

vocento



Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

Resultados Enero-Diciembre 2009
25 de febrero de 2010

INTRODUCCIÓN: EVOLUCION DEL ENTORNO ECONÓMICO

En un adverso entorno macroeconómico global, en España se ha producido durante 2009 una fuerte contracción de la actividad económica (FMI estima PIB 2009 en -3,6%) por la debilidad de la demanda nacional. De cara a 2010 y como indica el Banco de España (boletín del mes de febrero) la actividad económica mundial, gracias en parte a las políticas monetaria y fiscal expansivas, parece iniciar una senda de recuperación, cuyo ritmo es cada vez más divergente entre unos países y otros.

Según las últimas estimaciones del FMI la recuperación en España será más lenta (PIB 10e -0,6%) que la del resto de principales países de la Eurozona (PIB 2010e en rango +1,0%/+1,5%) con una recuperación en el consumo más débil de lo esperado debido a la elevada tasa de paro en España.

En este entorno macroeconómico en España, 2009 se cierra con una de las mayores caídas de inversión publicitaria en medios convencionales conocidas, cuyo nivel se estima en -23,9% (informe i2p realizado por Media Hot Line).

Ante un sector de medios de comunicación que se transforma desde un negocio de soportes hacia un negocio de marcas por el cambio en los hábitos en el consumo de medios, VOCENTO destaca por la fortaleza de sus marcas, muchas de ellas centenarias y por el diferencial de posicionamiento en medios regionales y nacionales.

VOCENTO, en este desfavorable entorno, ha alcanzado los siguientes objetivos:

i) Comportamiento mejor que el mercado publicitario y crecimiento de cuota de mercado durante 2009 en los distintos soportes: descenso de publicidad en prensa de VOCENTO -21,9% comparado con mercado de prensa -26,5%, y crecimiento en Internet +21,0% vs. +3,1% mercado¹ según informe i2p realizado por Media Hot Line.

ii) Apuesta clara por Internet para satisfacer los nuevos hábitos de consumo de noticias, ocio y entretenimiento. Gracias a la migración del poder de prescripción de sus marcas desde soportes offline a online, VOCENTO es líder en Internet dentro de las compañías de medios de comunicación según datos Nielsen Netview, en enero de 2010.

iii) Posicionamiento en el sector audiovisual, de cara al próximo apagón analógico, permite a VOCENTO la oportunidad de ser un jugador relevante en TDT (Televisión Digital Terrestre), a través de alianzas con operadores internacionales de contenidos tanto a nivel TDT nacional (e.j. Disney) como a nivel TDT autonómico (e.j. Viacom).

Por otra parte, para hacer frente a la crisis coyuntural de la economía y adaptar sus soportes a la nueva realidad tecnológica de los medios de comunicación, VOCENTO ha realizado un severo ajuste de la estructura de costes en 2009. Los planes de reducción de costes han ido dirigidos a adelgazar los gastos variables y los gastos fijos, como los de personal, para lo cual se ha realizado una inversión significativa en reestructuración. Si bien los costes de reestructuración han penalizado la cuenta de resultados en 2009 (costes de reestructuración 2009 -65.276 miles de euros), este proceso también ha dado sus primeros frutos (EBITDA ex no recurrentes 2009 superior al de 2008) y seguirá generando en 2010 ahorro de costes.

La fortaleza y liderazgo de las marcas de VOCENTO, unido a la reducción de las estructuras de costes de sus negocios y su sólida posición financiera permitirá al Grupo responder de manera flexible y eficiente ante los cambios del sector.

¹ No incluye ni enlaces patrocinados y otras acciones (cobranding, email)

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 organiza la información de gestión, para las evaluaciones de los riesgos y rendimientos de la empresa, de acuerdo a las distintas líneas de actividad definidas: Medios Impresos, Audiovisual, Internet y Otros Negocios. Este mismo esquema, útil y fiable para la gestión del grupo, es el utilizado para el reporte al mercado. Esta agrupación de la información presenta todos los periódicos, todas las ediciones digitales, todas las radios y televisiones a nivel local y nacional, etc., donde VOCENTO está presente y que están asignados a cada línea de actividad. Los comentarios y comparativas que se incluyen en este Informe de Gestión están hechos sobre la base de los segmentos mencionados.

La información financiera contenida en este documento ha sido preparada de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea ("NIIF").

A continuación a efectos informativos se muestran gráficamente las áreas de actividad en las que opera VOCENTO:

MEDIOS IMPRESOS

PRENSA REGIONAL	PRENSA NACIONAL	PRENSA GRATUITA	SUPLEMENTOS Y REVISTAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El Correo ▪ El Diario Vasco ▪ El Diario Montañés ▪ La Verdad ▪ Ideal ▪ Hoy 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sur ▪ La Rioja ▪ El Norte de Castilla ▪ El Comercio ▪ Las Provincias ▪ La Voz de Cádiz 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diario ABC ▪ Incluye edición ABC Sevilla 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qué! ▪ XL Semanal ▪ Mujer Hoy ▪ Mujer Hoy Corazón ▪ Pantalla Semanal ▪ Mi Cartera de Inversión ▪ Colpisa

AUDIOVISUAL

TELEVISIÓN NACIONAL	RADIO	CONTENIDOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ TDT – Net TV - Canal Disney 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Punto Radio ▪ 2 licencias de radio digital 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia

TELEVISIÓN AUTONÓMICA Y LOCAL

- TDT autonómicas
- TVs locales

- Producción:
- BocaBoca
 - Europroducciones
 - Hill Valley
 - Videomedia (30%)
- Distribución:
- Tripictures

INTERNET

EDICIONES DIGITALES	PORTALES VERTICALES	CLASIFICADOS Y DIRECTORIOS	B2B
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 12 portales locales ▪ ABC.es ▪ Que.es 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mujerhoy.com ▪ Finanzas.com ▪ Hoy Cinema 	<p>Clasificados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pisos.com ▪ Infoempleo ▪ Autocasión ▪ Tus anuncios 	<p>Directorios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 11870 ▪ Sarenet

OTROS NEGOCIOS

IMPRESIÓN	DISTRIBUCIÓN	OTROS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comeco Impresión 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Distribuciones Comecosa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Otras participadas multimedia regional

Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

VOC cierra 2009 registrando un comportamiento publicitario mejor que el mercado tanto en prensa como en Internet

Crecimiento EBITDA ex no rec. +26,0%, la reestructuración impacta 2009 pero permite la optimización de la estructura de costes -13,5%

ABC única cabecera nacional con crecimiento en difusión 2009 +2,0%, y crecimiento en Internet +58%² en u.u.m.

Sólida posición financiera neta: deuda neta -74.679 miles de euros y efectivo y otros medios equivalentes 125.518 miles de euros

- La publicidad de VOCENTO en prensa e Internet registra mejor comportamiento que el mercado, ralentizando la caída vs. 9M09: Prensa Regional -23,3% y ABC -18,3% comparan con -26,5% del mercado de prensa. Internet (supone 8,7% del total de publicidad de VOC) +21,0% en comparación con +3,1% del mercado (Fuente: informe i2p realizado por Media Hot Line).
- Crecimiento de EBITDA ex no recurrentes a pesar de la caída publicitaria: el esfuerzo en control y optimización de costes (-111.483 miles de euros) permiten superar EBITDA ex costes no rec. de 2008, +26,0% (36.880 miles de euros vs. 29.273 miles de euros en 2008) absorbiendo gran parte de la caída publicitaria:
 - (i) Descenso de ingresos publicitarios -76.307 miles de euros (2009 -21,7% vs. 9M09 -25,2%).
 - (ii) Venta de ejemplares +1,6%, reflejo del positivo comportamiento de ABC, única cabecera que incrementa su difusión en 2009 +2,0% (vs. mercado nacional -10,2%), a la vez que mejora el margen de promociones.
 - (iii) Reducción de costes ex no rec. por -111.483 miles de euros (-13,5%) por las medidas de control y optimización de costes: reestructuración en Medios Impresos y Estructura (EBITDA ex no rec. +4.536 miles de euros) que permite un ahorro de gastos de personal ex no recurrentes 2009 -11,6% vs. 9M09 -10,1%.
 - Costes no recurrentes -65.276 miles de euros.

