

Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

RESULTADOS ENERO-DICIEMBRE 2016

28 de febrero de 2017

vocento

INTRODUCCIÓN: VOCENTO ANTE EL ENTORNO ECONÓMICO

La economía española confirma su recuperación con un crecimiento del PIB en 2016 del +3,2% según primera estimación del INE. Esta recuperación se sostiene en el empleo que ha crecido un 3,0% durante el pasado año según las afiliaciones a la Seguridad Social. Al notable crecimiento de la ocupación cabe añadir el positivo impacto de shocks externos, como son el reducido precio del petróleo, los bajos tipos de interés, así como la creciente inseguridad en destinos turísticos como Egipto o Turquía.

Esta expansión de la actividad, con un crecimiento del consumo de los hogares del 3,1% según el consenso del Panel Funcas, no ha tenido su total reflejo en el mercado publicitario que ha crecido en un 2,9%, con Prensa e Internet un -7,1% y un +14,0%, respectivamente.

Las perspectivas para 2017 son de una ralentización en el ritmo de crecimiento de la economía hasta el 2,4%, según el consenso del panel de Funcas. Por su parte, se estima que la inversión publicitaria crezca algo menos en 2017 que en 2016, un 2,2% según i2p, con una variación estimada del -7,3% en prensa y del +8,2% en Internet, que superaría a la prensa como soporte publicitario.

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.

En la organización de la información de gestión, se definen las líneas de actividad de Periódicos, Audiovisual, y Clasificados. Esta agrupación de la información será la utilizada para el reporte al mercado e incluye todos los negocios donde VOCENTO está presente, y que están asignados a cada uno de los tres segmentos de negocio.

Desglose de áreas de actividad de VOCENTO 2016

PERIODICOS (print y digital)			SUPLEMENTOS Y REVISTAS
REGIONALES	ABC		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El Correo ▪ La Verdad ▪ El Diario Vasco ▪ El Norte de Castilla ▪ El Diario Montañés ▪ Ideal ▪ Sur ▪ Las Provincias 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El Comercio ▪ Hoy ▪ La Rioja ▪ Imprentas locales ▪ Distribución local (Beralón) ▪ Agencia de noticias (Colpisa) ▪ Comercializadoras locales ▪ Otras participadas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ABC ▪ Imprenta nacional 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ XL Semanal ▪ Mujer Hoy ▪ Corazón CZN TVE ▪ Inversión y Finanzas ▪ Mujerhoy.com ▪ Finanzas.com
AUDIOVISUAL			CLASIFICADOS
TDT	RADIO	CONTENIDOS	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ TDT Nacional - Net TV 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licencias de radio analógica ▪ Licencias de radio digital 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia Contenidos (BocaBoca, Europroducciones y Hill Valley) ▪ Veralia Cine 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pisos.com ▪ Infoempleo ▪ Autocasión

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) medidas de ajuste de plantilla y "one offs" y 2) impactos generados por cambios en el perímetro y por decisiones estratégicas de negocio (i.e. venta del inmueble de ABC en 2016).

Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios 2016

Ingresos publicitarios descienden un -2,2% en un mercado por debajo de las expectativas

Mejora del margen 2016 €+0,1m, pero ingresos por venta ejemplares -5,8%

Mejora del EBITDA comparable +4,1% hasta €52,2m

Beneficio neto comparable positivo €3,2m, pero impacto por cambios en Impuesto Sociedades (sin efecto en caja) llevan a un beneficio reportado €-60m

Deuda financiera neta/EBITDA comparable 2016 de 1,3x vs 2015 2,2x

- **Ingresos publicitarios -2,2% en un mercado de más a menos**
 - i. Los ingresos publicitarios de VOCENTO en 2016 descienden un -2,2%, en un entorno de mercado publicitario de más a menos: previsión 2016E de +5,0%¹ en 1T16 a 2,9% real.
 - ii. Mejora de la cuota de mercado en offline: publicidad de las marcas de VOCENTO offline -6,6% vs mercado -7,1%¹. Menor crecimiento de las marcas online y clasificados +12,4% vs mercado +14,0%¹.
 - iii. Creciente exposición en digital: en 2016 un 31,1% del total ingresos publicitarios provienen de digital, incremento de +3,4 p.p. sobre 2015. La apuesta digital se traduce en los lanzamientos de Local Digital Kit, Oferplan Store y de los modelos premium Diario Vasco y Diario Montañés on+.
- **Ingresos por venta ejemplares -5,8%, con mejora de cuota de ABC**
 - i. En la Comunidad de Madrid, ABC incrementa en 2016 su cuota de difusión ordinaria en +0,8 p.p. hasta el 26,5%².
- **Limitada exposición al Ibex 35 (5,2% del total ingresos) y sector público (6,6%)**
- **Mejora del EBITDA comparable +4,1% hasta 52.238 miles de euros**
 - i. Ejecución del Plan de Eficiencia: reducción de los costes de personal comparables 2016 en -4,3%³.
 - ii. Plan Industrial: mejora del margen de ejemplares a pesar de la caída de la difusión y la venta de ejemplares 2016 vs 2015 por +104 miles de euros.
 - iii. Crecimiento del EBITDA de ABC en 2016 +1.899 miles de euros hasta 7.757 miles de euros.
- **Beneficio neto negativo 60.011 miles de euros que incluye efectos no ordinarios. Sin ellos, el Resultado neto comparable sería positivo en 3.225 miles de euros**
 - i. Plusvalía de la venta del edificio de ABC después de impuestos por 16.267 miles de euros.
 - ii. Impacto negativo de los cambios en el Impuesto de Sociedades por 79.502⁴ por miles de euros después de minoritarios, (ajuste contable no caja).
- **Reducción de Deuda Financiera Neta con generación de caja operativa ordinaria de 21.421 miles de euros a cierre de 2016**
 - i. Entrada de caja por la venta de la sede de ABC en diciembre por 35.000 miles de euros.
 - ii. Deuda financiera neta/EBITDA comparable 2016 1,3x. La DFN desciende hasta 66.412 miles de euros.
 - iii. Generación de cash flow ordinario positivo por 21.421 miles de euros.

¹ Fuente: i2p.

² Fuente OJD. Difusión de pago ordinaria (incluye venta en quiosco y suscripciones individuales).

³ Excluye medidas de ajuste de personal y "one offs" 2016 -10.115 y 2015 -2.556 miles de euros.

⁴ Resultado de sumar al efecto de la reforma fiscal por -81.545 miles de euros, otros efectos no ordinarios en impuestos por -1.063 miles de euros, y el impacto en minoritarios por 3.106 miles de euros.

Principales datos financieros

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	2016	2015	Var Abs	Var %
Venta de ejemplares	182.733	194.043	-11.310	-5,8%
Ventas de publicidad	162.981	166.645	-3.664	-2,2%
Otros ingresos	103.051	106.958	-3.907	-3,7%
Ingresos de explotación	448.765	467.646	-18.881	-4,0%
Personal	-154.814	-156.119	1.305	0,8%
Aprovisionamientos	-67.246	-74.036	6.789	9,2%
Servicios exteriores	-182.516	-188.887	6.371	3,4%
Provisiones	-2.065	-965	-1.100	-113,9%
Gastos de explotación sin amortizaciones	-406.642	-420.007	13.366	3,2%
EBITDA	42.123	47.638	-5.515	-11,6%
Amortizaciones	-18.650	-20.055	1.405	7,0%
Resultado por enajenación de inmovilizado	20.881	-569	21.450	n.r.
EBIT	44.354	27.015	17.339	64,2%
Deterioro de fondo de comercio	-2.500	-5.350	2.850	53,3%
Resultado sociedades método de participación	-110	257	-368	-142,8%
Resultado financiero y otros	-6.752	-5.245	-1.507	-28,7%
Resultado neto enaj. activos no corrientes	-177	-1.516	1.339	88,3%
Resultado antes de impuestos	34.814	15.161	19.653	129,6%
Impuesto sobre sociedades	-92.570	-6.057	-86.513	n.r.
Resultado neto antes de minoritarios	-57.756	9.104	-66.860	-734,4%
Accionistas minoritarios	-2.255	-5.023	2.768	55,1%
Resultado atribuible Sociedad Dominante	-60.011	4.081	-64.092	n.r.
Gastos de personal comparables ¹	-144.699	-151.213	6.514	4,3%
Gastos explotación sin amort. Comparables ¹	-396.527	-417.451	20.925	5,0%
EBITDA comparable ¹	52.238	50.194	2.044	4,1%
EBIT comparable ^{1 2}	33.588	30.139	3.449	11,4%

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 y "one offs" 2016 -10.115 y 2015 -2.556 miles de euros.

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 2016 20.881 miles de euros y 2015 -569 miles de euros.

Ingresos de explotación

Los ingresos totales en 2016 alcanzan 448.765 miles de euros, una disminución del 4,0% comparado con 2015.

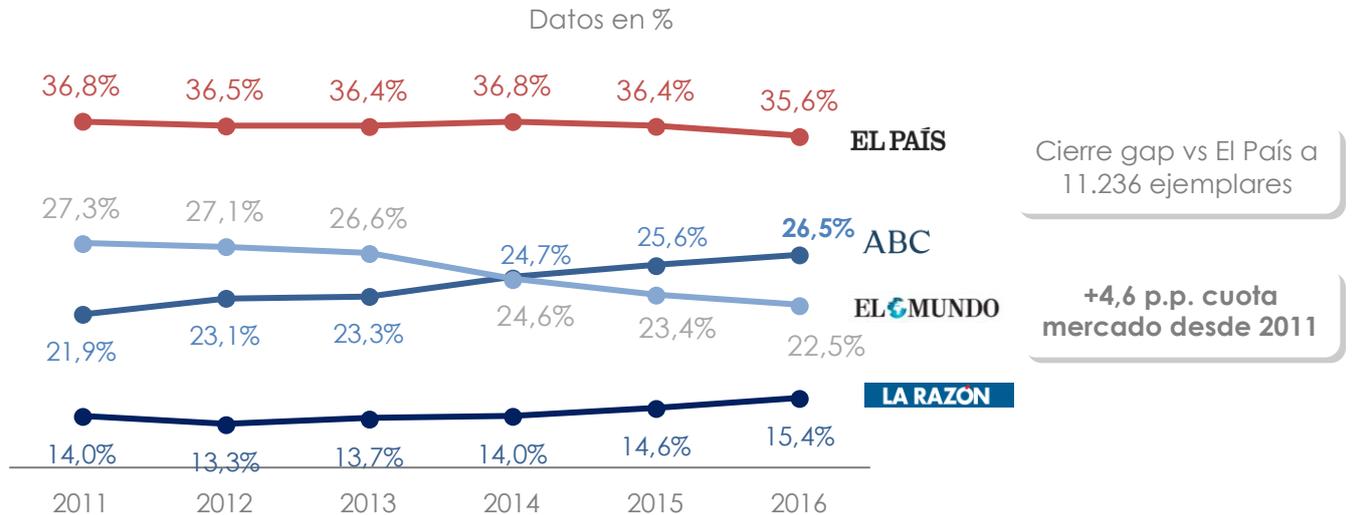
Cabe destacar que la procedencia de estos ingresos está muy atomizada y es poco dependiente de ningún sector en particular. Sólo el 5,2% de los ingresos totales provienen del IBEX 35, y el 6,6% del sector público, niveles ligeramente inferiores a los de 2015.

- i. Ventas de ejemplares experimenta una caída del -5,8%, e incluye descensos en Prensa Regional del -4,3% y en ABC del -9,3%. En ABC se han incrementado los precios de

cabecera durante el 2016 en domingo de €2,8 a €3,0 y ha continuado en su política de retirada de ventas no rentables.

En ABC, destaca la evolución de difusión ordinaria en la Comunidad de Madrid desde 2011. ABC ha ganado 6 puntos de cuota hasta el 26,5%, consolidando su posición como #2 y reduciendo el diferencial contra el líder durante el pasado año.

Evolución de la cuota de difusión ordinaria de¹ en la Comunidad de Madrid



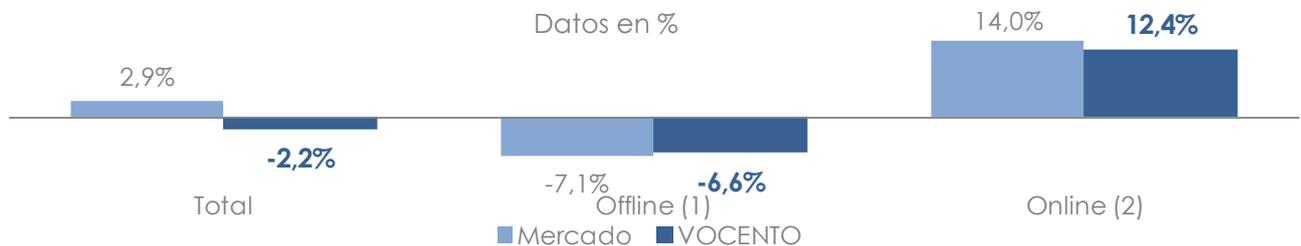
Nota 1: fuente OJD. Venta en kiosco y suscripciones individuales. Datos 2016 no certificados.

