



Madrid, 27 de agosto de 2015

INFORMACION FINANCIERA INTERMEDIA 30 DE JUNIO DE 2015 – ZINKIA ENTERTAINMENT, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

De conformidad con lo establecido en el artículo 82 de la Ley 24/1988 del Mercado de Valores y en la Circular 9/2010 del Mercado Alternativo Bursátil (MAB) y para su puesta a disposición del público como información relevante, ZINKIA ENTERTAINMENT, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES (en adelante “Zinkia” o el “Grupo”) comunica la siguiente información relativa al periodo de seis meses finalizado el 30 de junio de 2015:

- Actualización de las previsiones e informe sobre su grado de cumplimiento.

ZINKIA ENTERTAINMENT, S.A., teniendo en cuenta los retrasos hasta ahora sufridos en el proceso concursal, y tras analizar el impacto económico y financiero de dichos retrasos, ha procedido a revisar las proyecciones para el ejercicio 2015 publicadas el pasado mes de abril de 2015.

Quedamos a su disposición para cuantas aclaraciones considere oportunas.

José María Castillejo Oriol
Presidente del Consejo de Administración



ZINKIA ENTERTAINMENT, S.A.Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Anexo a la Información Financiera. JUNIO 2015
Actualización de las previsiones e Informe sobre el grado de
cumplimiento



ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

GRADO DE CUMPLIMIENTO PREVISIONES EJERCICIO 2015

En este anexo a la información financiera suministrada por el Grupo se ofrece una visión comparada de los estados financieros previstos para el ejercicio 2015 y los presentados en los Estados Financieros Intermedios a 30 de junio de 2015, analizando su grado de cumplimiento. Del mismo modo, se analizan las posibles desviaciones respecto del mismo periodo del ejercicio anterior.

1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

A continuación se detallan las principales desviaciones que se observan al analizar comparativamente las cifras del primer semestre de 2015 con el mismo periodo del ejercicio anterior (la información comparativa para el periodo finalizado el 30 de junio de 2014 puede haber sufrido variaciones no materiales en comparación con la información publicada en Agosto de 2014, consecuencia de los ajustes en la consolidación tras la salida del grupo Cake. Asimismo, las cifras comparadas se presentan sin incluir el grupo Cake, de acuerdo con la normativa contable).

Del mismo modo, se analiza el grado de cumplimiento del plan de negocio. ZINKIA, aun estando inmersa en un proceso concursal, continúa creciendo y trabajando en el desarrollo de su negocio, aumentando los ingresos provenientes de su actividad y minimizando al máximo posible los costes derivados de la misma.

El incremento de las ventas respecto al periodo anterior y la contención en las partidas de gasto, llevan a la obtención de un EBITDA 1,1 MM €.

El detalle de la cuenta de resultados es el siguiente:

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

Zinkia	30/06/2014	30/06/2015	%	2015e
(€)				
Total Ingresos	3.423.900	3.490.313	2%	11.536.299
Importe neto cifra de negocios	2.925.541	3.062.166	5%	10.533.259
Otros Ingresos	498.358	428.147	-14%	1.003.039
Aprovisionamientos	68.606	158.049	130%	1.052.921
Margen Bruto	3.355.294	3.332.264	-1%	10.483.378
% <i>Gross Profit / Revenue</i>	98%	95%		91%
Gastos de personal	1.212.918	1.183.146	-2%	3.760.321
Otros gastos de explotación	1.063.720	1.031.691	-3%	3.588.067
EBITDA	1.078.657	1.117.427	4%	3.134.990
% <i>EBITDA / Revenue</i>	32%	32%		27%
Amortizaciones y provisiones	506.442	694.055	37%	1.439.923
EBIT	572.215	423.372	-26%	1.695.067
% <i>EBIT / Revenues</i>	17%	12%		15%
Resultado Financiero	- 68.009	- 275.684	305%	-
Deterioro y pérdidas por enajenación de activos	- 482.079	-	-100%	-
EBT	22.127	147.688	567%	1.695.067
% <i>EBT / Revenue</i>	1%	4%		15%
Impuestos	- 380.145	- 62.985	-83%	508.520
Resultado ejercicio	- 358.018	84.703	124%	1.186.547
Resultado procedente de op. Interrumpidas	- 335.383	-	-100%	-
Resultado Soc Dominante	- 693.401	84.703	112%	1.186.547