EBITDA EX NO RECURRENTES POR ÁREA	(Miles de Euros)	2009	2008	Var Abs
Medios Impresos		31.061	36.252	(5.191)
Audiovisual		10.938	(3.489)	14.427
Internet		(2.514)	1.852	(4.365)
Otros Negocios		13.687	15.486	(1.799)
Estructura y Otros		(16.293)	(20.829)	4.536
EBITDA ex no recurrentes		36.880	29.273	7.607
Costes no recurrentes		(65.276)	(43.952)	(21.324)
EBITDA		(28.396)	(14.679)	(13.716)

- Puesta en valor de Audiovisual: progresiva eficiencia con una mejora en EBITDA ex no recurrentes de +14.427 miles de euros. Disney Channel líder temático en TDT (3,1% TNSofres dic09) y nueva programación (ene10) en TDT Autonómica tras acuerdo con Viacom. Obtención de licencias en Radio: Madrid, Castilla La Mancha y Extremadura.
- Posicionamiento Internet: VOC líder en medios de comunicación según Nielsen NetView²:
 - Ediciones Digitales: líderes en noticias (migración poder prescripción). ABC.es, +58% u.u.m., mayor crecimiento en su categoría y lanzamiento de Hemeroteca. VOCENTO sitúa según 4imn³ a sus 14 portales de noticias en top 20 de la categoría en España.
 - Clasificados: Pisos.com alcanza top #3 con 1,1m de u.u.m. en un año.
 - Directorios: 11870.com apuesta por negocio de ocio alcanza 0,8m u.u.m. (+67%).
- Sólida posición financiera de VOCENTO: deuda financiera neta -74.679 miles de euros, efectivo y otros medios equivalentes 125.518 miles de euros.

² Fuente Nielsen Netview enero 2010 (crecimiento usuarios únicos mes vs. enero 2009).

³ 4 International Media & Newspapers, se excluye a Webs deportivas y económicas.

Principales datos financieros Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var Abs	Var %
Ventas de ejemplares	274.203	269.967	4.236	1,6%
Ventas de publicidad	274.600	350.908	(76.307)	(21,7%)
Otros ingresos	202.364	234.169	(31.805)	(13,6%)
Ingresos de explotación	751.167	855.043	(103.876)	(12,1%)
Personal	(307.831)	(318.469)	(10.638)	(3,3%)
Aprovisionamientos	(143.098)	(163.265)	(20.167)	(12,4%)
Servicios exteriores	(323.221)	(381.830)	(58.609)	(15,3%)
Provisiones	(5.413)	(6.159)	(745)	(12,1%)
Gastos de explotación sin amortizaciones	(779.563)	(869.722)	(90.160)	(10,4%)
EBITDA	(28.396)	(14.679)	(13.716)	(93,4%)
Amortizaciones	(45.731)	(51.908)	(6.177)	(11,9%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	13.358	15.417	(2.058)	(13,4%)
EBIT	(60.768)	(51.171)	(9.597)	(18,8%)
Saneamiento de fondo de comercio	(18.037)	(88.403)	(70.366)	(79,6%)
Resultado de sociedades por el método de participación	(1.914)	11.489	(13.404)	(116,7%)
Diferencial financiero	4.753	(7.908)	12.661	160,1%
Resultado neto en enajenación de activos no corrientes	69.645	147.595	(77.950)	(52,8%)
Beneficio antes de impuestos	(6.321)	11.602	(17.924)	(154,5%)
Impuesto sobre sociedades	18.105	18.762	(656)	(3,5%)
Beneficio neto del ejercicio	11.784	30.364	(18.580)	(61,2%)
Accionistas minoritarios	(2.641)	4.241	(6.882)	(162,3%)
Beneficio atribuible sociedad dominante	9.143	34.605	(25.462)	(73,6%)
Gastos de explotación ex-no recurrentes	(714.287) ¹	(825.771)	(111.483)	(13,5%)
Personal ex-no recurrentes	(242.555)	(274.517)	(31.962)	(11,6%)
EBITDA ex-no recurrentes	36.880	29.273	7.607	26,0%

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Nota 1: excluye amortizaciones

Ingresos de explotación

Los ingresos en 2009 alcanzan 751.167 miles de euros, comparados con 855.043 miles de euros en 2008:

- (i) Mejora de las ventas de ejemplares (+1,6%) por el crecimiento de ingresos en ABC (+12,1%) con ligero descenso en Prensa Regional (-0,7%). ABC alcanza en 2009 un crecimiento de la difusión del +2,0% (promedio de 256.650 ejemplares diarios vs. 251.642 en 2008), siendo la única cabecera nacional que aumenta la difusión.

Esta mejora en difusión permite a ABC reducir a más de la mitad el diferencial con su inmediato competidor (gap vs. #2 de 43.524 ejemplares en promedio de 2009 vs. 108.128 ejemplares en 2007) respaldado por el crecimiento en la difusión de pago ordinaria que en 2009 alcanza +2,3% vs. mercado -10,5%.

- (ii) Los ingresos de publicidad suavizan la caída en el último trimestre del año: 2009 -21,7% vs. 9M09 -25,2%. VOCENTO vuelve a registrar un mejor comportamiento en ventas de publicidad en prensa de pago (2009 -21,9% vs. 9M09 -25,0%), en suplementos (2009

-25,4% vs. 9M09 -33,3%), e Internet que el mercado según informe i2p realizado por Media Hot Line.

Las ventas de publicidad de Prensa Regional ralentizan ligeramente su tendencia (2009 -23,3% vs. 9M09 -25,8%) y ABC desacelera su caída (2009 -18,3% vs. 9M09 -22,9%), cifras que comparan con un mayor descenso del mercado del -26,5% en 2009 (vs. 9M09 -28%), mientras que la evolución de los suplementos de VOCENTO en 2009 del -25,4% compara con una desaceleración del mercado -34,3%.

En el área Audiovisual (2009 -21,2% vs. 9M09 -28,7%), la evolución de publicidad en 2009 en Radio del -16,0% es similar a la del mercado, -15,8%, pese al déficit actual de cobertura de Punto Radio. Por último, en Internet destaca el crecimiento de los ingresos de publicidad que se incrementan +21,0% en comparación con +3,1% del mercado.

- (iii) Descenso en Otros Ingresos del -13,6%, -31.805 miles de euros, y ex perímetro por salidas de Motor 16, La Trastienda Digital y Tecorp alcanza -24.141 miles de euros (-10,7%) debido principalmente a:
 - a. Audiovisual -16.225 miles de euros: menor actividad de las productoras en Contenidos.
 - b. Internet -10.763 miles de euros, -3.493 miles de euros ex perímetro por salida de La Trastienda Digital: menor actividad en el área de Clasificados, concretamente en el sector empleo, observándose cierta recuperación tanto en los sectores de motor como en el de inmobiliario en el último trimestre del año.

Gastos de explotación

Las medidas en reducción y optimización de costes, realizadas en todas las áreas, se traducen en una reducción de costes ex no recurrentes en 2009 de -111.483 miles de euros, -13,5%. Los costes no recurrentes ascienden a -65.276 miles de euros y están relacionados con medidas de reestructuración acometidas principalmente en ABC y en Prensa Regional. Este proceso de reestructuración ha permitido una reducción de los gastos de personal ex no recurrentes 2009 del -11,6% vs. 9M09 -10,1% por la aceleración del plan de salidas a partir del segundo trimestre del año.

Por áreas destacar (*más detalle en área de negocio*):

- (i) Medios Impresos: estricto control de costes en Prensa Regional, ABC (mejora en gastos de explotación ex no recurrentes -4.834 miles de euros), Suplementos y Revistas (disminución de gastos de explotación ex no recurrentes -13.326 miles de euros, -19,4%), y Prensa Gratuita (descenso de gastos de explotación ex no recurrentes de -17.240 miles de euros, -48,7%).
- (ii) Audiovisual: continúa la mejora de eficiencia con una reducción de gastos de explotación por las estrictas medidas de control de costes tanto en TDT Autonómica y Local (-10.795 miles de euros, -46,1%), como en Radio (-7.734 miles de euros, -25,9%).
- (iii) Estructura y Otros: la reducción de costes centrales y de administración tiene un impacto positivo en EBITDA ex no recurrentes de +4.536 miles de euros.

EBITDA

El EBITDA asciende a -28.396 miles de euros penalizado por costes no recurrentes vinculados a salida de personal. El EBITDA ex no recurrentes en 2009 asciende a 36.880 miles de euros, +7.607 miles de euros superior al de 2008 a pesar de la caída publicitaria. Este crecimiento del +26,0% y mejora del comportamiento se explica por diferentes razones:

- (i) Impacto de la actual crisis en la menor inversión publicitaria -76.307 miles de euros.

- (ii) Reducción de gastos de explotación ex no recurrentes del -13,5% derivado de las medidas de control y optimización de costes anteriormente mencionadas con una reducción en costes de -111.483 miles de euros, que más que compensa el impacto de la caída en ingresos.

Resultado por enajenación de inmovilizado

Se ha contabilizado la plusvalía neta generada en la segunda fase de la operación de venta de terrenos de ABC por 21.376 miles de euros (Hecho Relevante del 10 de julio de 2008).

Por otra parte se ha procedido a contabilizar un deterioro de inmovilizado por -6.034 miles de euros por los activos de impresión de ABC dada la externalización de la planta de impresión, y se ha contabilizado una amortización acelerada del catálogo de Tripictures de -2.033 miles de euros.

Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación en 2009 alcanza -60.768 miles de euros.