Cabe destacar la importancia de Madrid que supone el 35% de la difusión de las cabeceras nacionales, y que es una plaza clave para el anunciante.

- ii. Los ingresos por venta de publicidad descienden en 2016 un -2,2%, en un año por debajo de las expectativas.

VOCENTO registra un comportamiento algo mejor que el mercado en offline con un descenso del -6,6% en comparación con un -7,1% del mercado. El crecimiento en online es algo inferior al del mercado: +12,4% marcas de VOCENTO vs 14,0% mercado.

Evolución publicidad de VOCENTO vs mercado 2016



Nota 1: fuente de mercado i2p. Prensa Regional y ABC. Nota 2: fuente de mercado i2p. Portales Locales, ABC.es y Clasificados.

El año 2016 se ha caracterizado por un crecimiento publicitario del mercado por debajo de las expectativas iniciales, y donde las previsiones se han ido revisando a lo largo del año a la baja desde el 5,0% en el inicio del año a un 2,9% al final.

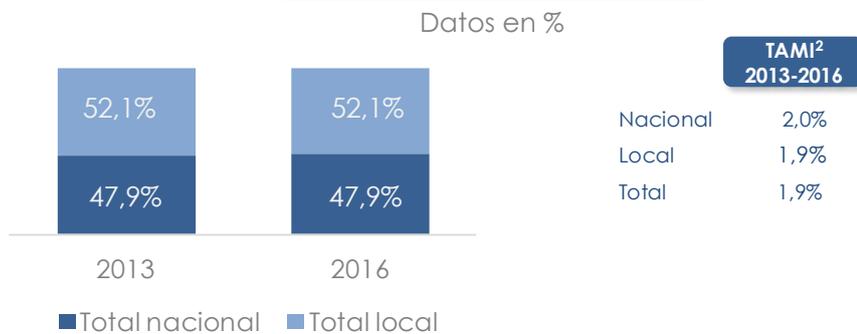
Evolución trimestral y previsiones anuales del mercado publicitario para 2016



Nota 1: fuente de mercado i2p. Prensa Regional y ABC.

El mix de ingresos publicitarios de VOCENTO se encuentra equilibrado entre publicidad nacional y local.

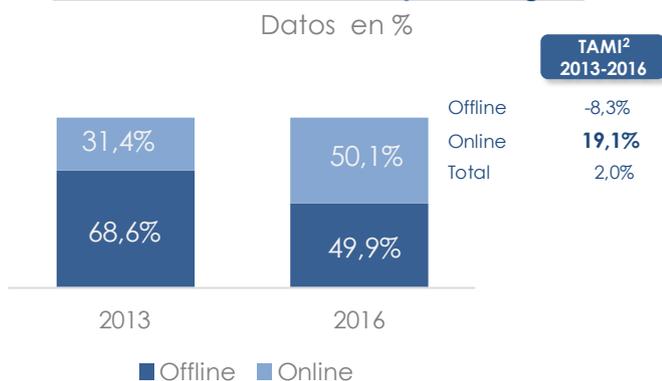
Publicidad nacional vs local¹



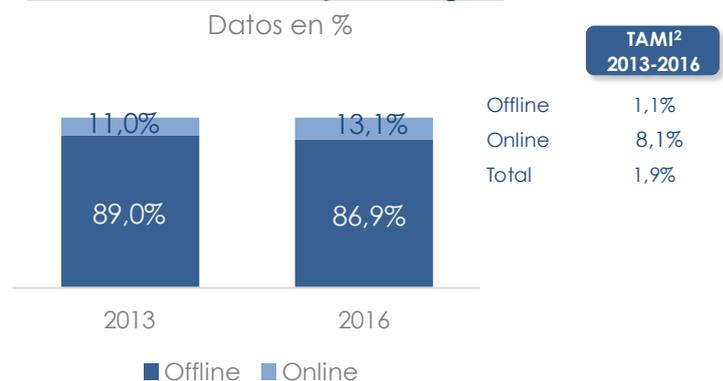
Nota 1: Datos de publicidad bruta 2013-2016. Nota 2: tasa anual media de incremento.

En cuanto al perfil de ingresos de VOCENTO, sigue ganando peso digital, en especial en nacional.

Publicidad nacional¹: Papel vs Digital



Publicidad local¹: Papel vs Digital



Nota 1: Datos de publicidad bruta 2013-2016. Nota 2: tasa anual media de incremento.

Considerando no solo los ingresos de publicidad digitales de VOCENTO, sino también los derivados de los nuevos modelos de negocio digitales basados en e-commerce, contabilizados dentro de otros ingresos, el incremento en 2016 es de 3,4 p.p. en comparación con 2015 hasta alcanzar el 31,1% del total de los ingresos publicitarios y nuevos negocios.

Evolución del perfil de ingresos publicitarios hacia digital y nuevos negocios



En perspectiva, se observa un notable incremento del peso digital en el perfil de ingresos de Vocento, que ha pasado del 13,2% en 2011 al 31,1% en 2016.

Peso sobre el total de ingresos¹ publicitarios de digital



Nota 1: digital incluye los ingresos publicitarios y los de e-commerce.

- iii. Otros Ingresos se reducen un -3,7% sobre 2015 debido a los menores ingresos en el área de Periódicos que se explica por una política más selectiva en promociones de ABC y a la menor actividad de las imprentas locales.

Gastos de explotación

Los costes comparables en 2016 descienden un -5,0%, excluidas las medidas de ajuste de personal y "one offs" por -10.115 miles de euros en 2016 y por -2.556 miles de euros en 2015.

Por partidas de gastos, destacan la disminución en los costes de aprovisionamientos -9,2% y en los costes de personal comparables -4,3%.

Por áreas, destaca la reducción de costes comparables en Periódicos por el impacto del Plan de Eficiencia -costes de personal- y del Plan Industrial -costes variables de papel, impresión y distribución-. Por otra parte, el incremento de los costes operativos en Audiovisual y en Clasificados se explica por una mayor actividad de las productoras y por tratarse de un área en crecimiento, respectivamente.

Detalle de costes operativos comparables por área de negocio

Costes operativos comparables (miles de euros)	2016	2015	Var Abs	Var %
Periódicos	-339.693	-361.209	21.515	6,0%
Audiovisual	-35.933	-34.721	-1.213	-3,5%
Clasificados	-15.739	-14.604	-1.135	-7,8%
Estructura y eliminaciones	-5.161	-6.918	1.757	25,4%
Total	-396.527	-417.451	20.925	5,0%

EBITDA comparable

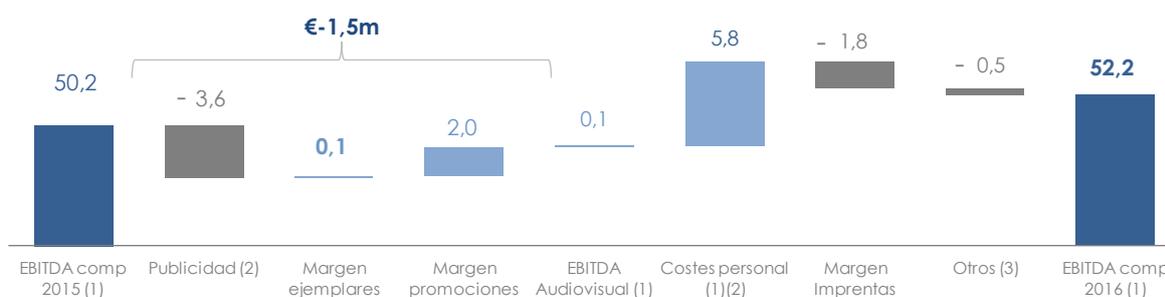
El EBITDA comparable en 2016 alcanza 52.238 miles de euros, lo que supone un crecimiento de +2.044 miles de euros, un +4,1%, en comparación con 2015. El margen EBITDA comparable también experimenta una mejora de 0,9 p.p. hasta el 11,6%.

Los principales impactos en la variación del EBITDA comparable son:

- i. La publicidad y los márgenes de ejemplares y promociones restan -1.493 miles de euros.
- ii. Las medidas en costes de personal derivadas del Plan de Eficiencia permiten un ahorro de 5.750 miles de euros en 2016.
- iii. El descenso de la actividad en el negocio de impresión tiene un impacto de -1.792 miles de euros, en parte resultado del cierre de las imprentas y su externalización.
- iv. Resto de partidas: principalmente, costes comerciales y mayores gastos asociados con el desarrollo digital por -499 miles de euros.

Detalle del movimiento de EBITDA comparable¹ 2015-2016

Datos en variación en 2016 vs 2015 excepto para EBITDA comparable. Todas cifras en €m



Nota 1: excluye medidas ajuste personal y "one offs" y 2015 €-2,6m y 2016 €-10,1m. Nota 2: variación ex. Audiovisual e imprentas. Nota 3: costes comerciales y otros.

Por área de negocio, cabe destacar en el acumulado del año:

- i. Periódicos⁵: EBITDA comparable en 2016 de 47.035 miles de euros, con una mejora de 418 miles de euros sobre 2015, y un incremento en la rentabilidad sobre margen EBITDA comparable de 0,7 p.p. hasta 12,2 %.
- ii. Audiovisual⁶: prácticamente sin variación, con un EBITDA comparable 2016 de 12.710 miles de euros, que compara con 12.634 miles de euros en 2015.
- iii. Clasificados⁷: alcanza un EBITDA comparable en 2016 de 2.076 miles de euros, un incremento de 1.244 miles de euros sobre 2015 gracias al crecimiento publicitario.

⁵ Periódicos: excluye medidas de ajuste de personal y "one offs" 2016 -6.787 y 2015 -1.606 miles de euros.

⁶ Audiovisual: excluye medidas de ajuste 2016 30 miles euros y 2015 46 miles de euros.

⁷ Clasificados: excluye medidas de ajuste 2016 -61 miles de euros y 2015 -171 miles de euros.

Evolución del EBITDA comparable¹ por área de negocio 2016

Datos en variación en 2016 vs 2015 excepto para EBITDA comparable. Todas cifras en €m

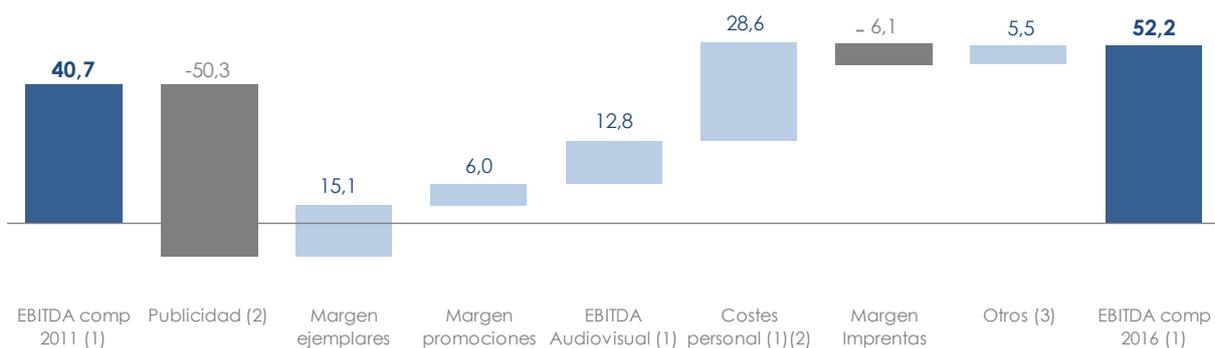


Nota 1: excluye medidas ajuste personal y "one offs" 2015 €-2,6m y 2016 €-10,1m.

Desde 2011, el EBITDA comparable mejora gracias a las múltiples medidas en costes que más que compensan el descenso de la publicidad. Además, las decisiones estratégicas ejecutadas en el área de Audiovisual hacia modelos de negocio más rentables como han sido el caso de la Televisión Nacional o de la Radio, han tenido un impacto positivo.

Evolución del EBITDA comparable¹ 2011-2016

Datos en variación en €m 2016 vs 2015 excepto para EBITDA comparable



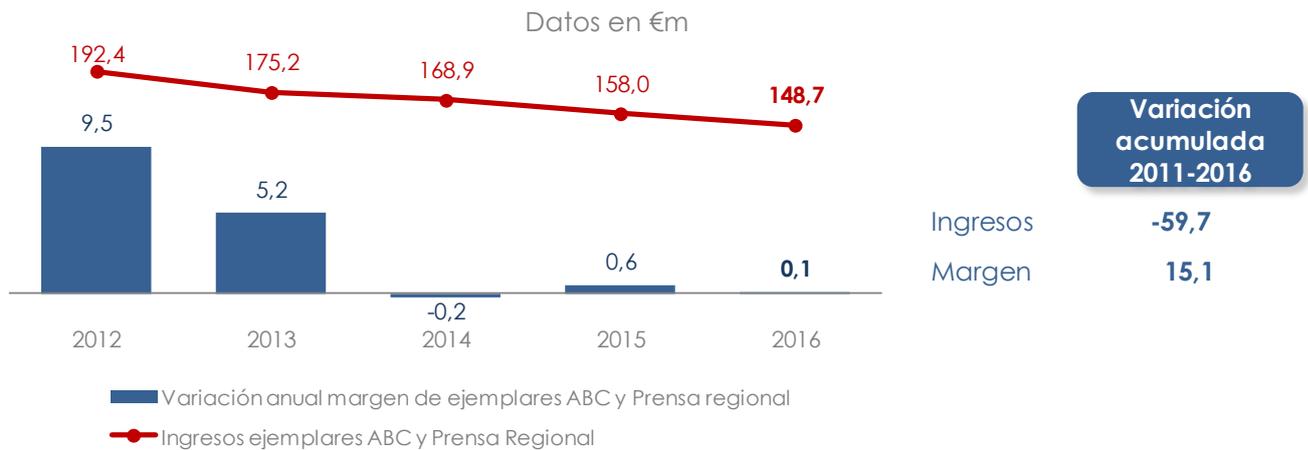
Nota 1: no incluye medidas de ajuste de personal ni "one offs". Nota 2: variación ex Audiovisual y Qué!. Nota 3: descenso de costes redacción, diversos y cambios de perímetro.