1.1. INGRESOS

En los siguientes cuadros puede verse el detalle de la cifra de negocio por línea de negocio y comparada con el primer semestre del ejercicio 2014 y las proyecciones para 2015:

	30 jun 2014	30 jun 2015	% var	2015e	% alcanzado
Contenidos	804.708	1.297.733	61%	2.641.659	49%
Licencias	1.239.222	281.892	-77%	4.813.091	6%
Publicidad	881.611	1.482.542	68%	3.078.509	48%
Total	2.925.541	3.062.166	4,67%	10.533.259	29%

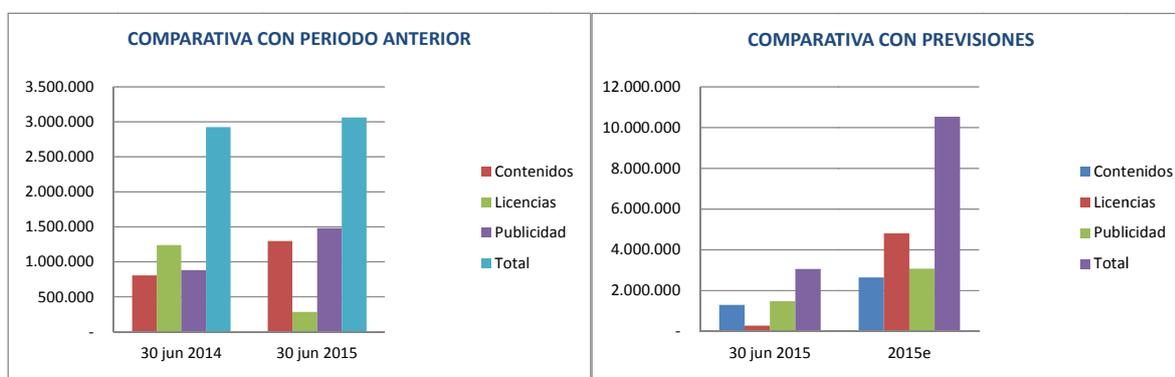
	30/06/2015
Contenidos	42%
Licencias	9%
Publicidad	48%
Totales	3.062.166

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

A continuación se muestra el desglose de ingresos por área geográfica:

Mercado	30/06/2015	30/06/2014
Nacional	17%	24%
Extranjero	83%	76%
Totales	100%	100%

A continuación se muestran varias gráficas de la evolución de los ingresos del Grupo:



A continuación se muestran gráficas sobre el desglose de ingresos por línea de negocio:



El negocio de ZINKIA, pese a encontrarse desde el pasado 7 de abril de 2014 en situación concursal, continúa creciendo, como muestran las cifras del periodo en su comparación con el periodo anterior.

Durante el primer semestre de 2015, las ventas del Grupo han aumentado un 5% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. Este incremento en las ventas, es consecuencia de la evolución del negocio y el crecimiento del mismo.

En lo que respecta al grado de cumplimiento de las proyecciones, es importante recordar que el Grupo realiza estimaciones anuales. Del mismo modo, cabe mencionar que, la cifra de negocio no está influenciada de forma significativa por la estacionalidad de las operaciones, aunque históricamente alrededor del 60% del total de ventas anuales, se genera en el segundo semestre. No obstante, los resultados obtenidos en el área de licencias no han sido los esperados.

En lo que respecta a la distribución por línea de negocio, puede observarse un notorio crecimiento en dos de las tres grandes áreas, Contenidos y Publicidad.

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

Respecto a la parte de *contenido*, se incrementa un 61% respecto al mismo periodo del año anterior. Este incremento es consecuencia de la gestión comercial de esta línea de generación de ingresos, que comprende las ventas de contenido digital e interactivo en diferentes plataformas y a las entregas de contenido del proyecto de desarrollo de *apps* educativas. Esta línea de negocio, respecto del total de ventas proyectadas para el 2015, alcanza un porcentaje del 49%.