Las amortizaciones del periodo ascienden a -45.731 miles de euros, correspondientes principalmente a Contenidos -17.387 miles de euros, Medios Impresos -14.427 miles de euros, y en menor medida Impresión -5.591 miles de euros e Internet -3.490 miles de euros.

Saneamiento de fondo de comercio

Durante 2009 y teniendo en cuenta la evolución del mercado publicitario se ha procedido a ajustar el fondo de comercio de diferentes activos por un importe total de -18.037 miles de euros principalmente correspondiente al diario gratuito Qué! (-15.000 miles de euros).

Diferencial financiero

El diferencial financiero refleja, entre otros, el cobro del dividendo de Telecinco por 10.837 miles de euros el pasado 14 de mayo de 2009, y se sitúa en 4.753 miles de euros frente a -7.908 miles de euros en 2008.

Resultado neto en enajenación de activos no corrientes

La colocación del 5,1% de Telecinco (según comunicado a la CNMV en Hecho Relevante de 30 y 31 de julio de 2009) ha generado plusvalías antes de impuestos por importe de 70.140 miles de euros.

Impuesto sobre sociedades

La evolución en el resultado de explotación, y las deducciones por el dividendo y las plusvalías generadas por la venta de acciones de Telecinco, explican el ingreso por impuestos de 18.105 miles de euros.

Accionistas minoritarios

La variación en -6.882 miles de euros comparado con 2008 se corresponde principalmente con la evolución de resultados en Prensa Regional, TDT Nacional y Radio.

Beneficio neto atribuible a la sociedad dominante

El beneficio neto asciende a 9.143 miles de euros.

Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var abs	% Var
Activos no Corrientes	701.167	766.806	(65.639)	(8,6%)
Activo Intangible	277.267	293.003	(15.736)	(5,4%)
Propiedad, planta y equipo	230.352	214.972	15.381	7,2%
Part.valoradas por el método de participación	20.019	19.116	903	4,7%
Otros activos no corrientes	173.529	239.716	(66.187)	(27,6%)
Activos Corrientes	349.339	347.033	2.306	0,7%
Efectivo y otros medios equivalentes	125.518	85.131	40.387	47,4%
Otros activos corrientes	220.130	254.519	(34.389)	(13,5%)
Activos mantenidos para la venta	3.691	7.383	(3.691)	(50,0%)
TOTAL ACTIVO	1.050.506	1.113.839	(63.333)	(5,7%)
Patrimonio neto de la Sociedad Dominante	424.115	484.836	(60.721)	(12,5%)
Deuda financiera	200.197	177.673	22.524	12,7%
Otros pasivos	426.194	451.330	(25.136)	(5,6%)
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	1.050.506	1.113.839	(63.333)	(5,7%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Nota: los datos de 2008 a efectos comparativos incluyen aplicación anticipada de NIIF 3

Se analizan aquellas variaciones significativas adicionales al impacto de la actividad.

Activo intangible

Refleja el reconocimiento de un incremento del fondo de comercio por 51.436 miles de euros por aplicación anticipada de la NIIF 3 debido a que refleja mejor las combinaciones de negocio. Al resultar un cambio de criterio se han modificado también, a efectos comparativos, los datos de 31 de diciembre de 2008.

Se ha registrado como activo intangible el valor de las licencias adquiridas de Onda Ramblas (ver Hecho Relevante del 25 de noviembre de 2009).

Por otro lado, se ha procedido a ajustar el fondo de comercio de diferentes activos por un importe total de 18.037 miles de euros siendo el más relevante el procedente de la adquisición del diario gratuito Qué! cuyo Fondo de Comercio al cierre de 2009 asciende a 19.146 miles de euros.

Otros activos no corrientes

La disminución en la cifra del epígrafe obedece principalmente a la desinversión de la participación del 5,1% de Telecinco, compensado parcialmente por la activación de créditos fiscales.

Otros activos corrientes

La menor actividad y la mejora en la gestión del circulante tiene su reflejo en una reducción del saldo de clientes y deudores (-32.612 miles de euros).

Patrimonio neto

La disminución en la cifra de patrimonio neto es reflejo del resultado del ejercicio.

Con fecha 14 de diciembre de 2009 VOCENTO ha adquirido 1.249.703 acciones que representan el 1% del capital social (ver Hecho Relevante 14 de diciembre de 2009) con un desembolso de 4.812 miles de euros. Tras esta operación, la posición de autocartera asciende al 2,79% del capital de la Compañía

(3.483.523 acciones) registrado en balance minorando fondos propios por un importe de 32.131 miles de euros.

Otros pasivos

La variación en el saldo de Otros Pasivos se debe a la reducción en la cuenta de impuestos diferidos derivado de la colocación de Telecinco, compensado parcialmente por el incremento de las cuentas a pagar consecuencia de la reestructuración llevada a cabo.

Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -74.679 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes por 125.518 miles de euros. La variación en el endeudamiento se debe a:

- (i) Entrada de caja en julio por la colocación del 5,1% de TL5 por 95.303 miles de euros.
- (ii) Cobro del dividendo de Telecinco por 10.837 miles de euros en mayo de 2009.
- (iii) Entrada de caja en enero por la segunda fase de la venta de terrenos de ABC (25.067 miles de euros).
- (iv) Incremento de deuda financiera y salidas de caja, correspondientes al plan de reestructuración.
- (v) Registro como deuda financiera de las indemnizaciones a pagar correspondientes a la reestructuración de ABC por 17.790 miles de euros (corto y largo plazo).
- (vi) Salidas de caja por 35.854 miles de euros: adquisición de red de emisoras de Cataluña (Onda Ramblas), compra de minoritarios en Las Provincias (ver Hecho Relevante de 30 de noviembre de 2009), y adquisición del 33% de 11870.com.
- (vii) El resto corresponde a salidas de caja por compra de autocartera y por la propia operativa del negocio donde se incluye inversiones en inmovilizado material e inmaterial con salida de caja por un total de 58.367 miles de euros.

NIIF				
Miles de Euros	2009	2008	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a c.p.	54.784	36.088	18.696	51,8%
Endeudamiento financiero a l.p.	145.413	141.585	3.828	2,7%
Endeudamiento financiero bruto	200.197	177.673	22.524	12,7%
Efectivo y otros medios equivalentes	125.518	85.131	40.387	47,4%
Posición de caja neta/ (deuda neta)	(74.679)	(92.542)	17.863	19,3%

El endeudamiento a c/p incluye deuda con entidades de crédito por 29.567 miles de euros, y otros pasivos corrientes con coste financiero por 25.217 miles de euros que incluyen planes de pensiones, indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC y pago pendiente por compra de minoritarios en Las Provincias.

El endeudamiento a l/p incluye deuda con entidades de crédito por 118.458 miles de euros, vinculadas a deuda leasing relacionada con las plantas de impresión, área de Contenidos, Qué! y ABC, y otros pasivos no corrientes con coste financiero por 26.955 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC (13.559 miles de euros).

Estado de flujo de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var Abs	% Var
Resultado del ejercicio	9.143	34.605	(25.462)	(73,6%)
Ajustes resultado del ejercicio	(37.504)	(43.807)	6.303	14,4%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	(28.361)	(9.202)	(19.159)	(208,2%)
Variación capital circulante	28.982	1.286	27.696	n.r
Impuesto sobre las ganancias pagado	(3.143)	(13.366)	10.223	76,5%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	(2.522)	(21.282)	18.760	88,1%
Adiciones al inm. material e inmaterial	(58.365)	(31.695)	(26.670)	(84,1%)
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y empresas asociadas	76.402	75.558	844	1,1%
Dividendos e intereses cobrados	13.338	45.185	(31.847)	(70,5%)
Otros cobros y pagos (inversión)	19.466	32.345	(12.879)	(39,8%)
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	50.841	121.393	(70.553)	(58,1%)
Dividendos e intereses pagados	(15.183)	(46.317)	31.134	67,2%
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	5.083	(11.517)	16.600	(144,1%)
Otros cobros y pagos (financiación)	(2.033)	(191)	(1.842)	(964,4%)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	(12.133)	(58.025)	45.892	79,1%
Incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)	36.186	42.086	(5.901)	(14,0%)
Efectivo y equivalentes aportado por las sociedades adquiridas	4.200	0	n.a	n.a
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	85.131	43.045	42.086	97,8%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	125.517	85.131	40.385	47,4%

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a -2.522 miles de euros debido principalmente: (i) al menor resultado operativo del periodo, (ii) a los ajustes al resultado del ejercicio (e.g. las plusvalías de la colocación de la participación en Telecinco están incluidas como flujos netos de las actividades de inversión), y (iii) a la mejora en circulante resultado de la recuperación de saldos con clientes y por los pagos pendientes vinculados a la salida de personal.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a 50.841 miles de euros debido a: (i) entrada de caja en julio por la colocación del 5,1% de Telecinco por 95.303 miles de euros (ii) el dividendo cobrado de Telecinco de 10.837 miles de euros y (iii) la entrada de caja por la venta de terrenos de ABC por 25.067 miles de euros, compensado parcialmente por la mayor inversión en inmovilizado (salida de caja por 58.367 miles de euros relacionados con Capex), y por la inversión realizada en la compra de Onda Ramblas y de los minoritarios en Las Provincias.