Como se aprecia en el siguiente gráfico, una de las claves de la mejora en EBITDA comparable desde 2011 ha sido el control del margen de venta de ejemplares mediante un incremento de los precios de cabecera y un ahorro de los costes variables.

El impacto del descenso en los ingresos por venta de ejemplares en 2011-2016 de -59.666 miles de euros ha podido ser más que compensado en EBITDA comparable gracias a las medidas en costes de impresión, papel y distribución. Entre estas medidas, englobadas dentro del Plan Industrial, se incluyen el cierre de algunos centros de impresión y su posterior externalización.

Todas estas acciones en costes variables han permitido una mejora del margen de ejemplares de 15.093 miles de euros desde 2011 a 2016.

Evolución margen de ejemplares 2011-2016



Resultado de explotación (EBIT)

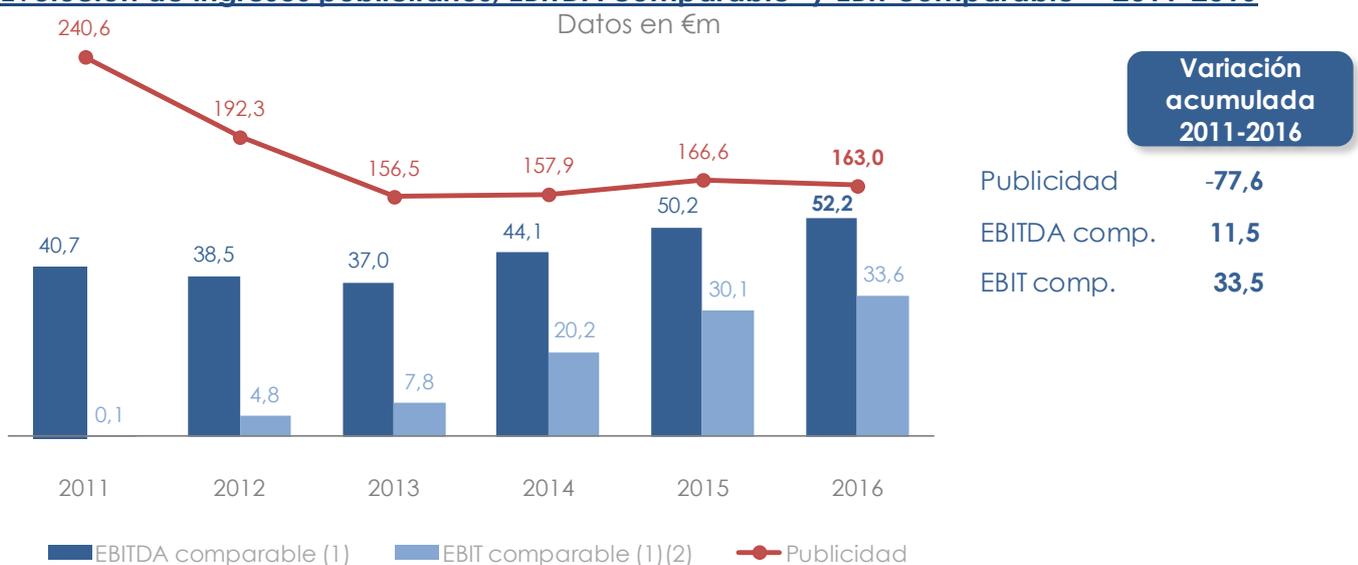
El resultado de explotación en 2016 se sitúan en 44.354 miles de euros, un 64,2% superior al de 2015. Dicho crecimiento se explica por la mejora operativa en el EBITDA comparable, el descenso en las amortizaciones y el resultado positivo de la venta de la sede de ABC.

La desinversión de la sede ABC ha tenido un impacto antes de impuestos de 21.689 miles de euros. En cuanto a las amortizaciones, éstas descienden en 1.405 miles de euros debido principalmente a Contenidos.

Respecto del EBIT comparable, sin extraordinarios ni one-offs, el EBIT se incrementa en un +11,4% hasta 33.588 miles de euros. Destacar que todas las áreas están en EBIT comparable positivo.

La tendencia tanto del EBITDA como del EBIT comparable en los últimos años es de mejora. En 2013, el EBIT comparable era de 7.818 miles de euros, mientras que en 2016 ya alcanza los 33.588 miles de euros, un incremento de 25.770 miles de euros que cuadriplica el de los ingresos publicitarios en ese periodo de 6.511 miles de euros.

Evolución de ingresos publicitarios, EBITDA comparable¹ y EBIT comparable^{1 2} 2011-2016



Nota 1: excluye medidas ajuste personal y "one offs". Nota 2: excluye Resultado enajenación de inmovilizado y deterioros.

Saneamiento de fondo de comercio

Asciende a -2.500 miles de euros, debido al deterioro del fondo de comercio de la división de Contenidos originado por la progresiva reducción de la vida residual del catálogo de derechos cinematográficos, así como del de Federico Domenech.

Diferencial financiero

La variación del diferencial financiero, desde -5.245 miles de euros en 2015 a -6.752 miles de euros en 2016, se explica por diversos ingresos financieros en 2015 entre los que destacan el derivado de la renegociación de las opciones de venta sobre Las Provincias por 1.177 miles de euros, y el cobro de un dividendo en Val Telecomunicaciones.

Los gastos financieros descienden en 1.004 miles de euros, tras la reducción de la deuda financiera media y el menor coste financiero derivado de la renegociación de las condiciones del préstamo sindicado en el segundo semestre de 2015.

Beneficio antes de impuestos

Asciende a 34.814 miles de euros. Si se excluye el efecto de la venta de la sede de ABC sería positivo por 13.126 miles de euros.

Impuesto sobre sociedades

El gasto por impuestos de 92.570 miles de euros en 2016 se ve afectado de forma notoria por el Real Decreto Ley 3/2016 que modifica algunos aspectos del Impuesto de Sociedades, con un impacto contable de 82.608 miles de euros y -no de caja-.

Es importante resaltar que los cambios en el Impuesto de Sociedades afectan solo a las sociedades en Territorio Común y tienen tres efectos a destacar:

- i. limitación en la compensación de bases imponibles negativas desde el 70% al 25%, lo que dilata muy significativamente su aprovechamiento. Por ello, se ha reducido su valor contable en los Estados Financieros, sin que esto afecte a su valor fiscal nominal, que se mantiene.
- ii. limitación en la compensación de deducciones por doble imposición del 100% al 50% de la cuota íntegra y
- iii. reversión de los deterioros fiscales anteriores al 2013 de participaciones, que se incorporan a la base imponible y se reflejan contablemente.

El impacto contable total ha sido de 82.608 miles de euros, sin que esto haya tenido efecto en caja durante 2016.

En cuanto a la venta del pasado mes de diciembre de la sede de ABC, en Juan Ignacio Luca de Tena 7, Madrid, a Axiare Patrimonio Socimi S.A. ha supuesto la entrada bruta de caja por 35.000 miles de euros, con unas plusvalías antes de impuestos de sociedades de 21.689 miles de euros, después de impuestos por 16.267 miles de euros, y la firma de un contrato de alquiler a cinco años.

Accionistas minoritarios

El menor resultado atribuido a los minoritarios, -2.255 miles de euros en 2016 frente a -5.023 miles de euros en 2015, se explica por el impacto de la reforma fiscal en el resultado atribuido a los socios minoritarios.

Resultado neto atribuible a la sociedad dominante

El resultado neto consolidado en 2016 es de -60.011 miles de euros en comparación con 4.081 miles de euros el pasado año. Si se excluyen los efectos de la venta de la sede de ABC y de la reforma del Impuesto de Sociedades, el resultado neto hubiera sido positivo por 3.225 miles de euros, en línea con el resultado de 2015.

Cuenta de resultados 2016 sin efectos extraordinarios

Datos en €m

	Reportado	Sin efecto RDL 3/2016 ni venta sede
EBITDA comparable	52,2	52,2
Indemnizaciones	-10,1	-10,1
EBITDA	42,1	42,1
EBIT	44,4	22,7
BAI	34,8	13,1
Impuesto sobre sociedades	-92,6	-4,5
Beneficio antes de minoritarios	-57,8	8,6
Minoritarios	-2,3	-5,4
Resultado sociedad dominante	-60,0	3,2

Nota 1: excluye medidas ajuste personal 2016 €-10,1m.

Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	2016	2015	Var abs	% Var
Activos no Corrientes	363.777	478.511	-114.734	-24,0%
Activo Intangible	119.912	125.438	-5.526	-4,4%
Propiedad, planta y equipo	137.023	156.772	-19.749	-12,6%
Part. valoradas por el método de participación	5.539	6.305	-767	-12,2%
Otros activos no corrientes	101.303	189.996	-88.693	-46,7%
Activos Corrientes	134.889	135.138	-249	-0,2%
Otros activos corrientes	113.181	115.790	-2.609	-2,3%
Efectivo y otros medios equivalentes	21.709	19.348	2.361	12,2%
Activos mantenidos para la venta	193	1.492	-1.298	-87,0%
TOTAL ACTIVO	498.860	615.141	-116.281	-18,9%
Patrimonio neto	255.067	318.690	-63.624	-20,0%
Deuda financiera	86.120	125.126	-39.006	-31,2%
Otros pasivos no corrientes	53.610	54.007	-397	-0,7%
Otros pasivos corrientes	104.063	117.318	-13.255	-11,3%
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	498.860	615.141	-116.281	-18,9%

Propiedad planta y equipo

El descenso en el saldo obedece principalmente a la venta de la sede de ABC y a la combinación del Capex y de las amortizaciones del año.

Otros activos no corrientes

La reducción en activos no corrientes incluye el deterioro de créditos fiscales por 82.608⁸ miles de euros comparables debido a la reforma del Impuesto de Sociedades en Territorio Común causado por el RDL 3/2016.

Otros activos corrientes

La disminución en el saldo por importe de 2.609 miles de euros se corresponde principalmente a un descenso en los gastos anticipados.

Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -66.412 miles de euros, reduciéndose en 42.374 miles de euros sobre 2015 gracias a la generación de caja ordinaria generada y entre otros efectos no ordinarios, al impacto de la citada venta del inmueble de ABC.

La ratio DFN/EBITDA comparable desciende desde 2,2x en 2015 a 1,3x en 2016, calculado sobre el EBITDA comparable de los últimos 12 meses, reforzando la situación financiera de la compañía.

⁸ Resultado de sumar al efecto de la reforma fiscal por -81.545 miles de euros, los otros efectos no ordinarios en impuestos por -1.063 miles de euros.

Desglose de Deuda Financiera Neta

Miles de Euros	NIIF			
	2016	2015	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a corto plazo	19.724	25.770	-6.046	-23,5%
Endeudamiento financiero a largo plazo	66.396	99.355	-32.960	-33,2%
Endeudamiento financiero bruto	86.120	125.126	-39.006	-31,2%
+ Efectivo y otros medios equivalentes	21.709	19.348	2.361	12,2%
+ Otros activos financieros no corrientes	270	270	0	0,0%
Gastos periodificados	2.271	3.279	-1.008	-30,7%
Posición de caja neta/ (deuda neta)	-66.412	-108.787	42.374	39,0%

El endeudamiento a corto plazo incluye:

- i. deuda con entidades de crédito por 19.003 miles de euros, que incluye la reclasificación por los gastos de formalización del sindicado a corto plazo,
- ii. y otros pasivos con coste financiero corrientes por 1.783 miles de euros, principalmente vinculado con planes de pensiones.

El endeudamiento a largo plazo incluye:

- i. deuda con entidades de crédito por 66.113 miles de euros, que considera la reclasificación por los gastos de formalización del sindicado y la valoración de la cobertura de tipo de interés de parte del mismo préstamo, y
- ii. otros pasivos con coste financiero no corrientes por 1.493 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009.