Las ventas de la categoría de *Licensing & Merchandising* son un 77% inferiores al mismo periodo del ejercicio anterior. En 2014 se firmaron una serie de contratos con importantes mínimos garantizados, siendo, de acuerdo con la normativa contable, reconocidas las ventas en su totalidad en el momento de la firma (2014). Actualmente estos contratos están en marcha, y podrán generar nuevas ventas por royalties una vez se superen los mínimos garantizados incluidos en los acuerdos de venta. Cabe del mismo modo mencionar que se estableció un plan de negocio cuya premisa principal era la salida del proceso concursal durante el primer semestre de 2015 o a lo sumo en un corto plazo adicional. Al no haberse producido este hecho en el momento estimado, las ventas del Grupo se han visto afectadas, en la medida que muchas negociaciones se han retrasado hasta tener una resolución positiva de la situación concursal. En la explotación de marcas a través de la concesión de licencias de *merchandising*, al contrario de lo que sucede en negocios como la descarga de contenido o la visualización del mismo con publicidad asociada, el consumidor final no es el cliente directo. Es por ello que esta línea de negocio es la que se ve más afectada por la situación concursal de ZINKIA, pues los diferentes agentes en la negociación comercial (*partners*, grandes cadenas de distribución, jugueteros, etc) forman parte de la cadena de venta antes de que el producto licenciado llegue al consumidor final y requiere de inversiones en publicidad, marketing y similares que, dada la situación concursal de ZINKIA, no son posibles de afrontar en la actualidad, retrasándose por tanto las ventas de este tipo de productos. El área contaba en sus estimaciones con incorporar diversos perfiles comerciales internacionales al equipo a principios de 2015. Debido a la situación concursal, no se ha podido cubrir ninguno de los puestos necesarios para acometer el plan de negocio, por lo que este hecho ha afectado significativamente a la consecución de las ventas previstas para el año.

Esta línea de negocio, respecto del total de ventas proyectadas para el 2015, alcanza un porcentaje del 6%.

Por último, las ventas procedentes de la categoría *publicidad*, se incrementan exponencialmente, hasta alcanzar una cifra un 68% superior a la del mismo periodo del ejercicio anterior, gracias a los buenos resultados de la explotación publicitaria en plataformas on-line.

Esta línea de negocio, respecto del total de ventas proyectadas para el 2015, alcanza un porcentaje del 48%.

En otros ingresos de explotación se recoge el importe activado de los trabajos realizados por la propia empresa para el desarrollo y producción de sus proyectos audiovisuales e interactivos.

1.2. GASTOS

ZINKIA continúa realizando un control de las partidas de gasto. Respecto a las proyecciones para el ejercicio 2015, la evolución en este periodo ha sido en línea con lo esperado.

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

La partida de “*gastos de personal*” se ha mantenido estable respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. Los incrementos de plantilla previstos en su plan de negocio se han retrasado con motivo de la situación concursal.

Zinkia	30/06/2014	30/06/2015	%	2015e
Gastos de personal	1.212.917,97	1.183.146,09	-2%	3.760.321

Del mismo modo, la partida “*Otros gastos de explotación*” se ha mantenido estable respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. En este epígrafe se recogen los costes de asesores, consultores y, principalmente, las comisiones comerciales.

€	30/06/2014	30/06/2015	% var	2015e
Comisiones comerciales	117.474	178.764	52%	835.550
Otros servicios	946.246	852.927	-10%	2.752.517
TOTALES	1.063.720	1.031.691	-3%	3.588.067

Por último, la partida “*aprovisionamientos*” se ha incrementado respecto al periodo anterior consecuencia de los trabajos realizados por otras empresas tales como lociones, sonorizaciones, etc, y por la compra de muestras de producto de *merchandising* en el marco del proyecto de catálogo propio de ZINKIA.

€	30/06/2014	30/06/2015	% var	2015e
Trabajos realizados por otras empresas	68.606	158.049	130%	203.900
Compra de mercaderías	-	-		849.021
TOTALES	68.606	158.049	130%	1.052.921

2. BALANCE

2.1. ACTIVO

Zinkia	31/12/2014	30/06/2015	2015e
(en €)			
Inmovilizado Intangible	8.404.571	8.147.424	7.996.485
Inmovilizado Material	37.135	38.612	68.336
Inmovilizado Financiero	300	300	300
Activos por impuestos diferidos	6.165.463	6.127.764	5.656.943
Clientes no corrientes	1.565.282	283.866	1.440.565
Activo no corriente	16.172.750	14.597.966	15.162.629
Deudores	3.336.883	3.591.469	3.462.989
Inversiones Financieras corrientes	1.115.996	1.120.988	1.115.996
Tesorería	1.840.980	2.875.614	1.962.281
Ajustes por period.	3.393	5.823	3.393
Activo Circulante	6.297.252	7.593.894	6.544.659
Total Activo	22.470.001	22.191.861	21.707.289

El importe de los clientes no corrientes del Activo del Balance Consolidado recoge el valor de los saldos con vencimiento a más de 12 meses desde la fecha de formulación de los Estados Financieros Intermedios Consolidados. Dicho importe ha disminuido en función de los vencimientos de las cantidades incluidas en

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

esta partida, pasando algunas a corto plazo.