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -12.133 miles de euros incluyendo principalmente la adquisición del 1% adicional de autocartera y los intereses y los dividendos pagados a minoritarios en las filiales.

Adiciones de inmovilizado material e inmaterial (Capex)

En 2009, destaca el incremento en las inversiones realizadas en:

- i) Área de Otros Negocios: nueva planta Rotomadrid que imprime a "full colour" el diario ABC y mejora en capacidad de color en la planta de impresión de Bepsa (El Correo).
- ii) Área Audiovisual: menores inversiones en la adquisición de derechos para la distribución de producciones cinematográficas.

	NIIF								
	2009			2008			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Medios Impresos	2.441	3.918	6.360	3.553	7.667	11.220	(1.111)	(3.749)	(4.861)
Audiovisual	3.945	744	4.690	9.112	2.692	11.804	(5.167)	(1.948)	(7.115)
Internet	4.485	1.396	5.882	2.706	1.755	4.461	1.779	(359)	1.421
Otros Negocios	146	40.172	40.318	481	5.509	5.990	(335)	34.663	34.328
Estructura	603	3.340	3.943	624	1.265	1.889	(21)	2.075	2.054
TOTAL	11.622	49.571	61.193	16.477	18.888	35.365	(4.855)	30.683	25.828

Información por área de actividad

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

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Medios Impresos	512.958	582.141	(69.183)	(11,9%)
Audiovisual	111.435	133.382	(21.947)	(16,5%)
Internet	52.245	58.909	(6.664)	(11,3%)
Otros Negocios	215.932	218.609	(2.677)	(1,2%)
Estructura y Otros	(141.402)	(137.998)	(3.404)	(2,5%)
Total Ingresos de Explotación	751.167	855.043	(103.876)	(12,1%)
EBITDA				
Medios Impresos	(22.615)	5.217	(27.832)	(533,5%)
Audiovisual	8.914	(5.915)	14.828	250,7%
Internet	(4.460)	1.736	(6.196)	(357,0%)
Otros Negocios	9.319	14.893	(5.574)	(37,4%)
Estructura y Otros	(19.552)	(30.610)	11.058	36,1%
Total EBITDA	(28.396)	(14.679)	(13.716)	(93,4%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Medios Impresos	31.061	36.252	(5.191)	(14,3%)
Audiovisual	10.938	(3.489)	14.427	413,5%
Internet	(2.514)	1.852	(4.365)	(235,8%)
Otros Negocios	13.687	15.486	(1.799)	(11,6%)
Estructura y Otros	(16.293)	(20.829)	4.536	21,8%
Total EBITDA ex-no rec.	36.880	29.273	7.607	26,0%
Resultado Explotación				
Medios Impresos	(22.429)	19.603	(42.033)	(214,4%)
Audiovisual	(12.123)	(43.773)	31.651	72,3%
Internet	(7.949)	(1.117)	(6.832)	(611,9%)
Otros Negocios	3.099	6.410	(3.312)	(51,7%)
Estructura y Otros	(21.366)	(32.294)	10.929	33,8%
Total Resultado Explot.	(60.768)	(51.171)	(9.597)	(18,8%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Medios Impresos

VOCENTO consolida el liderazgo indiscutible en prensa según EGM (3ª Ola ac. 2009) con 4,9 millones de lectores, más de medio millón de lectores por encima de su inmediato competidor.

Prensa Regional

VOCENTO, en el área de Prensa Regional, es el líder y referente en los mercados regionales en los que opera gracias al poder de prescripción de sus marcas. Aunque la difusión de los diarios de información general ha venido experimentando un retroceso en sus cifras de circulación, los periódicos regionales de VOCENTO mantienen su indiscutible liderazgo en 2009 alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 26,1% (OJD 2009), siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 14,1%. En este sentido, se produce una mejor evolución de su difusión en comparación con las caídas del mercado de prensa regional (-5,3% comparado con -5,7% según datos de OJD de 2009).

En audiencia, la Prensa Regional de VOCENTO alcanza 2.468 miles de lectores según datos de EGM (3ª Ola ac. 2009) más de un millón de lectores sobre el siguiente grupo de comunicación.

La estrategia de VOCENTO en este ejercicio se ha centrado en la transformación de un negocio de soportes a un negocio de marcas. Destaca la innovación continua del producto, que en el año 2009 culmina en el mes de noviembre con el rediseño simultáneo y mejora de la oferta editorial de los 12 periódicos regionales de VOCENTO, de forma que éstos evolucionan adaptándose a las necesidades actuales de sus lectores.

Ante los cambios en los hábitos de consumo y del ciclo publicitario, las cabeceras regionales han llevado a acabo una política activa de reducción y optimización de costes, una reestructuración de sus negocios y una búsqueda de sinergias. Estas medidas permiten cerrar 2009 con una estructura de costes ajustada ante el cambio de ciclo y orientada hacia Internet.

Por lo que respecta a la presencia online se avanza en la profundidad de los contenidos informativos que, complementados por el desarrollo de los contenidos de comunidad y participación, consiguen reforzar de forma significativa su posicionamiento online, lo que permite consolidar la posición de liderazgo de sus marcas, muchas de ellas centenarias y líderes en su mercado.

ABC

ABC, tercer diario nacional de España en número de ejemplares vendidos y máxima referencia en la historia de los siglos XX y XXI, se ha consolidado en 2009 como única cabecera que crece en difusión e Internet.

Como aspectos más relevantes en 2009 destacan cuatro hitos:

- i) La mejora en difusión de ABC consecuencia de la apuesta por el producto,
- ii) el desarrollo de ABC.es,
- iii) la ejecución del proceso de reestructuración y
- iv) la externalización de la actividad de impresión.

En la situación actual de crisis, ABC continúa siendo el único diario que incrementa su difusión (256.650 ejemplares, +2,0% en 2009, según OJD) e incrementa su diferencial respecto a la evolución del resto de la prensa nacional (-10,2% ex Público, La Gaceta y ABC a efectos comparables). Además, basa su crecimiento en venta ordinaria: 2009 +2,3% vs. 2008 comparado con caída del mercado -10,5%.

Según EGM, ABC alcanza una audiencia de 728 mil lectores (3ª Ola ac. 2009) y es el único diario nacional que incrementa su cifra de audiencia: +3,9% vs. 3ª Ola ac. 2008 comparado con mercado prensa nacional -5,9%.

Esta mejor evolución operativa es fruto de la apuesta estratégica realizada por ABC, a través de un gran esfuerzo editorial, con especial énfasis en el fin de semana (i.e. crecimiento de difusión en domingos del +9,3% que compara con un descenso del -12,3% del mercado de prensa nacional, según OJD 2009).

Durante 2009, se ha experimentado el mayor crecimiento en la red en la edición digital de ABC.es, apoyado por el lanzamiento de la Hemeroteca online (recoge más de 100 años de historia), la mejora de contenidos Web 2.0 y Web TV, y los pioneros nuevos servicios de movilidad como la aplicación iPhone.

Las medidas de reestructuración realizadas permiten ajustar la estructura de costes y facilitan el proceso de convergencia de redacciones offline y online.

Destacar que, desde el mes de noviembre la actividad de impresión de ABC se realiza en una nueva planta (Rotomadrid), con tecnología de última generación que comercialmente permite la impresión del diario en "full colour".

ABC ha continuado durante 2009 su intensa actividad social, cultural e institucional, como por ejemplo con la entrega Premios ABC Solidario o la XXI promoción del Máster de Periodismo ABC-Universidad Complutense de Madrid.

ABC afronta el futuro con una marcada tendencia de crecimiento en su cuota de mercado tanto de difusión como de publicidad combinada con una estructura de costes mas ajustada al ciclo actual.

Prensa Gratuita- Qué!

La prensa gratuita, como negocio complementario para VOCENTO, hace posible el acceso a nuevas audiencias que aportan una importante masa crítica. Qué! obtiene según 3ª Ola ac. EGM 2009 una audiencia de 1.698 miles de lectores.

Ante la salida de otros operadores durante 2009, Qué! ha aumentado sus esfuerzos en la reducción de costes (-48,7% ex no recurrentes) y ha centrado su presencia en los mercados más interesantes por ingresos publicitarios, alcanzado acuerdos comerciales con otros editores como respuesta al actual entorno publicitario.

Suplementos y Revistas

VOCENTO edita cada semana el suplemento dominical líder en audiencia en España, XL Semanal y el suplemento femenino también más leído, Mujer Hoy.