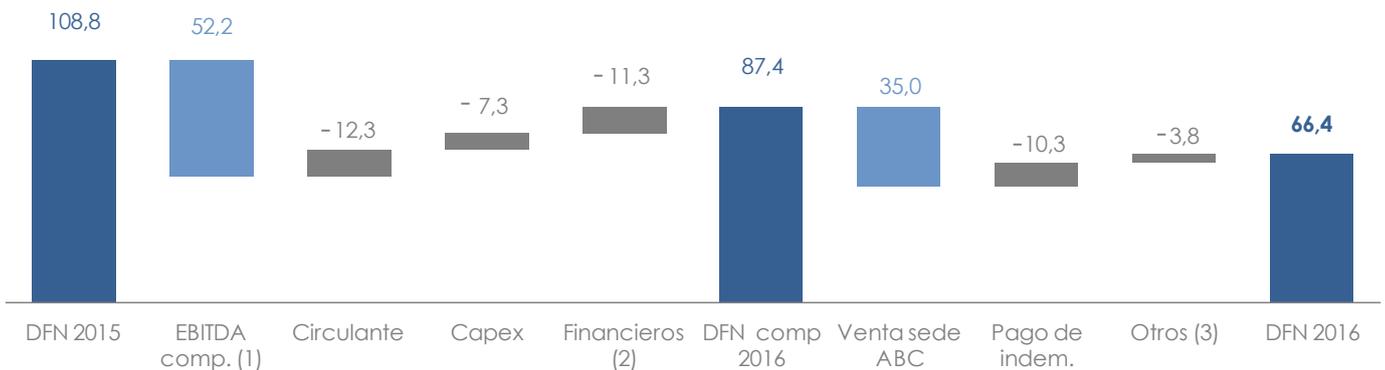
Un análisis del movimiento de deuda, entre negocio ordinario y extraordinario, permite observar que la generación de caja positiva proveniente de la operativa ordinaria del negocio es positiva por un total de 21.421 miles de euros. Dentro de los movimientos ordinarios en 2016, las variaciones más significativas se deben a:

- i. Variación en capital circulante de -12.262 miles de euros excluidos no ordinarios. La mejor actividad del negocio de Contenidos, cuyos cobros se producirán en 2017, es una de las múltiples razones de la evolución comparado con 2015.
- ii. Inversiones en inmovilizado material e inmaterial: salidas de caja por un total de -7.270 miles de euros, vinculadas principalmente con la actividad digital.

Dentro de los movimientos no ordinarios se incluyen la entrada de caja por la venta de la sede de ABC por importe de 35.000 miles de euros, los pagos por indemnizaciones en 2016 por -10.278 miles de euros, que incluyen ajustes de estructura de personal de 2015 y 2016, y otras salidas de caja no ordinarias por -3.767 miles de euros que responden, entre otros, al último pago por la compra en el 2015 de la participación del 34% a uno de los socios en Rotomadrid, y al pago relacionado con las opciones de venta de Las Provincias.

Análisis del movimiento de deuda financiera neta 2015-2016

Datos en €m



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal y "one offs" €-10,1. Nota 2: incluye gastos financieros netos, dividendos a minoritarios e impuestos. Nota 3: incluye entre otros, compra 34% en Rotomadrid y pago relacionado con Las Provincias.

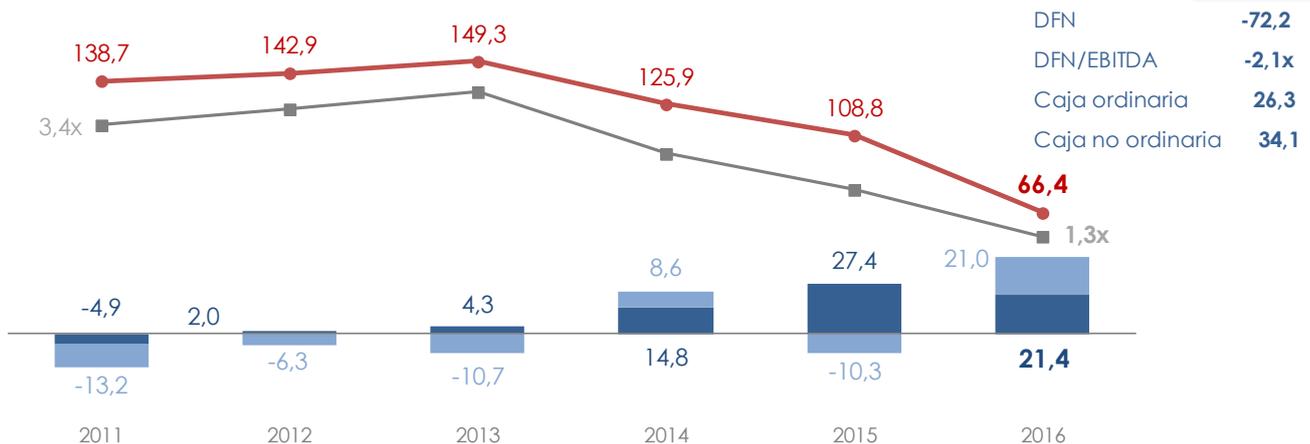
En una visión más a medio plazo, la mejora en el EBITDA comparable unida a un control del Capex y a la vigilancia de la inversión en circulante ha permitido un notable incremento en la generación de caja ordinaria desde 2011.

La deuda financiera neta se ha reducido en 72.246 miles de euros y su ratio de apalancamiento ha pasado desde más de 3 x DFN/EBITDA comparable en 2011 a 1,3 x en 2016.

Análisis del movimiento de deuda financiera neta 2011-2016

Datos en €m

Variación acumulada 2011-2016



■ Generación de caja ordinaria ■ Generación de caja no ordinaria ● DFN ■ DFN/EBITDA comparable (x)

Otros pasivos corrientes

La variación en el saldo de Otros Pasivos se debe principalmente a la disminución de saldos con proveedores.

Estado de flujos de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	2016	2015	Var Abs	% Var
Resultado del ejercicio	-60.011	4.081	-64.092	n.r.
Ajustes resultado del ejercicio	104.840	44.265	60.575	136,8%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	44.829	48.346	-3.517	-7,3%
Variación capital circulante y otros	-12.262	-5.164	-7.098	-137,5%
Otras partidas a pagar sin coste financiero	-4.247	-1.037	-3.210	-309,5%
Otras partidas a pagar con coste financiero	-2.286	-3.635	1.349	37,1%
Impuesto sobre las ganancias pagado	-2.473	-2.553	80	3,1%
Retenciones intereses (tesorería centralizada)	1.863	294	1.569	533,7%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	25.424	36.251	-10.827	-29,9%
Adiciones al inm. material e inmaterial	-7.270	-7.437	167	2,2%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y asociadas	36.689	189	36.500	n.r.
Dividendos e intereses cobrados	230	882	-652	-73,9%
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	29.649	-6.366	36.015	565,7%
Dividendos e intereses pagados	-10.433	-10.784	351	3,3%
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	-37.761	-17.600	-20.161	-114,6%
Otros cobros y pagos (financiación)	19	-19	38	200,0%
Operaciones societarias sin coste	-4.537	-4.931	394	8,0%
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	-52.712	-33.334	-19.378	-58,1%
Variación neta de efectivo y equivalentes al efectivo(I + II + III)	2.361	-3.449	5.810	168,5%
Efectivo y equivalentes operaciones discontinuadas	0	-654	654	100,0%
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	19.348	23.451	-4.104	-17,5%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	21.708	19.348	2.361	12,2%

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a 25.424 miles de euros que incluye entre otros: (i) pagos relacionados con las medidas de ajuste de personal por -10.278 miles de euros y (ii) variación en el capital circulante por -12.262 miles de euros, principalmente por la mejor actividad del negocio de Contenidos, citada anteriormente.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a 29.649 miles de euros, explicados principalmente por la desinversión de la sede en ABC y, en menor medida, por la inversión en inmovilizado (ver apartado Capex).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -52.712 miles de euros, e incluye entre otros, los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO a sus accionistas minoritarios por -10.433 miles de euros, el segundo plazo de la compra del 34% en de Rotomadrid y un pago por la renegociación de las opciones de venta en Las Provincias, así como por la disposición 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, compatible con una decidida apuesta por Internet.

La diferencia entre salida de caja por inversiones en inmovilizado y CAPEX contable, 1.157 miles de euros, obedece al neto entre los pagos pendientes por inversiones realizadas en 2015 y en 2016, y las inversiones registradas en 2016, pero no desembolsadas al cierre del ejercicio.

Detalle de CAPEX por área de negocio

	NIIF (miles de euros)								
	2016			2015			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Periódicos	3.915	3.189	7.104	4.729	2.786	7.514	-814	403	-411
Audiovisual	217	208	426	202	211	413	15	-2	13
Clasificados	281	150	430	326	77	403	-46	73	27
Estructura	416	102	518	216	48	264	200	54	254
TOTAL	4.829	3.648	8.477	5.473	3.121	8.594	-644	528	-117

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			
	2016	2015	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Periódicos	386.728	407.826	-21.098	-5,2%
Audiovisual	48.643	47.354	1.289	2,7%
Clasificados	17.815	15.435	2.380	15,4%
Estructura y eliminaciones	-4.422	-2.970	-1.452	-48,9%
Total Ingresos de Explotación	448.765	467.646	-18.881	-4,0%
EBITDA				
Periódicos	40.247	45.010	-4.763	-10,6%
Audiovisual	12.740	12.680	61	0,5%
Clasificados	2.015	660	1.355	205,3%
Estructura y eliminaciones	-12.879	-10.712	-2.168	-20,2%
Total EBITDA	42.123	47.638	-5.515	-11,6%
EBITDA comparable¹				
Periódicos	47.035	46.617	418	0,9%
Audiovisual	12.710	12.634	77	0,6%
Clasificados	2.076	831	1.244	149,7%
Otros	0	0	0	n.a.
Estructura y eliminaciones	-9.582	-9.887	305	3,1%
Total EBITDA comparable	52.238	50.194	2.044	4,1%
EBIT				
Periódicos	45.445	30.609	14.837	48,5%
Audiovisual	10.574	8.030	2.543	31,7%
Clasificados	1.556	83	1.473	n.r.
Estructura y eliminaciones	-13.221	-11.708	-1.514	-12,9%
Total EBIT	44.354	27.015	17.339	64,2%
EBIT comparable^{1 2}				
Periódicos	32.585	32.162	423	1,3%
Audiovisual	9.313	8.014	1.299	16,2%
Clasificados	1.613	261	1.352	519,0%
Estructura y eliminaciones	-9.923	-10.297	374	3,6%
Total EBIT comparable	33.588	30.139	3.449	11,4%

¹ Excluye medidas de ajuste de personal y "one offs" 2016 -10.115 y 2015 -2.556 miles de euros.

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 2016 20.881 miles de euros y 2015 -569 miles de euros.

Compromisos para 2017

Las líneas de acción de VOCENTO para el 2017 derivan en los siguientes compromisos:

- i. Incremento del peso de los ingresos digitales sobre el total de ingresos publicitarios.
- ii. Mejora del EBITDA comparable entre otros, mediante la optimización de la estructura de negocio en los nuevos Planes de Eficiencia (c. €12m).
- iii. Generación de caja operativa ordinaria positiva.

Para ello se actúa en varios frentes:

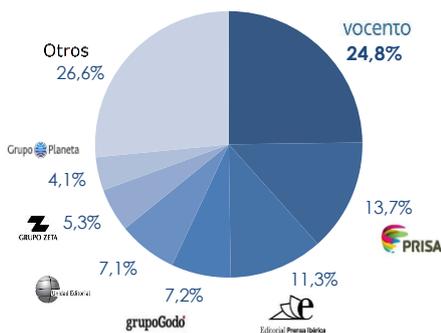
- i. Diversificación de negocios incluyendo nuevas líneas de negocio que permiten diversificar los ingresos y que aportan una mayor estabilidad a la cuenta de resultados de VOCENTO.
- ii. Reducción de costes.
- iii. Eficiencia en Cash Flow, por ejemplo, continuo control del Capex y vigilancia en circulante.

Periódicos (incluye actividad offline y online)

VOCENTO presenta un claro liderazgo en presa de información general con una cuota del 24,8%, incrementándose la distancia frente a su inmediato grupo de comunicación comparable. También es líder en audiencia, según la 3ª ola acumulada 2016 EGM, con más de 2,3 millones de lectores, lo que supone más de un millón de lectores sobre el siguiente grupo, y con un notable posicionamiento en Internet con una audiencia superior a los 19 millones de usuarios únicos mensuales según comScore en el mes de diciembre de 2016.

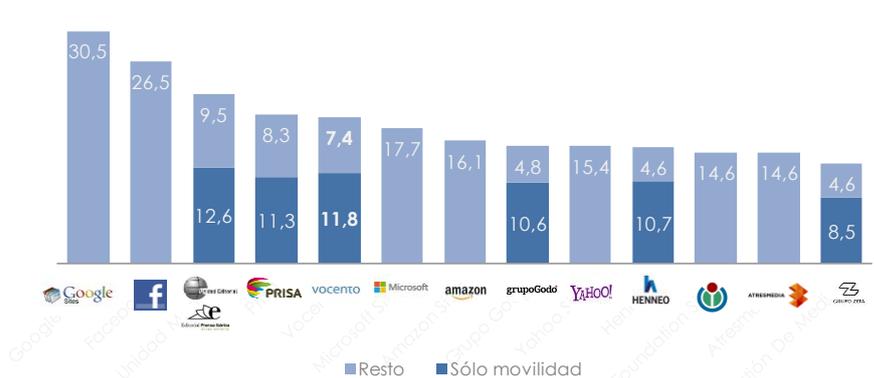
Cuota de difusión ordinaria¹

Datos en%



Ranking de audiencia en Internet²

Datos en millones de usuarios únicos mes



Nota 1: fuente OJD 2016. Datos no certificados. Nota 2: fuente comScore diciembre 2016. Henneo se corresponde con Grupo Heraldo.