La tesorería del Grupo se ha incrementado un 56% respecto a diciembre de 2014. Este notable incremento es consecuencia del incremento en ventas de contenido y publicidad y de la contención de gasto ya mencionada, generando así ahorros a nivel tesorería que fortalecen la posición financiera de ZINKIA.

El resto de Activos No Corrientes y los Activos Corrientes no sufren variaciones significativas durante este primer semestre.

2.2. PASIVO

Zinkia	31/12/2014	30/06/2015	2015e
Capital Social	2.445.677	2.445.677	2.445.677
Prima	9.570.913	9.570.913	9.570.913
Acciones Propias	- 403.841	- 403.841	- 403.841
Reservas	964.625	964.622	964.622
Resultado de ejercicios anteriores	- 3.504.172	- 7.541.452	- 7.541.452
Pérdidas y Ganancias	- 4.037.280	84.703	1.186.547
Diferencias de conversión	-	-	-
Resultado atribuible a intereses minoritarios	-	-	-
Intereses minoritarios	-	-	-
Patrimonio Neto	5.035.919	5.120.621	6.222.466
Ingresos diferidos	138.573	138.573	138.573
Deudas a largo plazo	4.027.867	3.838.738	9.352.829
Pasivos por impuesto diferido	53.660	53.660	53.660
Periodificaciones a largo plazo	1.262.675	-	1.262.675
Pasivo no corriente	5.482.775	4.030.972	10.807.737
Deudas a corto plazo	7.946.269	8.440.055	2.526.325
Acreedores comerciales y otros	2.617.181	2.544.622	762.902
Periodificaciones a corto plazo	1.387.859	2.055.590	1.387.859
Pasivo corriente	11.951.309	13.040.268	4.677.086
Total Patrimonio Neto y Pasivo	22.470.001	22.191.861	21.707.289

Las variaciones en el patrimonio neto se deben a los resultados obtenidos.

El resto de partidas no sufren variaciones significativas durante este primer semestre. Las partidas de Periodificaciones a largo plazo se ha reclasificado al corto plazo. Este epígrafe está relacionado con el proyecto de producción de *apps* educativas. ZINKIA factura las cantidades pagaderas por cada aplicación, contando como contrapartida este apartado. Estos importes, conforme a la normativa contable, se van cancelando contra la cuenta de resultados conforme se entrega el contenido.

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

ACTUALIZACIÓN PREVISIONES

ZINKIA ENTERTAINMENT, S.A., (en lo sucesivo también "ZINKIA", "Sociedad Dominante" o "la compañía"), teniendo en cuenta los retrasos hasta ahora sufridos en el proceso concursal, y tras analizar el impacto económico y financiero de dichos retrasos, ha procedido a revisar las proyecciones para el ejercicio 2015 publicadas el pasado mes de abril de 2015.

A continuación se detalla el Plan de Negocio del Grupo ZINKIA (en lo sucesivo también "Grupo") para el período 2015 revisado.

A la vista de los cambios que ha experimentado el sector en los últimos años, motivados fundamentalmente por la crisis global, especialmente vinculados con el retraso en cierre de contratos comerciales y de producción, ZINKIA consideró oportuna la revisión de su plan de negocio hasta 2015 el pasado 30 de abril de 2015, ajustando los tiempos de inicio de nuevas producciones y de explotación comercial en nuevos mercados.

En la anterior revisión del Plan de Negocio de ZINKIA para el período 2015 se contempló la suspensión temporal de parte de las producciones previstas y la adecuación del calendario previsto de producciones a la situación actual de mercado y disponibilidad de fuentes de financiación.

Consecuentemente a esta situación, tanto los objetivos estratégicos como los objetivos económicos que el Grupo había marcado en el momento de su incorporación al Mercado, han sufrido demoras o se han movido en el tiempo.