Los aspectos más destacables durante 2009 se centran en los siguientes tres hitos:

- i) Liderazgo en audiencias, lo que supone configurar una alternativa frente a la televisión en términos de audiencia y nicho de mercado diferencial,
- ii) el desarrollo de las marcas líderes en Internet y
- iii) la reestructuración del área de revistas.

Según datos de EGM, VOCENTO refuerza en 2009 su liderazgo en el sector de suplementos de información general (XL Semanal, Mujer Hoy, Hoy Corazón y Pantalla Semanal) y en revistas especializadas (Mi Cartera de Inversión). Las Revistas y Suplementos de VOCENTO alcanzan según EGM una audiencia de 6.522 mil lectores con un crecimiento de la audiencia de los Suplementos del +20,1% sobre 2008 (en 2008 no se incluyó en el estudio ni a Hoy Corazón ni a Pantalla Semanal), por encima de sus principales competidores y del mercado de suplementos (+4,2% 3ª ola acumulada EGM 2008/9).

El liderazgo de VOCENTO facilita el posicionamiento en Internet mediante el desarrollo de ofertas integradas, trasladando el poder de prescripción de sus marcas del papel a los portales verticales: Mi Cartera de Inversión con finanzas.com, y Mujer Hoy con Mujerhoy.com.

Ante la nueva situación del mercado donde RTVE ha dejado de comercializar publicidad, las marcas offline y online de los suplementos de VOCENTO se configuran como un soporte alternativo eficaz para el anunciante por su amplia cobertura y audiencias de nicho.

Finalmente, se ha revisado la cartera de revistas y procedido en su caso, a su salida bajo criterio de rentabilidad (i.e. Motor 16 y revistas corporativas de Tecorp).

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

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Prensa Regional	316.306	361.334	(45.028)	(12,5%)
Prensa Nacional	158.983	155.856	3.127	2,0%
Suplementos y Revistas	60.934	78.325	(17.391)	(22,2%)
Prensa Gratuita	14.883	24.770	(9.887)	(39,9%)
Eliminaciones	(38.148)	(38.144)	(4)	(0,0%)
Total Ingresos de Explotación	512.958	582.141	(69.183)	(11,9%)
EBITDA				
Prensa Regional	35.994	54.190	(18.196)	(33,6%)
Prensa Nacional	(56.927)	(43.428)	(13.499)	(31,1%)
Suplementos y Revistas	3.068	6.444	(3.376)	(52,4%)
Prensa Gratuita	(4.749)	(11.988)	7.239	60,4%
Total EBITDA	(22.615)	5.217	(27.832)	(533,5%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Prensa Regional	53.584	69.725	(16.141)	(23,1%)
Prensa Nacional	(24.459)	(32.420)	7.961	24,6%
Suplementos y Revistas	5.530	9.595	(4.065)	(42,4%)
Prensa Gratuita	(3.594)	(10.649)	7.054	66,2%
Total EBITDA ex-no rec.	31.061	36.252	(5.191)	(14,3%)
Resultado Explotación				
Prensa Regional	28.955	46.975	(18.020)	(38,4%)
Prensa Nacional	(49.180)	(21.344)	(27.836)	(130,4%)
Suplementos y Revistas	2.701	6.103	(3.402)	(55,7%)
Prensa Gratuita	(4.905)	(12.131)	7.226	59,6%
Total Resultado Explot.	(22.429)	19.603	(42.033)	(214,4%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Nota: Las principales eliminaciones se producen: a) por las ventas de suplementos (XL Semanal, Pantalla Semanal, Mujer Hoy y Mujer Hoy Corazón) que TESA realiza a la Prensa Regional y a ABC, y b) por los ingresos derivados de la venta y reparto de suscripciones entre los diferentes periódicos de VOCENTO.

Ingresos de Explotación: asciende a 512.958 miles de euros comparado con 582.141 miles de euros en el mismo periodo de 2008. La Prensa Regional aporta 316.306 miles de euros (-12,5%), ABC contribuye 158.983 miles de euros con un crecimiento del +2,0% respecto de 2008, Suplementos y Revistas con 60.934 miles de euros (-22,2%, -11,6% proforma por la salida de las compañías Motor 16 y revistas corporativas de Tecorp), mientras Prensa Gratuita aporta 14.883 miles de euros (-39,9%).

Ventas de Ejemplares: asciende a 230.135 miles de euros (+0,7%).

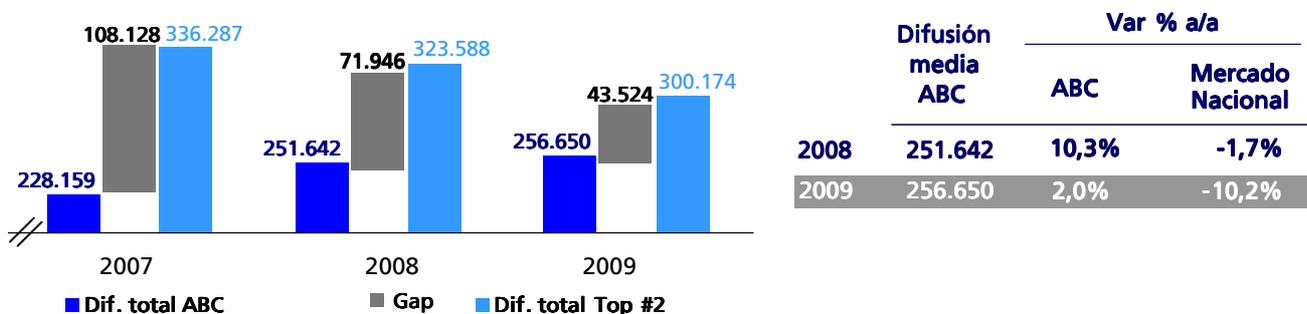
La Prensa Regional registra unas ventas de 145.288 miles de euros (-0,7%) reflejo de la variación en difusión y del incremento de los precios de cabecera de algunos diarios regionales.

ABC contribuye con 78.280 miles de euros (+12,1%) con impacto positivo tanto por el crecimiento de su difusión, como por efecto del incremento en el precio de cabecera.

El crecimiento de difusión de ABC en 2009 es de un +2,0%, que compara con una caída del mercado de prensa nacional del -10,2% ex ABC, Público y La Gaceta. Este crecimiento se apoya especialmente en la venta ordinaria (suscripciones individuales y ventas en kioscos +2,3% vs. mercado -10,5%) y es compatible con una mejora del margen negativo de promociones en 2009.

Esta mejora en difusión permite a ABC reducir a más de la mitad el diferencial con su inmediato competidor durante 2009: gap vs. #2 de 43.524 ejemplares en el 2009 vs. 108.128 ejemplares en 2007.

Evolución de la difusión de ABC vs. #2 y mercado de prensa nacional



Fuente: OJD. Datos en ejemplares 2009 no auditados. Datos de mercado nacional ex Público, La Gaceta y ABC a efectos comparativos.

Suplementos y Revistas aporta 34.258 miles de euros (-14,5%) debido al efecto en perímetro de consolidación por la desinversión en el negocio de revistas corporativas y en la revista Motor 16. El comportamiento del área de Suplementos mantiene su positiva evolución en ventas de ejemplares (+0,5%) en línea con el buen comportamiento de la difusión de ABC (ingresos por venta de ejemplares ajustados por perímetro +0,1%).

Ventas de Publicidad: asciende a 223.779 miles de euros comparado con 296.868 miles de euros en 2008. Destacar el mejor comportamiento en Prensa Regional, ABC y Suplementos de VOCENTO comparado con el mercado en 2009 según el estudio i2p realizado por Media Hot Line. Las ventas de publicidad de Prensa Regional han sido de 133.194 miles de euros, -23,3% vs. -26,5% del mercado, ABC 52.931 miles de euros, -18,3% vs. -26,5% del mercado, y Suplementos y Revistas 23.217 miles de euros (Suplementos 2009 -25,4% vs. mercado -34,3%). Asimismo se ha producido una ralentización en el ritmo de caída de la inversión publicitaria en el último trimestre del año: Prensa Regional 9M09 -25,8%, ABC 9M09 -22,9% y Suplementos 9M09 -33,3%. Prensa Gratuita aporta 14.575 miles de euros, -40,9%, reflejo del impacto de la crisis económica en la inversión publicitaria.

Otros Ingresos: asciende a 59.044 miles de euros (+4,1%). Los ingresos por promociones se mantienen estables en comparación al mismo periodo de 2008.

EBITDA ex no recurrentes: asciende a 31.061 miles de euros (EBITDA -22.615 miles de euros) que compara con 36.252 miles de euros en 2008. Los costes ex no recurrentes ascienden a -53.677 miles de euros debido al proceso de reestructuración llevado a cabo.