VOCENTO está presente y activo en la nueva realidad digital, tanto en el desarrollo de nuevos negocios como en la creación de las infraestructuras internas necesarias para un óptimo posicionamiento.

VOCENTO trabaja en los siguientes ámbitos para acelerar el crecimiento digital:

- i. Incremento de los ingresos digitales: acciones encaminadas a maximizar los ingresos publicitarios con segmentación de audiencias y ofertas multipantalla.

Entre las diversas medidas llevadas a cabo destaca el lanzamiento en abril de 2016 de Local Digital Kit, una solución para la presencia y publicidad digital local. Se trata de un conjunto de herramientas de Marketing Digital, que junto con la presencia en los contenidos de las ediciones digitales locales, permite a las PYMES llegar de manera eficaz a sus clientes y obtener un retorno inmediato a sus inversiones. Tras el lanzamiento en seis ciudades, la mayoría en la última parte del año, ya cuenta con cerca de 300 clientes en su cartera.

El objetivo para 2017 es el lanzamiento en el resto de ciudades donde existe presencia de los medios de VOCENTO y diversificar la base de clientes a nuevos sectores.

Por otro lado, durante la primera parte de este año se producirá el lanzamiento de una nueva versión de Oferplan, portal de ofertas y planes, con un producto innovador que supondrá su evolución desde un portal dedicado a cupones hacia uno nuevo que combine cupones y reservas, configurándose en una guía del ocio con atractivos descuentos.

Local Digital Kit como Oferplan, son negocios con una fase de maduración más lenta, pero que aportarán una mayor estabilidad a la cuenta de resultados de VOCENTO.

Además, en el mes de julio se ha tomado una participación del 19,9%, vía Media for Equity -M4E-, en Dinero Gelt S.L., compañía propietaria de una aplicación que permite al usuario acceder a una amplia gama de ofertas de productos de consumo mediante "cupones digitales".

Estas iniciativas permiten contactar a sectores de anunciantes que tradicionalmente no invertían masivamente en el soporte de prensa por lo que se amplía la base de clientes.

- ii. Desarrollo de nuevos productos digitales: apoyado en VOCENTO Media Lab. Su objetivo es investigar, experimentar y capacitar en tendencias innovadoras y de interés mediante experiencias piloto a las cabeceras de la compañía. VOCENTO Media Lab engloba desde el impulso del periodismo de datos y las nuevas narrativas digitales, hasta la formación interna de periodistas y las dinámicas de compartir conocimiento entre las áreas técnicas, editoriales y de negocio de la compañía. Un importante hito ha sido el lanzamiento de Eslang como portal *responsive* dirigido a una audiencia *millennial*.

Una clave en la innovación reside en la movilidad, donde existen diversos hitos destacables como las nuevas aplicaciones para los suscriptores en premium en on+, o ABC como primer diario español en Facebook Instant Articles.

De cara a 2017 destacan las siguientes líneas de ejecución: la apuesta por las redes sociales, los dispositivos de movilidad y el video, y el refuerzo del *engagement* del usuario a través de conversaciones personalizadas con *bots* y el desarrollo de diversas aplicaciones.

- iii. Conocimiento y comportamiento del usuario: creación y desarrollo de bases de datos, gestión de la experiencia del usuario, unificación y cualificación de audiencias, programas de fidelización a través de lo que se conoce como Big Data.

En 2016 se ha implementado una plataforma para la gestión de los datos sobre los usuarios. En 2017 se avanzará en la explotación y cualificación de las audiencias. Estas herramientas tiene diversos objetivos como son incrementar tanto los ingresos transaccionales -gracias a entre otros a la venta cruzada y la venta dirigida de productos y servicios- como publicitarios.

La mejora de los ingresos publicitarios digitales se obtendrá mediante un incremento del inventario – engagement- así como de una optimización de la monetización del mismo gracias a la cualificación de las audiencias.

Resumen gráfico del posicionamiento y aceleración digital en VOCENTO

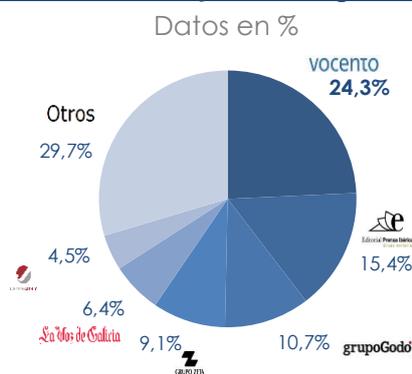


Periódicos Regionales

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 las cabeceras, algunas de ellas con más de 100 años, su elevado reconocimiento local y la fuerte vinculación con su territorio, las sitúa como referente en sus mercados. El ejercicio del periodismo desde la rigurosidad y la independencia son sus mejores credenciales.

Las cabeceras regionales de VOCENTO mantienen su liderazgo en términos de difusión en 2016, alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 24,3%, siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 15,4%.

Cuota de difusión prensa regional 2016 ¹

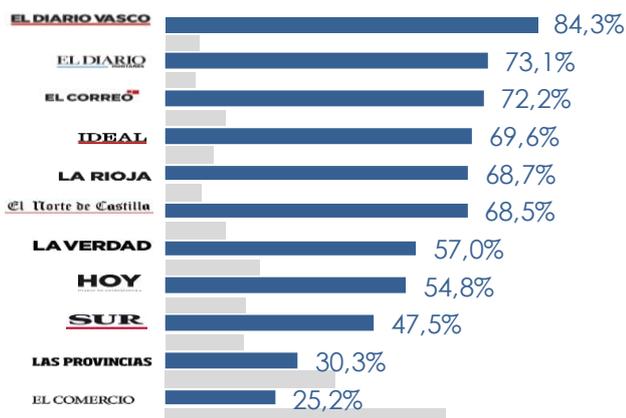


Nota 1: fuente OJD. Datos no certificados.

En cuanto a la audiencia en prensa, las cabeceras regionales son también líderes en offline, con más de 1,8⁹ millones de lectores, 0,6m lectores sobre el siguiente grupo de prensa regional, y en online, donde alcanzan una audiencia de casi 19¹⁰ millones de usuarios únicos mensuales. Asimismo, cada uno de los once portales es líder en audiencia en su mercado de referencia.

Cuota difusión área influencia por cabecera¹

Datos en %



Audiencia portales locales²

Datos en miles de usuarios únicos mes



Nota 1: fuente OJD. 2016. Datos no certificados. Nota 2: fuente comScore diciembre 2016.

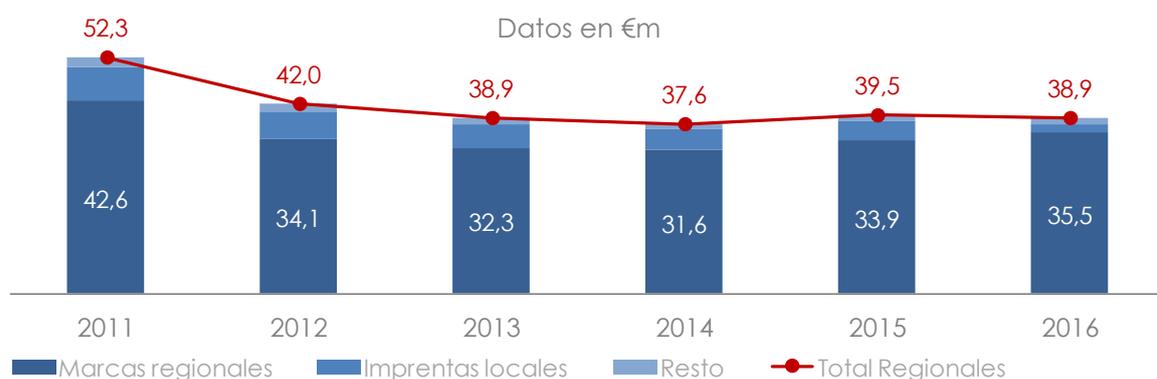
⁹ Fuente EGM 3º ola acumulada 2016.

¹⁰ Fuente comScore diciembre 2016 de usuarios únicos mensuales.

Las principales líneas de trabajo, que tienen como objetivo mantener el liderazgo de los periódicos independientemente del soporte y proteger la rentabilidad del negocio, se resumen en:

- i. **Potenciar el negocio digital:** desarrollo de los negocios existentes en e-commerce como Oferplan, y consolidación del modelo de pago digital "on+", que incluye contenidos exclusivos, con el lanzamiento durante mayo de 2016 en El Diario Vasco. Además, se han lanzado nuevos productos y servicios, como Local Digital Kit. En 2017, el objetivo es ampliar la presencia geográfica de los productos que han tenido un mayor éxito, entre los que destaca Local Digital Kit. Además se ha ampliado el modelo "on+" con el lanzamiento en el mes de febrero en El Diario Montañés. El amplio portafolio de VOCENTO permite que experiencias piloto que son un éxito sean extrapolables al resto de marcas.
- ii. **Protección de la rentabilidad:** incrementar algunos precios de cabecera, continuar con la optimización de procesos y recursos, sin dejar de invertir en la calidad del producto editorial, y mantener la apuesta por la difusión rentable. En este sentido, las medidas de los planes de eficiencia tienen por objetivo optimizar la estructura del área.

Evolución anual del EBITDA comparable¹ de Regionales 2011-2016



Nota 1: no incluye medidas de ajuste de personal y one offs

Periódico Nacional- ABC

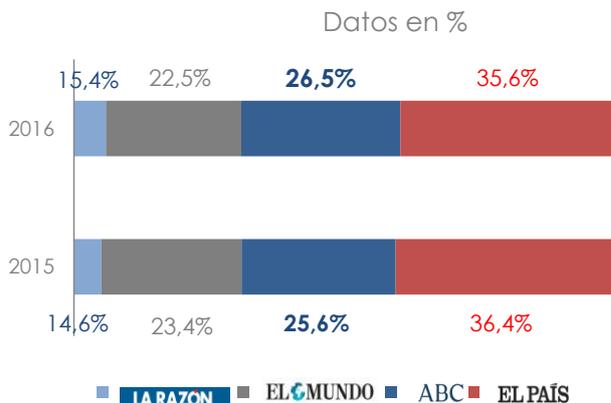
ABC es la cabecera nacional de VOCENTO y cuenta con más de 110 años de historia. Es uno de los diarios nacionales de referencia, además de ser uno de los periódicos líderes de este país.

ABC ha desarrollado una presencia multisoprote: ABC prensa + ABC en Kiosco y Más + ABC.es + ABC móvil (aplicaciones para diferentes entornos multipantalla), que se completa en radio con el apoyo derivado del acuerdo de emisión en cadena con COPE. Esta combinación de soportes permite el desarrollo de sinergias editoriales y la captación de nuevas audiencias, incluidas las digitales.

Dentro de la edición impresa, ABC centra parte de sus esfuerzos en la difusión ordinaria o venta base que incluye las suscripciones individuales y la venta en quiosco, que es aquella que reporta rentabilidad, disminuyendo de forma voluntaria y controlada la difusión no ordinaria, o (difusión en bloque y colectiva).

Destacar que ABC gana cuota de difusión en el mercado clave de la Comunidad de Madrid, donde cada vez abre un mayor diferencial con El Mundo, como se puede observar en el siguiente gráfico, y se acerca a El País.

Cuota de difusión ordinaria en Madrid 2015-2016¹

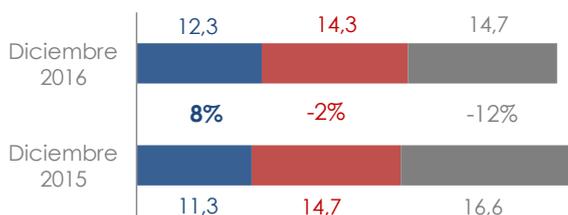


Nota 1: fuente OJD. Datos 2016 no certificados

Por su parte, abc.es sigue ganando cuota de audiencia gracias al potencial en los dispositivos de movilidad. Según comScore en diciembre de 2016, alcanza los 12 millones de usuarios únicos mensuales con un crecimiento del +8% por encima de sus comparables. Destacar que de estos, 8 millones o un 67% del total provienen exclusivamente de móviles que crecen un +21% comparado contra el año anterior, por encima también de sus comparables.