No obstante, el Grupo siempre ha apostado por la creación de valor, sacrificando, si ha sido necesario, el cumplimiento de los objetivos económicos a corto plazo a cambio de garantizar un mayor valor en el futuro. En estos ejercicios, ZINKIA ha conseguido, entre otros, los siguientes objetivos que se había marcado:

- Recuperación de la distribución internacional de POCOYO™, lo que otorga una libertad operativa y de gestión que garantiza un crecimiento futuro de los ingresos de diferentes territorios frente a los resultados obtenidos hasta la fecha. Esto permite tener relación directa con todos los agentes y licenciatarios en cada uno de los países. En el periodo transcurrido desde la efectiva reversión de la gestión comercial (2011) los hechos demuestran que se ha alcanzado una cifra de ingreso proveniente de diferentes territorios superior a los anteriores ejercicios.
- Entrada en el mercado de Estados Unidos, con presencia en las 3 plataformas televisivas más importantes. Con el apoyo del agente comercial del territorio y las cifras de audiencias alcanzadas tanto en las televisiones en las que está presente POCOYO™, como en las plataformas de difusión digital, hacen prever que este mercado arrojará cifras muy positivas en los próximos ejercicios.
- Entrada en el mercado italiano, británico, turco, ruso y sudeste asiático, mediante la firma de nuevos contratos con agentes comerciales que representen nuestros intereses en estos mercados
- Cobertura completa de Latinoamérica, con nueva estructura de agentes comerciales.
- Reactivación del mercado chino, mediante la firma de una de las principales categorías de licencias [juguete].

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

- Puesta en marcha de un nuevo formato de comercialización de la línea de negocio de licencias de *merchandising*, mediante la creación de un catálogo propio de producto POCOYO™ para su explotación comercial internacional.

Otro factor importante que provocó que las previsiones se redujesen respecto a las estimadas en anteriores versiones publicadas del Plan de Negocio, fue la tendencia general existente en el sector.

En la presente revisión del Plan de Negocio para el ejercicio 2015 se han tenido en cuenta los retrasos sufridos en el proceso concursal, reflejando en las proyecciones la estimación del impacto de los mismos, el cual se detallará a continuación. ZINKIA, si bien continúa creciendo, estableció un plan de negocio cuya premisa principal era la salida del proceso concursal en el primer semestre de 2015 o a lo sumo un corto plazo adicional. Al no haberse producido este hecho en el momento estimado, las ventas del Grupo por la comercialización de licencias se han visto afectadas, en la medida que muchas negociaciones se han retrasado hasta tener una resolución positiva de la situación concursal. Por ello, los administradores de ZINKIA han analizado el impacto que dicha situación tendría sobre el plan de negocio actual, y se ha procedido a revisar, teniendo en cuenta que cabe la posibilidad de que varias negociaciones todavía en marcha, se retrasen y finalicen pasado el ejercicio 2015.

En consecuencia con lo anterior y en cumplimiento de lo dispuesto en la Circular 9/2010 del MAB, sobre información a suministrar por entidades de reducida capitalización incorporadas a negociación en el Mercado Alternativo Bursátil, mediante el presente documento se procede a la actualización de las previsiones de negocio presentadas en el apartado 1.14.1. del Documento Informativo de Incorporación de ZINKIA ENTERTAINMENT S.A. de Julio de 2009, revisado en Abril de 2010, Abril de 2011, Abril de 2012, Abril de 2013, Abril de 2014 y Abril de 2015.

De esta forma se modifica el apartado 1.14.1. de dicho Documento Informativo cuya redacción quedará recogida como se indica a continuación.

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

1.14 En el caso de que, de acuerdo con la normativa del Mercado Alternativo Bursátil o a voluntad del Emisor, se cuantifiquen previsiones o estimaciones de carácter numérico sobre ingresos y costes futuros (ingresos o ventas, costes, gastos generales, gastos financieros, amortizaciones y beneficio antes de impuestos).

La inclusión de este tipo de previsiones y estimaciones implica el compromiso de informar al mercado, a través del MAB, en cuanto se advierta como probable que los ingresos y costes diferirán significativamente de los previstos y estimados.