- (i) Prensa Regional: alcanza EBITDA ex no recurrentes de 53.584 miles de euros de (28.955 miles de euros de EBITDA) con costes no recurrentes de -17.591 miles de euros. Las medidas de control de costes se reflejan en una reducción de costes operativos ex no

recurrentes del -9,9% (disminución de costes en -29.021 miles del euros) mitigándose parcialmente el impacto de la caída de publicidad. Destaca la reducción de costes de personal mejorando la tendencia trimestre a trimestre (2009 -12,5% ex no recurrentes vs. -11,1% en 9M09), y la mejora en el margen de promociones en comparación con 2008. Dado el esfuerzo en reducción de costes y gracias al ahorro en prensa regional, 2009 cierra con un margen EBITDA ex no recurrentes del 16,9%.

- (ii) ABC: a pesar de la caída publicitaria del sector, ABC reduce el EBITDA negativo ex no recurrentes en +7.961 miles de euros gracias al crecimiento en difusión y los efectos de las medidas de reducción de costes (e.g. costes de personal ex no recurrentes -17,9% vs. 9M09 -14,0% y 1S09 -8,8%) y mejora del margen de promociones. Los costes no recurrentes (-32.468 miles de euros) se corresponden con la reestructuración llevada a cabo principalmente en el primer semestre de 2009.
- (iii) Suplementos y Revistas: alcanza EBITDA ex no recurrentes de 5.530 miles de euros. Destacar la reducción de costes de explotación ajustados por perímetro ex no recurrentes por -5.135 miles de euros, que permite compensar parcialmente la caída en ingresos ex perímetro de -7.781 miles de euros.
- (iv) Prensa Gratuita: pese a la caída en publicidad se reduce el EBITDA negativo ex no recurrentes +7.054 miles de euros hasta -3.594 miles de euros (-4.749 miles de euros de EBITDA). En este área destacan las medidas de optimización de costes adoptadas como la reducción de costes de personal, el cierre de ediciones y delegaciones ó el ajuste de tiradas del diario (descenso de gastos de explotación ex no recurrentes de -17.241 miles de euros, -48,7%).

EBITDA EX NO RECURRENTE E INGRESOS PUBLICIDAD MEDIOS IMPRESOS			
	(Miles de Euros)		
	EBITDA ex no rec. 2009	Var abs EBITDA ex no rec.	Var abs publicidad
Prensa Regional	53.584	(16.141)	(40.391)
Prensa Nacional	(24.459)	7.961	(11.840)
Suplementos y Revistas	5.530	(4.065)	(11.104)
Prensa Gratuita	(3.594)	7.054	(10.106)
Eliminaciones			351
Medios impresos	31.061	(5.191)	(73.089)

Audiovisual

Las decisiones estratégicas del último año en esta área han permitido a VOCENTO posicionarse como un "jugador" más en el panorama audiovisual. VOCENTO opera de forma integrada en el mercado audiovisual a través de una licencia nacional de TDT, y diferentes licencias de TDT autonómica, una cadena generalista de radio, Punto Radio, así como con la participación en productoras de contenidos y en una distribuidora de películas.

• TDT- Televisión Digital Terrestre

VOCENTO compite con el respaldo de licencias en TDT nacional y TDT autonómicas, un recurso escaso y de gran valor, que permiten posicionarse de cara a los retos a los que se enfrentará el sector a partir de 2010, momento en el que se producirá el apagón analógico.

Mercado Nacional (QUITAR EL BULLET DE NACIONAL)

VOCENTO a través de su participación indirecta del 55% en el capital social de Sociedad Gestora de Televisión Net TV S.A. ("NET TV") es uno de los seis operadores privados que cuenta con una licencia de TDT Nacional y en la actualidad emite dos canales de TDT: Canal Disney e Intereconomía TV.

Destacar el incremento progresivo tanto del consumo como de la penetración de la TDT. El consumo de TDT ya es mayoritario en el total de televisión según datos de TN Sofres del mes de diciembre con una cuota del 52,8% (+30,9 p.p. en comparación con diciembre 2008).

Además la TDT supera los 12 millones de hogares y una penetración que alcanza un máximo del 73,8% según 3ª ola EGM 2009 (+28,6 p.p. en comparación con 3ª ola EGM 2008). El Gobierno Español ha anunciado que el cese de las emisiones analógicas se producirá, previsiblemente, el 3 de abril de 2010.

Vocento comparte accionariado en NET TV con The Walt Disney Company Iberia, S.L. (20%). Disney Channel alcanza en el mes de diciembre de 2009 una audiencia media acumulada de más de 4 millones de espectadores con una cuota en TDT del 3,1%, siendo líder dentro de los canales temáticos.

Mercado Autonómico

VOCENTO tiene una posición privilegiada al tener licencias en los mercados más relevantes desde el punto de vista publicitario: Madrid, Comunidad de Valencia, Andalucía y presencia en La Rioja y Murcia.

En el mes de junio se alcanzó un acuerdo estratégico con Viacom por el que los canales autonómicos de VOCENTO se nutrirán, para configurar su parrilla, de los contenidos de alta calidad de uno de los principales proveedores del mundo con reconocidas marcas como MTV, Nickelodeon, Paramount Comedy, VH1, Comedy Central y Spike.

• Radio

Punto Radio es una cadena radiofónica de ámbito nacional, que opera tanto a través de concesiones radiofónicas propias, como de terceros en régimen de asociación. Los hitos más relevantes del ejercicio 2009 se circunscriben a tres áreas:

- i) La ampliación de la cobertura del territorio con nuevas concesiones,
- ii) la evolución de la parrilla y
- iii) la reestructuración de las operaciones en respuesta a la crisis económica que afecta al sector.

En relación a la ampliación de cobertura, merece resaltar en primer lugar la adquisición de la red de emisoras en Cataluña (Onda Ramblas) por parte de Punto Radio y con ella la propiedad de la red de concesiones catalanas que hasta la fecha operaban en régimen de asociación; en segundo lugar destaca la obtención de un número importante de concesiones en las Comunidades Autónomas de

Madrid, Castilla La Mancha y Extremadura. Como resultado de estos acontecimientos la cadena ha ampliado su red con 17 nuevas emisoras, algunas en plazas tan estratégicas como Madrid y Barcelona.

El progresivo despliegue del referido plan en otras Comunidades, unido a los buenos resultados obtenidos por Punto Radio en aquéllas que ya han fallado sus respectivos concursos permite ser optimista respecto de futuras mejoras en la cobertura de la cadena.

En cuanto a las mejoras introducidas en la programación destacan la incorporación de Félix Madero a los primeras franjas horarias de la mañana dentro del programa "Protagonistas", durante el "prime time" de consumo radiofónico y la de María José Sastre por la tarde-noche en el programa "de Costa a Costa".

Como consecuencia de estas actuaciones, Punto Radio consolida su audiencia en 2009 por encima de 530.000 oyentes con un crecimiento del +3% comparado con el año anterior (según promedio de estudios EGM 2008/9).

Finalmente, y en relación a las medidas de contención de costes, especialmente relevante a la luz del actual entorno publicitario, se han centrado los esfuerzos en el ajuste de los costes de programación.

Por último merece una mención la situación de la radio digital. En este VOCENTO mantiene dos concesiones de radio digitales en Punto Radio, y en Corporación de Medios Radiofónicos Digitales, S.A.

• Producción Audiovisual y Distribución.

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 Veralia, holding de productoras audiovisuales que agrupa las productoras BocaBoca Producciones, Europroducciones (con presencia en Italia a través de su filial Europroduzione Italia), Hill Valley (participación del 70%), y Videomedia (participación del 30%) y la distribuidora cinematográfica Tripictures.

Los objetivos de 2009 se resumen en dos aspectos: diversificación de clientes en las productoras y obtención de sinergias en costes. Las productoras de Vocento han cosechado éxitos durante esta temporada, con la producción de Grand Prix (emitido en España y Portugal), Guinness (emitido en Italia, Polonia y Grecia), Se llama Copla, A tu Vera, Un beso y una flor, 21 Días, La hora de José Mota, Hospital Central, Muchachada Nui o la producción de Miniserias para TV como El Pacto o Adolfo Suárez.

De cara al futuro, la aparición de nuevos canales de TDT tanto nacionales como autonómicos, así como nuevas formas de distribución de los contenidos por ADSL, móvil y dispositivos inalámbricos hará que se multiplique la oferta televisiva con proliferación de cadenas y podría suponer una oportunidad de negocio ante la demanda de nuevos contenidos.