Audiencia online total¹

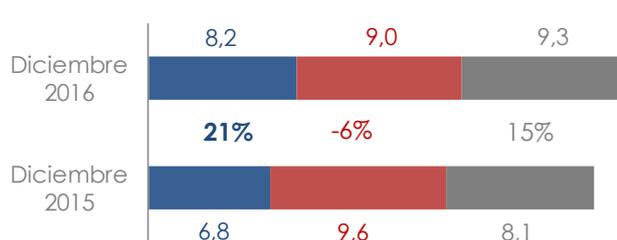
Datos en millones de usuarios únicos



■ ABC.es Sites ■ EL PAÍS.com.es ■ elmundo.es Sites

Audiencia online movilidad exclusiva¹

Datos en millones de usuarios únicos



Nota 1: fuente comScore. ■ ABC.es Sites ■ EL PAÍS.com.es ■ elmundo.es Sites

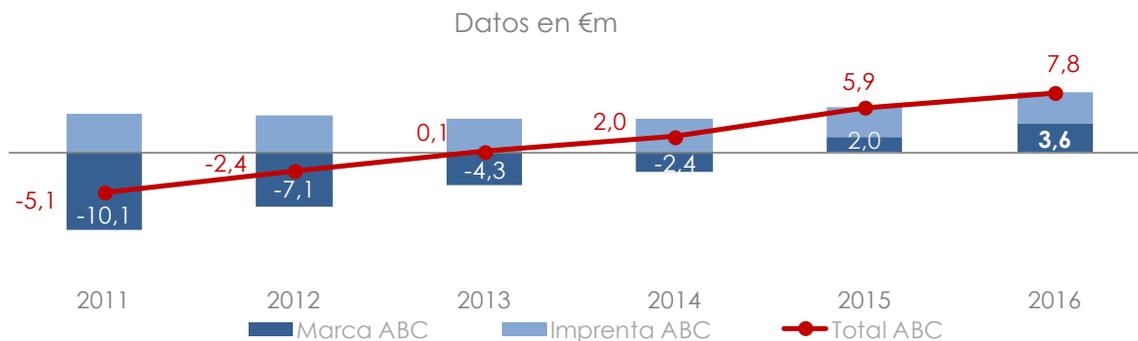
Durante 2016, las claves en la estrategia han sido el posicionamiento de mercado y la rentabilidad:

- Incrementar el negocio digital potenciando la movilidad, la personalización y la captación de nuevos registros y además reforzando la oferta de servicios y utilidades al cliente (e.g. Oferplan o ABC Foto).
- Mejora de la rentabilidad a través de la subida de precios de cabecera -en los domingos desde €2,8 a €3,0- y de continuar con la reducción de costes de impresión.
- Fidelización tanto del lector quiosco como de los usuarios en la plataforma digital de Kiosco y Más.

El EBITDA comparable mantiene una continua tendencia creciente pese a la caída publicitaria.

Desde 2011 el EBITDA comparable de ABC acumula una mejora de 13.701 miles de euros gracias a la puesta en rentabilidad de las marcas de ABC. El agregado de la actividad editora y digital en ese periodo ha pasado de tener pérdidas EBITDA comparable por -10.081 miles de euros en 2011, a registrar un EBITDA comparable positivo de 3.620 miles de euros en 2016.

Evolución anual del EBITDA comparable¹ de ABC 2011-2016



Nota 1: no incluye medidas de ajuste de personal y one offs

De cara a 2017, se mantienen los objetivos estratégicos de 2016:

- i. Transformación digital basada en abc.es con una renovada oferta en los verticales de lujo y cine y TV, el refuerzo de los servicios existentes, como Oferplan o ABC Foto, y el lanzamiento de nuevos productos digitales, como son, por ejemplo, Local Digital Kit en Sevilla o el portal de descuentos abc.es, una nueva plataforma digital de descuentos.
Conocimiento del cliente que permita su fidelización mediante acciones de marketing cada vez más efectivas.
- ii. Proteger la rentabilidad de ABC mediante la subida de precios de cabecera - en lunes a viernes desde €1,5 a €1,6- y la optimización de costes operativos.

Suplementos y Revistas

VOCENTO edita los dos suplementos líderes por audiencia en España: XL Semanal y Mujer Hoy. La calidad de sus firmas y rigurosa apuesta informativa explican su éxito y posición diferencial respecto a los principales comparables. Estos suplementos se distribuyen con todos los periódicos de VOCENTO durante el fin de semana, así como con otros diarios regionales de reconocido prestigio.

XL Semanal es el suplemento dominical más leído en España, y cuenta con un importante elenco de firmas como Carlos Herrera, Arturo Pérez-Reverte, Juan Manuel de Prada, Carmen Posadas o David Gistau, entre otros. El objetivo es continuar invirtiendo en un producto diferencial con visión periodística, que permita atraer tanto a lectores como anunciantes.

Por su parte, Mujer Hoy es el segundo suplemento más leído, además del femenino líder en su categoría. Destaca la notable actividad en eventos corporativos que permiten optimizar la imagen de la marca junto a anunciantes de primer orden, así como el desarrollo de productos en e-commerce como Guapabox, en el segmento de *beauty boxes*.

Dentro de la división de revistas, Corazón CZN TVE, en alianza con el programa de TVE Corazón presentado por Anne Igartiburu, se sitúa por ventas entre las principales revistas del corazón.

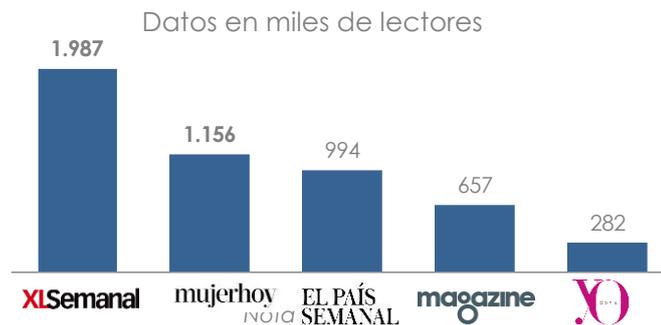
Dentro del segmento de lujo masculino destaca la revista mensual de gran formato Código Único dirigida a los hombres, urbanitas de clase alta, y amantes del lujo y de las marcas.

En el ámbito de la información económica, [Inversión y Finanzas](#) es la revista semanal líder por venta en quiosco, gracias a un riguroso análisis de cobertura de la actualidad bursátil y económica.

En cuanto a las [revistas corporativas](#), destaca el acuerdo con Air Europa para la edición de su revista, que se ha consolidado como líder en el segmento *in-flight magazines*.

Las Revistas y Suplementos de VOCENTO alcanzan una audiencia combinada en 2016 de más de 3,3 millones de lectores, con un claro liderazgo de XL Semanal -cerca de dos millones de lectores; casi un millón sobre su inmediato comparable ; fuente: 3ª ola acumulada 2016 EGM- y Mujer Hoy con más un millón de lectores.

Cuota de audiencia de los principales suplementos en España¹



Se observa además un claro liderazgo en cuanto a cuota de mercado publicitaria. Según datos internos, XL Semanal **consolida su cuota de mercado publicitaria** entre los dominicales con una cuota del 34%, según fuentes internas.

En cuanto a la vertiente digital, Mujerhoy.com, con cerca de 1,3 millones de usuarios únicos, según comScore diciembre 2016, se sitúa al nivel de los principales verticales de la categoría.

Durante el año 2016, se han tomado diversas medidas con el objetivo de mejorar la actividad de los suplementos y revistas de VOCENTO:

- i. [Consolidación de la posición de liderazgo](#) tanto en audiencia como en cuota publicitaria de los suplementos de VOCENTO tras la alianza con el Grupo Zeta para la distribución de manera conjunta de XL Semanal y de Mujer Hoy con El Periódico en Cataluña.
- ii. [Inversión en la atractiva cartera](#) de productos existentes, como por ejemplo en el rediseño de Código Único.
- iii. [Refuerzo del posicionamiento de Inversión y Finanzas](#) tras el acuerdo estratégico con Bloomberg Businessweek para publicar sus reportajes y artículos en español.
- iv. [Impulso tanto del área de eventos y acciones especiales](#) como de nuevas iniciativas digitales, entre las que destaca el rediseño del portal mujerhoy.com, y el lanzamiento de XLsemanal.com y codigounico.com, así como el fomento del e-commerce con Guapabox, entre otros.
- v. Compatibilizar dicha posición de liderazgo con el criterio de [racionalidad en costes](#), sin reducir la calidad del contenido editorial.

De cara al ejercicio 2017, hay tres ejes estratégicos:

- i. [Reforzar los contenidos digitales](#) que permitan un crecimiento del tráfico en los portales verticales y su monetización, lanzamiento de nuevos productos y continuar con la apuesta por Guapabox.

- ii. [Mantenimiento de la posición de liderazgo](#) en el soporte en papel. En 2017 además, XL Semanal cumple 30 años.
- iii. [Incrementar el negocio en nuevas líneas de explotación](#) como son los eventos y el diseño de acciones especiales diseñados a medida del cliente.

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

	NIIF			
Miles de Euros	2016	2015	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Regionales	276.355	286.501	-10.146	-3,5%
ABC	98.786	110.085	-11.299	-10,3%
Suplementos y Revistas	28.821	29.942	-1.121	-3,7%
Eliminaciones	-17.234	-18.702	1.468	7,8%
Total Ingresos de Explotaci	386.728	407.826	-21.098	-5,2%
EBITDA				
Regionales	34.704	38.588	-3.884	-10,1%
ABC	5.173	5.174	-1	-0,0%
Suplementos y Revistas	370	1.248	-878	-70,4%
Total EBITDA	40.247	45.010	-4.763	-10,6%
EBITDA comparable¹				
Regionales	38.908	39.510	-602	-1,5%
ABC	7.757	5.858	1.899	32,4%
Suplementos y Revistas	370	1.249	-879	-70,4%
Total EBITDA comparable	47.035	46.617	418	0,9%
EBIT				
Regionales	24.208	29.511	-5.303	-18,0%
ABC	21.223	42	21.181	n.r.
Suplementos y Revistas	14	1.055	-1.041	-98,7%
Total EBIT	45.445	30.609	14.837	48,5%
EBIT comparable^{1 2}				
Regionales	29.855	30.390	-535	-1,8%
ABC	2.716	715	2.000	279,7%
Suplementos y Revistas	14	1.056	-1.042	-98,6%
Total EBIT comparable	32.585	32.162	423	1,3%

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

¹ Excluye medidas de ajuste de personal y "one offs" 2016 -6.787 miles de euros y 2015 -1.606 miles de euros.

² Excluye resultado por enajenación de inmovilizado 2016 19.647 miles de euros y 2015 53 miles de euros.

Ingresos de Explotación: 386.728 miles de euros, un -5,2% inferior al 2015.

Ventas de ejemplares: asciende a 182.710 miles de euros, un descenso del -5,8%. Los ingresos por venta de ejemplares de [Prensa Regional](#) descienden en 2016 un -4,3%, con una caída de la

difusión del -7,8%. En ABC, los ingresos por venta de ejemplares descienden un -9,3%, impactados por la reducción voluntaria de parte de sus ventas.

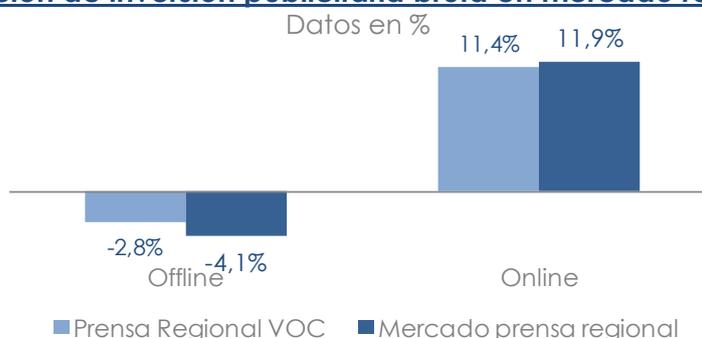
Por último, la menor caída en los ingresos por venta de ejemplares en Suplementos y Revistas del -0,8% se explica por la distribución de XL Semanal y Mujer Hoy en Cataluña.

Ventas de Publicidad: alcanzan 142.983 miles de euros, un descenso del -3,9%. La publicidad de las marcas regionales y ABC descienden un -3,2%, con una diferente evolución entre la publicidad online, que crece un +10,4%, y la offline, que desciende un -6,6%.

Los Regionales alcanzan unas ventas de publicidad de 95.930 miles de euros, un descenso del -1,2% sobre 2015.

El crecimiento publicitario online permite que crezca el peso de los ingresos digitales sobre el total de ingresos de los periódicos regionales por encima de sus comparables, partiendo de una base superior al del resto de operadores locales.

Evolución de inversión publicitaria bruta en mercado regional

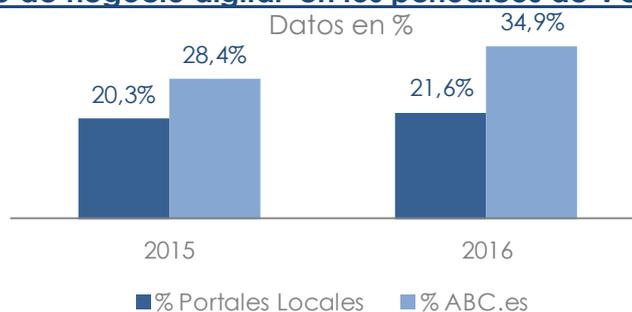


Nota 1: fuentes internas. Datos de publicidad bruta 2016.