En cumplimiento de lo dispuesto en la Circular 2/2014 del MAB, el Consejo de Administración de ZINKIA aprueba con fecha 26 de agosto de 2015 sin votos en contra un nuevo Plan de Negocio consolidado, en el que se recoge el cambio en las previsiones y estimaciones para los próximos años que se muestran a continuación:

1.14.1 Datos previsionales 2015

El presente epígrafe contiene los estados financieros proyectados del Grupo para el ejercicio 2015.

1.14.1.1 Previsiones de Ingresos 2015

<i>Euros</i>	2015e
INGRESOS TOTALES	9.423.873
VENTAS	8.567.579
Ingresos Pocoyó	8.567.579
Contenido	2.745.383
Licencias	2.743.687
Publicidad	3.078.509
OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	856.294



El Grupo ZINKIA se dedica al desarrollo y explotación de marcas de entretenimiento, a través de la creación, producción, distribución y comercialización de contenidos audiovisuales de animación y de contenidos interactivos.

Las 3 fuentes de generación de ingresos del Grupo ZINKIA son las siguientes:

- Producción y explotación de contenidos audiovisuales e interactivos: principalmente series, películas, videojuegos y aplicaciones, para su distribución y explotación multiplataforma y en cualquier tipo de dispositivo.
- Explotación de marcas: mediante la firma de contratos de licencia basados en royalties.
- Explotación publicitaria: venta de los espacios disponibles tanto en las plataformas digitales del Grupo ZINKIA, como en las plataformas propiedad de terceros que distribuyen contenidos de ZINKIA.

POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Las principales líneas del posicionamiento estratégico del Grupo son:

- Producir contenido audiovisual e interactivo de carácter familiar, centrándose en niños de hasta 14 años.
- Dar importancia al entretenimiento combinado con elementos educativos y la transmisión de valores universales.
- Desarrollar contenidos con vocación internacional.
- Integrar los contenidos audiovisuales, los contenidos interactivos y el desarrollo de marcas como partes de un mismo planteamiento empresarial y comercial.
- Producir contenido propio, dando prioridad, en su catálogo, al valor y calidad sobre el volumen.
- Registrar sus marcas y diseños a nivel nacional e internacional, en las clases en las que opera y sus derechos de propiedad intelectual en los registros administrativos de los distintos países en los que existe presencia.

ACTIVIDADES PRINCIPALES

Producción y explotación de contenidos audiovisuales e interactivos

El área de producción audiovisual del Grupo ZINKIA se centra en el desarrollo de contenidos de animación infantil. La tipología de formatos que explota el Grupo dentro de la producción de animación infantil se divide en series para televisión y largometrajes tanto para cine como para televisión.

Para llevar a cabo la línea de negocio de producción de animación infantil, el Grupo cuenta con 4 equipos: desarrollo, preproducción, producción y postproducción. De manera continuada existe un equipo básico que cubre estas necesidades, y cuando inicia una nueva producción, los equipos se redimensionan de la manera adecuada a cada proyecto.

Estas fases, por las que atraviesan todos los proyectos audiovisuales, comienzan con una fase de desarrollo en la que se identifica el objeto del proyecto, y se esbozan la parte visual y argumental básicas del proyecto. Posteriormente, en la fase de preproducción se trabaja en el argumento y guión, y desarrollo más pormenorizado de todos los elementos que intervienen en el contenido y que serán después utilizados en la fase de producción, que es la de más duración, en función del tipo de proyecto a acometer, y donde se incorpora el grueso del equipo humano involucrado. Finalmente, la fase de postproducción da como resultado el producto final, al unir y sincronizar todas las piezas que componen la obra: imagen, sonido, efectos, etc.

El Grupo utiliza las más avanzadas soluciones tecnológicas para la producción de sus proyectos audiovisuales, lo que permite alcanzar la calidad que ha posicionado a ZINKIA como un referente en el

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

mundo de la animación y haber obtenido los más distinguidos premios del sector. Asimismo, ZINKIA desarrolla herramientas propias que ayudan a sus artistas y creativos a obtener los mejores resultados posibles.