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

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
TV Autónoma y Local	10.336	14.157	(3.821)	(27,0%)
TV Nacional	18.558	13.126	5.432	41,4%
Radio	16.773	20.062	(3.288)	(16,4%)
Contenidos	68.777	90.919	(22.142)	(24,4%)
Eliminaciones	(3.010)	(4.883)	1.872	38,3%
Total Ingresos de Explotación	111.435	133.382	(21.947)	(16,5%)
EBITDA				
TV Autónoma y Local	(2.905)	(10.049)	7.144	71,1%
TV Nacional	2.784	(367)	3.151	858,5%
Radio	(5.866)	(10.357)	4.491	43,4%
Contenidos	14.901	14.858	42	0,3%
Total EBITDA	8.914	(5.915)	14.828	250,7%
EBITDA ex-no recurrentes				
TV Autónoma y Local	(2.268)	(9.236)	6.968	75,4%
TV Nacional	2.784	(367)	3.151	858,5%
Radio	(5.218)	(9.767)	4.549	46,6%
Contenidos	15.640	15.882	(242)	(1,5%)
Total EBITDA ex-no rec.	10.938	(3.489)	14.427	413,5%
Resultado Explotación				
TV Autónoma y Local	(4.085)	(11.995)	7.910	65,9%
TV Nacional	2.784	(367)	3.151	858,5%
Radio	(6.298)	(11.233)	4.935	43,9%
Contenidos	(4.523)	(20.178)	15.655	77,6%
Total Resultado Explot.	(12.123)	(43.773)	31.651	72,3%

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Nota: Las eliminaciones se producen por la venta de programas de las productoras a las televisiones locales y a la radio

Ingresos de Explotación: alcanza 111.435 miles de euros, -16,5%, en 2009 principalmente debido a la menor actividad de Contenidos (-24,4%), descenso de publicidad en TDT Autónoma y Local y Radio, compensado por la positiva evolución de TDT Nacional.

Los ingresos de TDT Autónoma y Local alcanzan 10.336 miles de euros (-27,0%) impactados por el entorno publicitario.

En TDT Nacional tras la puesta en marcha del acuerdo estratégico con The Walt Disney Company se produce una mejora de los ingresos de +5.432 miles de euros, poniendo de manifiesto la viabilidad del modelo de la TDT Nacional.

En Radio se alcanzan unos ingresos de 16.773 miles de euros debido principalmente a los menores ingresos publicitarios, cuya evolución muestra una ralentización en su ritmo de caída: (2009 -16,0% vs. 9M09 -26,6%) y desciende en 2009 a una tasa similar a la del mercado (-15,8% según informe i2p realizado por Media Hot Line) pese al déficit de cobertura actual de Punto Radio.

La evolución en Contenidos, 68.777 miles de euros, se debe en parte a la menor actividad de las productoras.

EBITDA ex no recurrentes: progresiva eficiencia con una mejora en EBITDA ex costes no recurrentes de +14.427 miles de euros hasta 10.938 miles de euros (EBITDA 8.914 miles de euros), gracias al positivo impacto en reducción de costes:

- (i) TDT Autonómica y Local: las medidas de reducción de costes generalizadas (centradas en programación y producción) y las desinversiones selectivas en televisiones locales, minoran la base de costes prácticamente a la mitad, y permiten mejorar el EBITDA ex costes no recurrentes en +6.968 miles de euros en un entorno publicitario adverso.
- (ii) TDT Nacional: EBITDA positivo de 2.784 miles de euros y mejora de +3.151 miles de euros, poniendo de manifiesto la viabilidad del modelo de negocio en TDT y su rentabilidad de cara al próximo apagón analógico.
- (iii) Radio: mejora de EBITDA ex costes no recurrentes en +4.549 miles de euros que supone reducir prácticamente a la mitad el EBITDA negativo del pasado año, por la puesta en marcha del programa de reducción de costes y a pesar de la adversa evolución de la publicidad en gran parte del año.
- (iv) Contenidos: EBITDA ex costes no recurrentes 15.640 miles de euros, manteniendo el nivel de EBITDA de 2008 gracias a una mejora de rentabilidad (margen EBITDA 22,7%, +5,3 p.p.) consecuencia de la centralización de servicios corporativos y reducción de costes.

Resultado de Explotación: *(dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución)* asciende a -12.123 miles de euros, que incluyen amortizaciones por -17.387 miles de euros del área de Contenidos.

Internet

El mercado de Internet en España continúa en fase de crecimiento tanto en penetración en la sociedad y en el uso de conectividad de banda ancha (44,6% en 2008 que compara con una penetración del 39,2% en 2007 según Informe eEspaña 2009 fuente INE), como en la utilización de dicho soporte por parte del usuario y del mercado publicitario. Es previsible que la actual tendencia de crecimiento continúe en el medio plazo: según análisis de Atos Consulting el 73% de los hogares españoles tendrán acceso de banda ancha en 2012.

Ante los cambios en la forma de acceder a la información y la necesidad de simultaneidad e interactividad demandada, VOCENTO, apoyado en la capacidad prescriptiva de sus marcas, ha reforzado su posicionamiento en Internet a través de: Ediciones Digitales (portales de noticias que incluyen tanto los portales locales, ABC.es y Que.es), Portales Verticales (finanzas.com y mujerhoy.com), Clasificados (infoempleo.com, pisos.com y Autocasion.com) y Directorios (11870.com).

Más allá de una apuesta estratégica, Internet es una realidad en VOCENTO, que concibe la red como una plataforma privilegiada para sus marcas, un soporte de referencia al que se han adaptado todas y cada una de las cabeceras de la Compañía y que ha permitido la generación de nuevas marcas nacionales de consumo local.

La relevante presencia de los portales de VOCENTO se traduce según análisis de 4 International Media & Newspapers, que sitúa a seis portales en el top10 (ABC.es, Que.es, y ediciones digitales de El Correo, El Diario Vasco, La Verdad y Diario Sur) y a sus 14 portales de noticias en el top20 de portales con mayor audiencia en España (no se incluyen portales ni deportivos ni económicos).

En 2009 VOCENTO ha entrado en el negocio de los directorios con la adquisición de una participación del 33% en 11870.com, que supone una apuesta innovadora y diferenciada de los directorios tradicionales por la presencia de liderazgo de VOCENTO en los mercados locales y por la participación de los usuarios en la configuración de los sitios y servicios ofrecidos. 11870.com alcanza 0,8 millones de usuarios únicos mes, +67%, según Nielsen Netview enero 2010 vs. enero 2009.

La presencia en Internet se completa con B2B a través de Sarenet, compañía que ofrece soluciones de conectividad a empresas.

En Ediciones Digitales de los medios regionales resulta relevante el rediseño de los portales con una clara apuesta tanto por la interactividad del usuario como por la cobertura de noticias y eventos locales y su ilustración con contenidos audiovisuales, lo que permite a los doce portales locales reforzar su liderazgo en sus respectivos ámbitos de influencia.

En ABC.es, que ha tenido un mejor comportamiento online vs. competencia (+58% enero vs. enero 2009 vs. categoría +8% ganando +6 p.p. de cuota de mercado entre top #3 hasta 23%) es significativo en el segundo semestre del año el lanzamiento de la Hemeroteca online, que contiene más de cinco millones de documentos de su publicación centenaria, nuevos contenidos Web 2.0, Web TV, así como la pionera aplicación en movilidad con smartphones (iPhone y sistema Android de Google).

Que.es por su parte ha creado la primera red social de noticias en España, alcanzando en un año 1,3 millones de u.u.m.

En Clasificados destacan las innovaciones en nuevos contenidos y los crecimientos registrados en 2009:

- i) pisos.com: alcanza en un año top #3 con crecimiento del +94% (enero 2010 vs. enero 2009) muy por encima de su categoría +15%. Mantiene un enfoque local con el apoyo del resto de medios de VOCENTO, y ofrece servicios de movilidad como la aplicación para iPhone del buscador de vivienda,
- ii) Infoempleo: desarrollo de una nueva plataforma para facilitar a los usuarios la creación de su propia página Web con la que gestionar su marca personal en la red, y
- iii) Autocasion.com: oferta de una amplia gama de servicios a los usuarios como contenidos editoriales, compra-venta de vehículos de ocasión y oferta de vehículos nuevos.

Por último y dentro de los Portales Verticales, Finanzas.com ha lanzado una nueva herramienta de cartera de valores con funciones avanzadas de análisis de riesgos y comparativa con los principales índices, mientras que, en mujerhoy.com, el valor diferencial del portal reside en su potente comunidad femenina online, dado que es el único site de mujer en el que los usuarios pueden elaborar artículos y columnas de opinión formando parte activa del portal.

Esta apuesta por Internet tiene su reflejo en la posición de VOCENTO como líder entre los medios de comunicación alcanzando según Netview en el mes de enero de 2010 más de diez millones de usuarios únicos al mes (+16,8% vs. enero de 2009).

Ranking audiencias Internet		enero 2010
	Usuarios únicos Mes (miles)	Ranking
Google	22.716	1
Microsoft	21.651	2
Facebook	13.589	3
Telefónica	11.547	4
Yahoo!	11.123	5
Wikimedia	10.599	6
Vocento	10.290	7
Unidad Editorial	9.934	8
Prisacom	9.788	9

En las distintas categorías⁴ clave, VOCENTO obtiene unos notables resultados tanto en sus portales de noticias (VOC #1), como en Clasificados (Infoempleo #2, Pisos.com #3 y Autocasión #6).