En ABC, los ingresos por publicidad descienden un -9,2%, con un crecimiento publicitario en ABC.es del +12,6% y un descenso en offline del -17,3%, consecuencia del entorno publicitario más debilitado del mercado de prensa offline nacional.

La paulatina incorporación del modelo digital se refleja en el creciente peso de los ingresos digitales, tanto en los Regionales (21,6% +1,3 p.p.), como en ABC (34,9% +6,6 p.p.).

Peso de negocio digital en los periódicos de VOCENTO



Nota 1: Peso de negocio digital se calcula como los ingresos publicidad digital más e-commerce sobre el total de ingresos de publicidad más e-commerce.

Otros Ingresos: se sitúan en 61.035 miles de euros, un descenso del -6,0%, debido a una política más selectiva en promociones de ABC y a la menor actividad de las imprentas locales.

EBITDA comparable¹¹: asciende a 47.035 miles de euros, un incremento de 418 miles de euros sobre un año antes. La rentabilidad del área crece, con un margen EBITDA comparable del 12,2%, en comparación con el 11,4% en 2015.

Evolución del EBITDA comparable Periódicos

Datos en €m

(NIIF Miles de Euros)	2016	2015	Var Abs
Regionales	38.908	39.510	-602
ABC	7.757	5.858	1.899
Suplementos y Revistas	370	1.249	-879
Total	47.035	46.617	418

En 2016 se produce una disminución de los costes comparables del -5,3%⁹:

Evolución de los costes comparables Periódicos

Datos en €m

Costes operativos comp. (miles de euros)	2016	2015	Var Abs	Var %
Regionales	-237.448	-246.991	9.544	3,9%
ABC	-91.030	-101.727	10.698	10,5%
Suplementos y Revistas	-28.451	-28.693	242	0,8%
Eliminaciones	17.234	18.702	-1.468	-7,8%
Total	-339.693	-358.709	19.015	5,3%

- i. **Regionales**: los ahorros del Plan de Eficiencia, incluidos como un menor gasto de personal -en el siguiente gráfico dentro del epígrafe "Otros"- permite sostener el EBITDA comparable de 38.908 miles de euros. La reducción de costes en Regionales es de -9.544 miles de euros, lo que además posibilita mejorar ligeramente su margen EBITDA comparable 2016 hasta 14,1%.

Regionales: evolución del EBITDA comparable

Variación 2016 vs 2015 excepto EBITDA comparable (€m) y margen EBITDA comparable (%)



Nota 1: excluye medidas de ajuste y "one offs" 2015 €-0,9m y 2016 €-4,2m. Nota. Nota 2: actividad editora y digital. Nota 3: otros incluyen margen de imprentas, comerciales y otros costes fijos.

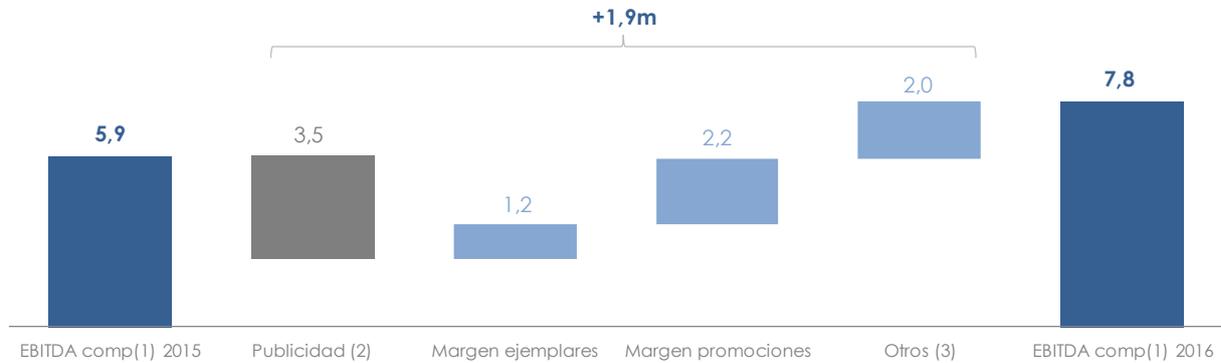
- ii. **ABC**: su EBITDA comparable crece durante 2016 en 1.899 miles de euros.

¹¹ Excluye medidas de ajuste de personal y "one offs" 2016 -6.787 miles de euros y 2015 -1.606 miles de euros.

Los ahorros del Plan de Eficiencia e Industrial, junto a una política más eficiente de promociones, permiten alcanzar un EBITDA comparable de 7.757 miles de euros y un EBIT comparable de 2.716 miles de euros.

ABC: evolución del EBITDA comparable

Variación 2016 vs 2015 excepto EBITDA comparable (€m).



Nota 1: excluye medidas de ajuste y "one offs" 2015 €-0,7m y 2016 €-2,6m. Nota 2: actividad editora y digital. Nota 3: otros incluyen margen de imprentas, comerciales y otros costes fijos.

- iii. Suplementos y Revistas: alcanza un EBITDA comparable de 370 miles de euros que se compara con 1.249 miles de euros en 2015.

Audiovisual

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

Televisión

VOCENTO, con su participación del 55% en el capital social de Sociedad Gestora de Televisión Net TV S.A. ("NET TV"), tiene presencia en uno de los operadores privados que cuentan con una licencia de TDT nacional de televisión en abierto.

Los dos canales de NET TV en actividad, se emiten bajo las designaciones Disney Channel y Paramount Channel. De esta forma, VOCENTO está presente en la televisión de nicho con proveedores internacionales y líderes mundiales en entretenimiento que garantizan el negocio de NET TV en el medio plazo.

2016 ha sido el primer año de estabilidad en el entorno regulatorio de la televisión, lo que ha tenido como consecuencia una mejora de la rentabilidad de la división de televisión nacional. De cara a 2017, se espera un año de continuidad.

Radio

La alianza con Cadena COPE ha permitido desde 2013, aparte de aportar una rentabilidad estable, permite reforzar la marca ABC al tener sus contenidos editoriales y comunicadores un altavoz en COPE.

Producción Audiovisual y Distribución-Veralia

La presencia de VOCENTO en el sector de producción audiovisual (producción de programas de entretenimiento, factual y ficción) y distribución de películas se configura, a través de Veralia Corporación, en torno a: i) Veralia Contenidos, holding de producción audiovisual que agrupa las marcas de BocaBoca Producciones, Europroducciones y Hill Valley, y ii) Veralia Distribución de Cine que posee un catálogo de derechos de 219 títulos.

Las productoras de Veralia durante 2016 han tenido entre desarrollo, preproducción, producción y emisión diversos formatos, entre los que destaca, "9 meses con Samanta", "Magic Manía" (Disney Channel), "Yo Soy del Sur" (Canal Sur), "A Tu Vera" (Castilla la Mancha TV), "Donde quieres estar" (Canal Extremadura) y "El Ministerio del Tiempo" (RTP, Portugal). Otro programa de éxito ha sido la gala emitida por TVE en Nochebuena "Telepasión".

En 2016, las productoras de Veralia se han posicionado como referencia en el sector tras un ejercicio en el que se ha incrementado el volumen de producciones y diversificado la cartera de clientes. El año 2017 se presenta con mejores perspectivas tras el acuerdo con TVE para la producción de una serie diaria de ficción.

En el área de distribución de películas, Veralia Distribución de Cine, tras el acuerdo alcanzado en 2013 con ciertos socios minoritarios de Veralia, ha reducido el riesgo de impacto de la volatilidad del área, liberado de la necesidad de invertir en Capex y favorecido sus posibilidades de rentabilidad. Por el lado del cine, el objetivo es seguir maximizando los ingresos provenientes del catálogo existente en un mercado creciente con la entrada de los nuevos operadores OTT (over the top) en el entorno competitivo de la televisión.

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

NIIF				
Miles de Euros	2016	2015	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
TDT	29.400	30.113	-713	-2,4%
Radio	4.130	4.082	48	1,2%
Contenidos	15.381	13.579	1.802	13,3%
Eliminaciones	-267	-419	152	36,3%
Total Ingresos de Explotación	48.643	47.354	1.289	2,7%
EBITDA				
TDT	5.825	5.328	497	9,3%
Radio	2.604	2.646	-42	-1,6%
Contenidos	4.312	4.706	-395	-8,4%
Total EBITDA	12.740	12.680	61	0,5%
EBITDA comparable¹				
TDT	5.825	5.329	496	9,3%
Radio	2.574	2.599	-25	-1,0%
Contenidos	4.312	4.706	-395	-8,4%
Total EBITDA comparable	12.710	12.634	77	0,6%
EBIT				
TDT	6.757	5.031	1.727	34,3%
Radio	2.615	2.626	-11	-0,4%
Contenidos	1.201	374	827	221,1%
Total EBIT	10.574	8.030	2.543	31,7%
EBIT comparable^{1 2}				
TDT	5.557	5.056	501	9,9%
Radio	2.554	2.584	-30	-1,1%
Contenidos	1.201	374	827	221,1%
Total EBIT comparable	9.313	8.014	1.299	16,2%

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 2016 por 1.657 y 2015 por 2.075 miles de euros.

¹ Excluye medidas de ajuste de personal en 2016 de 30 miles euros y en 2015 de 46 miles euros.

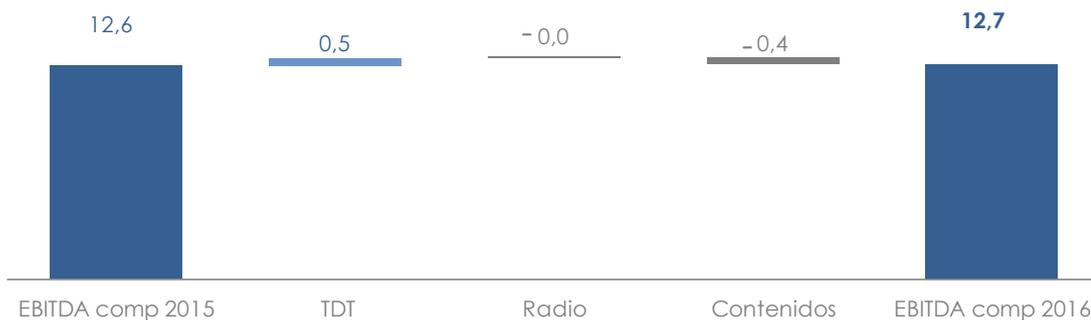
² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado en 2016 1.231 miles euros y 2015 -30 miles de euros.

Ingresos de Explotación: alcanza 48.643 miles de euros, un incremento del +2,7% debido principalmente a la mayor actividad de las productoras de contenidos.

EBITDA comparable¹²: asciende a 12.710 miles de euros, prácticamente igual que en 2015, una mejora de 77 miles de euros. El margen EBITDA comparable del área se sitúa en el 26,1% a cierre de 2016 en comparación con el 26,7% en 2015.

Evolución EBITDA comparable del área Audiovisual

Datos en €m



- i. **TDI:** EBITDA comparable de 5.825 miles de euros en 2016, con un incremento de 496 miles de euros comparado con 2015, debido a la consolidación de los dos canales en TDT nacional.
- ii. **Radio:** EBITDA comparable de 2.574 miles de euros prácticamente el mismo que en 2015 que fue de 2.599 miles de euros. La estabilidad es consecuencia del acuerdo alcanzado con COPE.
- iii. **Contenidos:** EBITDA comparable de 4.312 miles de euros que se compara con 4.706 miles de euros en 2015. El descenso es consecuencia de la senda decreciente en la rentabilidad de la comercialización de derechos en distribución de cine, que no es compensada por la mayor actividad en la producción de contenidos.

Resultado de Explotación comparable: (dado el importe de las amortizaciones en esta área se comenta su evolución). Asciende a 9.313 miles de euros en comparación con 8.014 miles de euros en 2015, debido a la mejora en EBITDA comparable y a la menor amortización en el área de Contenidos que disminuye en 1.222 miles de euros en 2016. Destacar que todas las divisiones ya se encuentran en rentabilidad del EBIT comparable.

¹² Excluye medidas de ajuste de personal en 2016 de 30 miles euros y en 2015 de 46 miles euros.

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 11 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#4) y motor con autocasión.com (top#6).

2016 se ha caracterizado por la consolidación del negocio con un notable crecimiento tanto en ingresos como en EBITDA y un destacable nivel de cuota y de penetración de mercado. El enfoque estratégico se desarrolla en el segmento B2B con ofertas comerciales atractivas. Como hitos concretos, se ha producido el rediseño de los portales Infoempleo.com y autocasión.com.

De cara a 2017 se mantienen las líneas de acción de apuesta por producto y servicios de valor añadido que permitan la profundización en el conocimiento de los clientes, usuarios y la utilización de las nuevas tecnologías. Por el lado de los ingresos, mediante acciones de marketing de marca, el objetivo es incrementar la facturación publicitaria tanto de clasificados como display. Asimismo, continuarán las medidas que permitan captar, fidelizar e incrementar el ingreso medio por cliente. Por el lado de los costes, todas estas medidas se ejecutan bajo el criterio de rentabilidad manteniendo la estructura operativa.