Los modelos de ingresos basados en las producciones audiovisuales son principalmente:

- Distribución a canales de televisión: tanto a canales de televisión “de pago” (*pay television*) como a canales de televisión “en abierto” (*free television*), mediante la concesión de licencias de emisión de los contenidos. Hay distintas ventanas de emisión, comenzándose la concesión de licencias a los canales de televisión “de pago” y abriendo posteriormente la ventana de televisión “en abierto”.
- *Home Video*: a través de distribuidores y mediante la licencia de la distribución del contenido en sus formatos más habituales (DVD, *Blue Ray*, etc.) a cambio de un royalty sobre las unidades vendidas.
- *Pay per view (PPV) and Video on demand (VOD)*: con la aparición de nuevos formatos o soportes de distribución de contenidos audiovisuales se puede explotar esta nueva ventana mediante la concesión de licencias a plataformas de distribución de contenidos.

En la labor de distribución y comercialización de contenidos audiovisuales, ZINKIA cuenta con la colaboración de agentes especializados en la venta de este tipo de productos, los cuales perciben una comisión en forma de porcentaje sobre el importe de las operaciones cerradas.

Con el objetivo de dar a las producciones una presencia global o 360 grados y para poder poner a disposición del público los contenidos allá donde ellos consuman los mismos, el Grupo ZINKIA también crea, desarrolla, produce y distribuye productos de carácter interactivo para consolas, teléfonos móviles (*smartphones*), *tablets*, PCs, *Smart TVs* o sitios web, fundamentalmente aplicaciones interactivas (libros interactivos, juegos, contenidos educativos, etc.) así como videojuegos y comunidades on-line.

En la actualidad, el Grupo desarrolla el diseño original de estos productos y lleva a cabo la producción mediante acuerdos de colaboración con empresas desarrolladoras de este tipo de contenidos, compartiendo las tareas de producción de los mismos.

Los modelos de distribución y monetización de este tipo de productos son los siguientes:

- Gratis: sin que se perciba ningún tipo de ingreso por su descarga o compra.
- Compra de la aplicación: se recibe un único pago por la descarga o compra de la aplicación.
- Publicidad: la aplicación es de descarga o compra gratuita pero se muestra publicidad en la misma.
- *Freemium* o compra dentro de la aplicación, que es de descarga gratuita, de contenidos o funcionalidades extra.

El Grupo utiliza todas las vías de distribución de este tipo de contenidos, teniendo distribuidas aplicaciones en todas estas modalidades.

El impacto en las proyecciones de ventas de ZINKIA para el ejercicio 2015 en la explotación comercial de esta línea de negocio no es muy significativo. Se incrementan las ventas un 4% respecto a la cifra estimada en Abril de 2015, consecuencia de las ventas en negociación a la fecha de elaboración del presente documento, relacionadas con contratos de distribución a canales de televisión a nivel internacional, dentro de la estrategia de reposicionamiento de marca.

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

Explotación de marcas

El impacto en las proyecciones de ventas de ZINKIA para el ejercicio 2015 en la explotación comercial de esta línea de negocio es el más relevante, reduciendo la cifra estimada para 2015 en un 43%. ZINKIA estableció un plan de negocio cuya premisa principal era la salida del proceso concursal a lo largo del primer semestre de 2015 o a lo sumo en un corto plazo adicional. Al no haberse producido este hecho en el momento estimado, las ventas del Grupo se han visto afectadas, en la medida que muchas negociaciones se han retrasado hasta tener una resolución positiva de la situación concursal. Por ello, los administradores de ZINKIA han analizado el impacto que dicha situación tendría sobre el plan de negocio actual, y se ha procedido a revisar, teniendo en cuenta que cabe la posibilidad de que varias negociaciones todavía en marcha, se retrasen y finalicen pasado el ejercicio 2015. En la explotación de marcas a través de la concesión de licencias de *merchandising*, al contrario de lo que sucede en negocios como la descarga de contenido o la visualización del mismo con publicidad asociada, el consumidor final no es el cliente directo. Es por ello que esta línea de negocio es la que se ve más afectada por la situación financiera de ZINKIA, pues los diferentes agentes en la negociación comercial (*partners*, grandes cadenas de distribución, jugueteros, etc) forman parte de la cadena de venta antes de que el producto licenciado llegue al consumidor final y requiere de inversiones en publicidad, marketing y similares que, dada la situación concursal de ZINKIA, no son posibles de afrontar en la actualidad, retrasándose por tanto las ventas de este tipo de productos. El área contaba en sus estimaciones con incorporar diversos perfiles comerciales internacionales al equipo a principios de 2015. Debido a la situación concursal, no se ha podido cubrir ninguno de los puestos necesarios para acometer el plan de negocio, por lo que este hecho ha afectado significativamente a la consecución de las ventas previstas para el año.