⁴ Fuente Nielsen Netview enero 2010

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

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Ediciones Digitales	18.602	15.651	2.951	18,9%
Portales Verticales	4.152	4.021	131	3,2%
Clasificados	11.697	13.677	(1.979)	(14,5%)
B2B	19.919	27.426	(7.506)	(27,4%)
Eliminaciones	(2.126)	(1.865)	(261)	(14,0%)
Total Ingresos de Explotación	52.245	58.909	(6.664)	(11,3%)
EBITDA				
Ediciones Digitales	(2.821)	(188)	(2.633)	n.r.
Portales Verticales	(1.801)	(1.078)	(723)	(67,1%)
Clasificados	(3.519)	(669)	(2.850)	(426,2%)
B2B	3.681	3.671	10	0,3%
Total EBITDA	(4.460)	1.736	(6.196)	(357,0%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Ediciones Digitales	(1.851)	(159)	(1.691)	n.r.
Portales Verticales	(1.579)	(1.079)	(501)	(46,4%)
Clasificados	(3.110)	(598)	(2.511)	(419,6%)
B2B	4.026	3.688	338	9,2%
Total EBITDA ex-no rec.	(2.514)	1.852	(4.365)	(235,8%)
Resultado Explotación				
Ediciones Digitales	(3.611)	(681)	(2.930)	(430,2%)
Portales Verticales	(2.330)	(1.654)	(676)	(40,9%)
Clasificados	(4.706)	(1.394)	(3.312)	(237,6%)
B2B	2.699	2.612	86	3,3%
Total Resultado Explot.	(7.949)	(1.117)	(6.832)	(611,9%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Nota: Las principales eliminaciones provienen del servicio de conectividad y venta de contenidos que se producen fundamentalmente entre las empresas del sector B2B y el resto de las sociedades que componen el área de actividad de Internet.

Ingresos de Explotación: ascienden a 52.245 miles de euros (2009 -11,3% vs. 9M09 -13,6%) por el efecto de perímetro de consolidación tras la desinversión de La Trastienda Digital en B2B (7.270 miles de euros en ingresos 2009 y sin impacto material en EBITDA). Descontando el efecto de perímetro los ingresos del área habrían crecido +1,2%.

En términos proforma el notable crecimiento en publicidad del +21,0% compensa la menor actividad en los sectores de empleo, inmobiliario y motor, con un crecimiento de los ingresos de B2C (65,9% del total del área) del +3,3% sobre 2008.

Venta de Publicidad: incremento del +21,0% hasta 23.986 miles de euros, que ya suponen el 8,7% del total de ingresos publicitarios de VOCENTO (+3,1 p.p. vs. 2008). La mejora en usuarios únicos mensuales y la presencia relevante en los portales de noticias (nicho de mercado cada vez más valorado por el anunciante por su poder de prescripción sobre el usuario), tienen su reflejo en los ingresos de publicidad relacionados con B2C (+23,7%) que en el actual entorno publicitario compara con un crecimiento del mercado del +3,1%, según estimación del estudio i2p realizado por Media Hot Line.

En tasa de crecimiento y por segmento de negocio, los ingresos de publicidad crecen de la siguiente forma: Ediciones Digitales +25,3% y Clasificados +31,1% aunque existe una difícil coyuntura en sus mercados.

Otros Ingresos: alcanza 28.142 miles de euros un descenso del -27,7%, debido al citado efecto de perímetro de consolidación por la desinversión de La Trastienda Digital en B2B (otros ingresos proforma -11,0%) y al impacto de la actual crisis en el mercado laboral.

EBITDA ex no recurrentes: alcanza -2.514 miles de euros ex costes no recurrentes (EBITDA -4.460 miles de euros), como consecuencia de la apuesta estratégica por Clasificados y continuo desarrollo de las Ediciones Digitales.

Otros Negocios

Adicionalmente a las actividades en Medios Impresos, Audiovisual e Internet mencionadas anteriormente, VOCENTO desarrolla los siguientes negocios: Impresión, Distribución, y Otras Participadas vinculadas con la multimedia regional.

Dentro de las principales actividades destaca Comeco Impresión y Distribuciones Comecosa cuyo negocio está vinculado al área de Medios Impresos. A finales de 2006, se puso en marcha el plan de segregación de centros de impresión de ciertos periódicos regionales, junto con otros grupos editoriales, o en solitario para, por un lado, liberar de operaciones industriales al editor, y por otro realizar una actualización tecnológica de los equipos que mejore la calidad de impresión, así como las posibilidades de encartes y manipulados.

Dentro del citado proceso de segregación, destacar que desde el mes de noviembre de 2009 la impresión del diario ABC se produce en la nueva planta de Rotomadrid que comercialmente permite la impresión del diario en "full colour".

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

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Distribucion	172.714	173.992	(1.278)	(0,7%)
Impresión	31.974	32.024	(50)	(0,2%)
Otras Participadas	12.137	13.882	(1.745)	(12,6%)
Eliminaciones	(893)	(1.288)	395	30,7%
Total Ingresos de Explotación	215.932	218.609	(2.677)	(1,2%)
EBITDA				
Distribucion	3.032	3.173	(141)	(4,5%)
Impresión	8.693	11.313	(2.620)	(23,2%)
Otras Participadas	(2.406)	407	(2.813)	(691,2%)
Total EBITDA	9.319	14.893	(5.574)	(37,4%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Distribucion	3.055	3.329	(274)	(8,2%)
Impresión	10.739	11.410	(672)	(5,9%)
Otras Participadas	(106)	747	(853)	(114,2%)
Total EBITDA ex-no rec.	13.687	15.486	(1.799)	(11,6%)
Resultado Explotación				
Distribucion	2.539	2.694	(155)	(5,8%)
Impresión	3.102	3.549	(447)	(12,6%)
Otras Participadas	(2.542)	167	(2.709)	n.r.
Total Resultado Explot.	3.099	6.410	(3.312)	(51,7%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Nota: Las eliminaciones que se producen se deben: a) la distribución de los gratuitos por parte de las distribuidoras y b) a la eliminación de la impresión de los gratuitos.

Ingresos de Explotación: alcanzan 215.932 miles de euros, -1,2%, reflejo de la vinculación de Impresión y Distribución con el área de Medios Impresos.

EBITDA ex no recurrentes: asciende a 13.687 miles de euros. En el área de Impresión alcanza 10.739 miles de euros (EBITDA de la planta de Rotomadrid 761 miles de euros) y en Distribución 3.055 miles de euros ex costes no recurrentes compensándose la menor actividad en el área de Medios Impresos con un esfuerzo en costes y la diversificación en la distribución de productos de Distribución.

Principales datos operativos

Medios Impresos

Datos de Difusión Media	2009	2008	Var Abs	Var%
Prensa Nacional- ABC	256.650	251.641	5.008	2,0%
Prensa Regional	453.928	79.104	(25.173)	(5,3%)

Fuente: OJD. Datos 2008 certificados

Audiencia ('000)	3ª Ola 09	3ª Ola 08	Var Abs	Var%
Prensa Nacional- ABC	728	701	27	3,9%
Prensa Regional	2.468	2.490	(22)	(0,9%)
Suplementos				
XL Semanal	3.493	3.312	181	5,5%
Mujer Hoy	2.176	2.049	127	6,2%
Mujer Hoy Corazón	308	n.a.	308	n.a.
Pantalla Semanal	459	n.a.	459	n.a.
Inversión y Finanzas	86	138	(52)	(37,7%)

Prensa Gratuita-Qué 1.698 2.255 (557) (24,7%)

Fuente: EGM Olas Acumuladas. Audiencia de Prensa Regional calculado como suma de audiencias de los 12 periódicos regionales

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	2009	2008	Var Abs
Penetración TDT en hogares (1)	73,8%	45,2%	28,6 p.p.
Cuota audiencia TDT(2)	52,8%	21,9%	30,9 p.p.
Cuota audiencia Disney Channel TDT (2)	3,1%	n/d	n/d

PUNTO RADIO	3ª Ola 09	3ª Ola 08	Var Abs
Oyentes (L-V) (3)	464.000	497.000	(33.000)

Fuentes:

(1) AIMC- EGM (2) TN Sofres último mes (3) Olas EGM - Radio XXI

Internet

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	dic-09	dic-08	Var Abs	Var%
Vocento	9.650	9.186	464	5,1%
	ene-10	ene-10	Var Abs	Var%
Vocento	10.290	8.810	1.480	+16,8%

Fuente: Nielsen Net View

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 de cualquier tipo de documento o compromiso.

Contacto

Relación con Inversores y Accionistas

C/ Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Tel.: 91.339.98.09
Fax: 91.742.63.52
e-mail: ir@vocento.com