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

Miles de Euros	NIIF			
	2016	2015	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Clasificados	17.815	15.435	2.380	15,4%
Total Ingresos de Explotación	17.815	15.435	2.380	15,4%
EBITDA				
Clasificados	2.015	660	1.355	205,3%
Total EBITDA	2.015	660	1.355	205,3%
EBITDA comparable¹				
Clasificados	2.076	831	1.244	149,7%
Total EBITDA comparable	2.076	831	1.244	149,7%
EBIT				
Clasificados	1.556	83	1.473	n.r.
Total EBIT	1.556	83	1.473	n.r.
EBIT comparable^{1 2}				
Clasificados	1.613	261	1.352	519,0%
Total EBIT comparable	1.613	261	1.352	519,0%

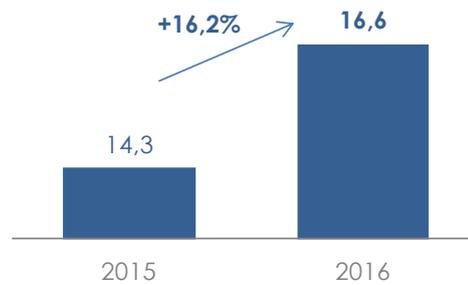
¹ Excluye medidas de ajuste de personal en 2016 de -61 miles euros y en 2015 de -171 miles euros.

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado en 2016 4 miles euros y 2015 -6 miles de euros.

Ingresos de Explotación: alcanzan 17.815 miles de euros, un crecimiento del 15,4%, debido al buen comportamiento de los ingresos de publicidad del área que se incrementan un 16,2%.

Evolución de ingresos publicitarios del área de Clasificados

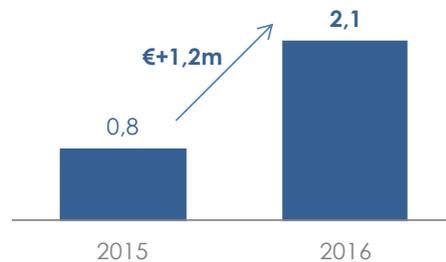
Datos en €m



EBITDA comparable: alcanza en 2016 miles de euros en comparación con 831 miles de euros en 2015, gracias al incremento de facturación que permite avanzar en el objetivo de crecimiento de rentabilidad en el área.

Evolución del EBITDA comparable del área de Clasificados¹

Datos en €m



Nota 1: excluye medidas de ajuste 2016 €-0,1m y 2015 €-0,2m.

Datos operativos

Periódicos

Datos de Difusión Media	2016	2015	Var Abs	%
Prensa Nacional- ABC	91.159	107.802	-16.643	-15,4%
Prensa Regional				
El Correo	66.623	72.956	-6.334	-8,7%
El Diario Vasco	50.831	53.493	-2.662	-5,0%
El Diario Montañés	23.222	25.156	-1.934	-7,7%
Ideal	18.152	19.624	-1.472	-7,5%
La Verdad	15.821	17.470	-1.649	-9,4%
Hoy	10.303	11.103	-800	-7,2%
Sur	15.992	17.579	-1.587	-9,0%
La Rioja	9.368	10.231	-863	-8,4%
El Norte de Castilla	18.089	20.456	-2.367	-11,6%
El Comercio	16.357	17.410	-1.053	-6,0%
Las Provincias	16.679	18.110	-1.430	-7,9%
TOTAL Prensa Regional	261.438	283.587	-22.150	-7,8%

Fuente: OJD. Datos 2016 no certificados.

Audiencia	3ºOla 16	3ºOla 15	Var Abs	%
Prensa Nacional- ABC	453.000	497.000	-44.000	-8,9%
Prensa Regional	1.859.000	2.029.000	-170.000	-8,4%
El Correo	386.000	419.000	-33.000	-7,9%
El Diario Vasco	198.000	249.000	-51.000	-20,5%
El Diario Montañés	141.000	161.000	-20.000	-12,4%
Ideal	139.000	192.000	-53.000	-27,6%
La Verdad	191.000	191.000	0	0,0%
Hoy	134.000	134.000	0	0,0%
Sur	124.000	148.000	-24.000	-16,2%
La Rioja	85.000	84.000	1.000	1,2%
El Norte de Castilla	191.000	181.000	10.000	5,5%
El Comercio	152.000	155.000	-3.000	-1,9%
Las Provincias	118.000	115.000	3.000	2,6%
Suplementos				
XL Semanal	1.760.000	2.024.000	-264.000	-13,0%
XL Dominical	146.000		146.000	n/r
Mujer Hoy	1.156.000	1.255.000	-99.000	-7,9%
Mujer Hoy Corazón	186.000	266.000	-80.000	-30,1%
Inversión y Finanzas	23.000	37.000	-14.000	-37,8%
Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	dic-16	dic-15	Var Abs	%
Vocento	19.180	18.449	731	4,0%

Fuente: ComScore Multiplataforma.

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	dic-16	dic-15	Var Abs
NET TV audiencia	3,2%	3,3%	-0,1 p.p

Fuente: Kantar Media último mes.

Anexo I: Medidas Alternativas del Rendimiento

CNMV ha notificado el 20 de octubre de 2015 su intención de cumplir con las “Directrices sobre Medidas Alternativas del Rendimiento” publicadas por La Autoridad Europea de Valores y Mercados (ESMA) el 30 de junio de 2015 y emitidas al amparo del artículo 16 del Reglamento (EU) N° 1095/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de noviembre de 2010. En este contexto, se incluyen las Medidas Alternativas del Rendimiento utilizadas.

La descripción de dichas Medidas Alternativas de Rendimiento utilizadas en este informe es:

EBITDA significa, el resultado neto del ejercicio antes de ingresos financieros, gastos financieros, otros resultados de instrumentos financieros, impuesto sobre beneficios, amortizaciones, depreciaciones, deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible, deterioro de fondos de comercio para el periodo en cuestión sin tomar en consideración (a) el resultado neto de la enajenación de activos financieros corrientes; y (b) el Resultado de Sociedades por el método de participación.

EBITDA comparable significa ajustar al EBITDA todos aquellos ingresos y gastos excepcionales no recurrentes que facilitan la comparación entre los EBITDA entre los periodos en cuestión.

En este sentido, se han considerado como gastos excepcionales no recurrentes los importes de las indemnizaciones por despido devengadas en cada periodo.

EBIT significa, restar al EBITDA las amortizaciones y depreciaciones y el deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible.

EBIT comparable significa ajustar al EBIT todos aquellos ingresos y gastos excepcionales no recurrentes que facilitan la comparación entre los EBIT entre los periodos en cuestión y por el deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible.

En este sentido, se han considerado como gastos excepcionales no recurrentes los importes de las indemnizaciones por despido devengadas en cada periodo.

Deuda financiera neta (DFN) significa el endeudamiento a largo y corto plazo con coste financiero explícito, bien sea con entidades financieras bien con otros terceros, más las deudas derivadas de la emisión de bonos, pagarés, obligaciones convertibles en acciones o instrumentos financieros de naturaleza similar más las garantías o contragarantías en relación con endeudamiento con coste financiero que puedan prestar a favor de terceras partes y no contabilizadas en el pasivo como obligaciones de pago menos la tesorería más el valor de mercado (mark to market) de aquellos instrumentos de cobertura que se suscriban distintos de las Operaciones de Cobertura. A estos efectos se entenderá por tesorería el efectivo y otros medios líquidos, más otros activos financieros corrientes y no corrientes, que se mantengan bien con entidades financieras o bien con terceros. En este sentido, el importe de las “Deudas con entidades de crédito” corresponde al valor nominal de las mismas, y no a su coste amortizado; es decir, no incluye el impacto del diferimiento de los gastos de apertura. No se incluyen dentro de deuda financiera neta los Avales Económicos y los Avales Técnicos.

Deuda financiera neta (DFN) comparable significa ajustar la DFN por todos aquellos cobros y pagos excepcionales no recurrentes que facilitan la comparación entre la DFN de los periodos en cuestión. En este sentido, se han considerado como pagos excepcionales no recurrentes entre otros los importes de las indemnizaciones por despido pagados en cada periodo, así como los pagos relativos al ejercicio de los acuerdos alcanzados con los accionistas de Federico Domenech y a los pagos realizados por la compra de acciones.

Generación de caja ordinaria significa la diferencia entre la DFN del inicio y el final de periodo ajustada por todos aquellos cobros y pagos excepcionales no recurrentes que facilitan la comparación entre la DFN de los periodos en cuestión. En este sentido, se han considerado como pagos excepcionales no recurrentes, el importe recibido por la venta de la sede de ABC, el importe de la compra de minoritarios de Rotomadrid, los importes de las indemnizaciones por despido pagados en cada periodo, así como los pagos relativos al ejercicio de los acuerdos alcanzados con los accionistas de Federico Domenech y a los pagos realizados por la compra de acciones.

Cálculo de las M.A.R.: conciliación entre los datos contables y las Medidas Alternativas al Rendimiento

Miles de Euros	2016	2015
RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	-57.756	9.104
Ingresos financieros	-243	-1.538
Gastos financieros	6.701	7.705
Otros resultados de instrumentos financieros	294	-923
Impuesto sobre beneficios de las operaciones continuadas	92.570	6.057
Amortizaciones y depreciaciones	18.650	20.055
Deterioro del Fondo de Comercio	2.500	5.350
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible	-20.881	569
Resultado de sociedades por el método de participación	110	-257
Resultado neto en enajenación de activos financieros no corrientes	177	1.516
EBITDA	42.123	47.638
Indemnizaciones	10.115	2.556
EBITDA COMPARABLE	52.238	50.194
EBITDA	42.123	47.638
Amortizaciones y depreciaciones	-18.650	-20.055
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible	20.881	-569
EBIT	44.354	27.016
Indemnizaciones	10.115	2.556
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible	-20.881	569
EBIT COMPARABLE	33.588	30.139

Miles de Euros	2016	2015
Deuda financiera con entidades de crédito a Largo Plazo	64.903	97.004
Otros pasivos con coste financiero a Largo Plazo	1.493	2.351
Deuda financiera con entidades de crédito a Corto Plazo	17.942	23.262
Otros pasivos con coste financiero a Corto Plazo	1.783	2.509
Efectivo y otros medios equivalentes	-21.709	-19.348
Otras cuentas a cobrar no corrientes con coste financiero	-270	-270
Gastos de apertura del sindicato	2.271	3.279
DEUDA FINANCIERA NETA (DFN)	66.412	108.787
DEUDA FINANCIERA NETA (DFN)	66.412	108.787
Indemnizaciones pagadas en el ejercicio	-10.278	-6.329
Cobro por venta Edificio ABC	35.000	0
Pago por renegociación de las opciones de venta de Las Provincias , segundo pago del la compra del 34% de Rotomadrid y cobro por venta de activos	-3.767	-3.972
DEUDA FINANCIERA NETA COMPARABLE	87.367	98.486
DFN del inicio del periodo	108.787	125.869
DFN del final del periodo	-66.412	-108.787
Indemnizaciones pagadas en el ejercicio	10.278	6.329
Cobro por venta Edificio ABC	-35.000	0
Pago por renegociación de las opciones de venta de Las Provincias , segundo pago del la compra del 34% de Rotomadrid y cobro por venta de activos	3.767	3.972
GENERACION DE CAJA ORDINARIA	21.420	27.383

Aviso Legal

Las declaraciones contenidas en este documento, incluyendo aquellas referentes a cualquier posible realización o estimación futura de Vocento S.A. o su grupo, son declaraciones prospectivas y en este sentido implican riesgos e incertidumbres.

Asimismo, los resultados y desarrollos reales pueden diferir materialmente de los expresados o implícitos en las declaraciones anteriores, dependiendo de una variedad de factores, y en ningún caso suponen ni una indicación del rendimiento futuro ni una promesa o garantía de rentabilidad futura.

Adicionalmente, ciertas cifras incluidas en este documento se han redondeado. Por lo tanto, en los gráficos y tablas se pueden producir discrepancias entre los totales y las sumas de las cifras consideradas individualmente u otra información disponible, debido a este redondeo.

El contenido de este documento no es, ni debe ser considerado, un documento de oferta o una oferta o solicitud de suscripción, compra o venta de acciones, y no se dirige a personas o entidades que sean ciudadanas, residentes en, constituidas en o ubicadas en, cualquier jurisdicción en la que su disponibilidad o uso constituyan una infracción de la legislación o normativa local, requisitos de registro y licencia. Del mismo modo, tampoco está dirigido ni destinado a su distribución o utilización en país alguno en el que se refiera a valores no registrados.

Por todo lo anterior, no se asume responsabilidad alguna, en ningún caso, por las pérdidas, daños, sanciones o cualquier otro perjuicio que pudiera derivarse, directa o indirectamente, del uso de las declaraciones e informaciones incluidas en el documento.

Contacto

Relación con Inversores y Accionistas

C/ Pintor Losada, 7
48007 Bilbao
Bizkaia
Tel.: 902 404 073
e-mail: ir@vocento.com