estrategia comercial, mientras se mantiene la estructura de costes, lo que facilitará el camino de la división hacia la rentabilidad.

A continuación se muestra un detalle de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Clasificados.

		NIIF		
Miles de Euros	**1S14**	**1S13**	**Var Abs**	**Var %**
Ingresos de Explotación				
Clasificados	6.103	6.501	(398)	(6,1%)
Total Ingresos de Explotación	**6.103**	**6.501**	**(398)**	**(6,1%)**
EBITDA				
Clasificados	(456)	(1.326)	870	65,6%
Total EBITDA	**(456)**	**(1.326)**	**870**	**65,6%**
EBITDA comparable[1]				
Clasificados	(378)	(1.382)	1004	72,6%
Total EBITDA comparable	**(378)**	**(1.382)**	**1.004**	**72,6%**
EBIT				
Clasificados	(981)	(2.035)	1.054	51,8%
Total EBIT	**(981)**	**(2.035)**	**1.054**	**51,8%**
EBIT comparable[1]				
Clasificados	(903)	(2.090)	1.187	56,8%
Total EBIT comparable	**(903)**	**(2.090)**	**1.187**	**56,8%**

[1] *Excluye medidas de ajuste 1S14 -78 miles de euros y 1S13 55 miles de euros*

Ingresos de Explotación: alcanzan 6.103 miles de euros, una caída del 6,1% debido al efecto perímetro de la venta de la división de soluciones de Infoempleo en 4T13 (ingresos pro forma +7,0%), siendo los sectores de empleo y motor los que más contribuyen a dicho crecimiento. Los ingresos de publicidad del área crecen un 8,6%.

EBITDA comparable: asciende a -378 miles de euros con un descenso de las pérdidas del 72,6% sobre 1S13 gracias a diferentes medidas de reducción de costes que se concretan principalmente en la optimización de los equipos comerciales (reforzando la televenta) y en ahorros de personal que afectan de forma importante al área de estructura central.

Otros

Este segmento incluye el negocio de B2B, Sarenet, proveedor de internet para empresas, a las que se ofrecen servicios de voz y datos. Además se incluyen los resultados de la actividad digital de que.es, antes de su desinversión en el mes de julio 2013.

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Otros.

		NIIF		
Miles de Euros	**1S14**	**1S13**	**Var Abs**	**Var %**
Ingresos de Explotación				
B2B	6.892	7.502	(611)	(8,1%)
Qué!	-17	187	(204)	(109,0%)
Eliminaciones	0	(15)	15	100,0%
Total Ingresos de Explotación	**6.875**	**7.674**	**(799)**	**(10,4%)**
EBITDA				
B2B	1.476	1.832	(355)	(19,4%)
Qué!	(25)	(92)	66	72,2%
Total EBITDA	**1.451**	**1.740**	**(289)**	**(16,6%)**
EBITDA comparable[1]				
B2B	1.476	1.832	(355)	(19,4%)
Qué!	(25)	(72)	47	64,7%
Total EBITDA comparable	**1.451**	**1.759**	**(309)**	**(17,5%)**
EBIT				
B2B	968	1.282	(313)	(24,5%)
Qué!	(25)	(122)	97	79,2%
Total EBIT	**943**	**1.159**	**(217)**	**(18,7%)**
EBIT comparable[1]				
B2B	968	1.234	(266)	(21,6%)
Qué!	(25)	(103)	77	75,3%
Total EBIT comparable	**943**	**1.132**	**(189)**	**(16,7%)**

[1] *Excluye inversión en reestructuración de -19 miles de euros en 1S13.*

Ingresos de Explotación: alcanzan 6.875 miles de euros, -10,4% que se explica casi exclusivamente por la evolución de B2B.

EBITDA comparable: asciende a 1.451 miles de euros.

Datos operativos

Periódicos

Datos de Difusión Media	1S14	1S13	Var Abs
Prensa Nacional- ABC	133.038	144.104	(11.066)
Prensa Regional			
El Correo	78.041	83.641	(5.600)
El Diario Vasco	56.390	59.499	(3.109)
El Diario Montañés	26.471	27.762	(1.291)
Ideal	21.435	23.123	(1.688)
La Verdad	18.900	21.073	(2.173)
Hoy	12.365	13.443	(1.078)
Sur	19.290	20.835	(1.545)
La Rioja	10.820	11.637	(817)
El Norte de Castilla	22.291	25.129	(2.838)
El Comercio	18.260	19.711	(1.451)
Las Provincias	19.873	21.392	(1.519)
TOTAL Prensa Regional	**304.136**	**327.245**	**(23.109)**

Fuente: OJD. Datos 1S14 no certificados.

Audiencia	2ªOla 14	2ªOla 13	Var Abs
Prensa Nacional- ABC	**517.000**	**577.000**	**(60.000)**
Prensa Regional	**2.038.000**	**2.241.000**	**(203.000)**
El Correo	419.000	453.000	(34.000)
El Diario Vasco	248.000	254.000	(6.000)
El Diario Montañés	164.000	185.000	(21.000)
Ideal	185.000	209.000	(24.000)
La Verdad	209.000	228.000	(19.000)
Hoy	134.000	138.000	(4.000)
Sur	129.000	166.000	(37.000)
La Rioja	88.000	97.000	(9.000)
El Norte de Castilla	177.000	204.000	(27.000)
El Comercio	158.000	160.000	(2.000)
Las Provincias	127.000	147.000	(20.000)
Suplementos			
XL Semanal	2.271.000	2.535.000	(264.000)
Mujer Hoy	1.509.000	1.618.000	(109.000)
Mujer Hoy Corazón	314.000	335.000	(21.000)
Inversión y Finanzas	51.000	53.000	(2.000)

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	may-14	jun-13	Var Abs
Vocento	15.545	n/a	n/a

Fuente: ComScore Multiplataforma (dato 2014)

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	jun-14	jun-13	Var Abs
NET TV audiencia	3,7%	4,5%	(0,8) p.p.

Fuente: Kantar Media último mes.

Aviso Legal

El presente documento contiene manifestaciones de futuro sobre intenciones, expectativas o previsiones de la Sociedad o de su dirección a la fecha de realización del mismo, que se refieren a diversos aspectos, y entre ellos, al crecimiento de distintas líneas de negocio y al del negocio global, a la cuota de mercado, a los resultados de la Sociedad y a distintos otros aspectos de la actividad y situación de la misma.

Analistas e inversores deberán tener en cuenta que tales intenciones, expectativas o estimaciones no implican ninguna garantía sobre cuál vaya a ser el comportamiento y resultados futuros de la Compañía, y asumen riesgos e incertidumbres sobre aspectos relevantes, por lo que los resultados y el comportamiento real futuro de la Sociedad podrá diferir sustancialmente del que se desprende de dichas previsiones y estimaciones.

Lo expuesto en la presente declaración debe ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por la Sociedad y, en particular, por los analistas que manejen el presente documento. Se invita a todos ellos a consultar la documentación e información pública comunicada o registrada por la Sociedad ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

La información financiera contenida en este documento ha sido elaborada bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Esta información financiera no ha sido auditada y, en consecuencia, es susceptible de potenciales futuras modificaciones.

Este documento no representa oferta alguna o invitación a los inversores para que compren o suscriban acciones de ningún tipo y, de ninguna manera, constituye las bases la oferta o la aceptación de cualquier tipo de compromiso.

Contacto

Relación con Inversores y Accionistas
C/ Pintor Losada, 7
48004 Bilbao
Bizkaia

Tel.: 94.473.25.67
e-mail: ir@vocento.com