Las plataformas de comunicación a través de las que se distribuyen los contenidos audiovisuales, y de manera destacada la televisión “en abierto”, son el vehículo a través del cual se genera notoriedad para las producciones, lo que se traduce en la posibilidad de explotarlas comercialmente como marcas. Por tanto, el desarrollo de las marcas es el objetivo fundamental por el que se producen contenidos de animación, ya que es a través de la explotación comercial de marca como el Grupo consigue la gran mayoría de sus ingresos.

ZINKIA concede licencias sobre sus marcas a lo largo de todo el mundo, licenciando diversas categorías de producto entre las que podemos mencionar: juguetes; libros y *publishing*; ropa; accesorios; dispositivos electrónicos; alimentación; artículos de cuidado e higiene, etc.

Las licencias se conceden para un país o zona geográfica determinados, durante un periodo de tiempo limitado y para una categoría de producto también específico. Todos estos términos se establecen y firman en los contratos de licencia que se completan a tal efecto. El tipo de contrato estándar de licencia de las marcas suele tener una duración de entre 1 y 3 años y la renovación da lugar al pago de nuevos mínimos garantizados.

A fin de poder gestionar la explotación mundial de las marcas, el Grupo cuenta con un equipo comercial propio y se apoya en la figura de agentes comerciales que le ayudan, en determinados territorios, a la gestión de la concesión de licencias al tener mayor conocimiento de cada mercado local y evitando así que tenga que dotarse de una gran estructura para la gestión global de las marcas. Estos agentes obtienen un porcentaje de los ingresos que el ZINKIA genera en esos territorios donde intervienen.

El modelo de ingresos habitual es el de cobro de royalties sobre ventas netas, en un rango que varía según la categoría de producto entre el 4% y el 20%, de los licenciatarios a los que se les licencia la explotación de la marca para un tipo de producto determinado, en un país o zona geográfica concreta y por un tiempo específico. En casi todos los casos se establece un pago adelantado a cuenta de ingresos futuros, llamado “mínimo garantizado”. Este mínimo garantizado se fija como un porcentaje de los ingresos detallados en el plan comercial presentado por el licenciatario y anexo a cada contrato de licencia, y habitualmente se sitúa en un rango entre el 20% y el 40%. El licenciatario tiene la obligación de desembolsarlo en uno o varios

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

pagos. El mínimo garantizado actúa como adelanto de efectivo y como garantía del compromiso asumido por el licenciatario.

En abril de 2011, ZINKIA llegó a un acuerdo con ITV Global Entertainment Ltd., por el que se pone fin a toda la relación económica y comercial mantenida hasta la fecha, pasando así ZINKIA a ser el distribuidor exclusivo de todos los derechos y licencias de POCOYO™, lo cual supone un hito importante para el Grupo en la explotación comercial de la marca POCOYO™. Desde ese momento, el Grupo puede implementar las estrategias a nivel mundial que le permitan alcanzar los objetivos planteados en los planes de negocio. Asimismo, permite alcanzar una diversificación geográfica de la procedencia de los ingresos que permite afrontar los ejercicios futuros con una menor dependencia en ciertas áreas geográficas.

ZINKIA ha puesto en marcha un nuevo formato de comercialización de esta línea de negocio mediante la creación de un catálogo propio de producto POCOYO™ para su explotación comercial internacional. De esta forma, se combinaría la venta tradicional mediante la concesión de una licencia a un cliente para que éste fabrique un producto, percibiendo ZINKIA a cambio un porcentaje sobre las ventas, con la venta directa de producto POCOYO™ elaborado por ZINKIA.

Explotación publicitaria

ZINKIA, con los datos que maneja a la fecha de elaboración del presente documento, considera que la línea de negocio de explotación publicitaria, no se verá afectada por el retraso en el proceso concursal, siendo las ventas estimadas por tanto, las proyectadas en Abril de 2015. A través de plataformas como YouTube, el consumidor final visualiza el contenido de ZINKIA, recibiendo ésta ventas por la publicidad asociada al mismo. Este modelo de explotación sigue creciendo, las audiencias son cada vez mayores, y no se considera necesario realizar una modificación de las estimaciones de estas ventas.

Con la aparición de nuevos soportes de distribución de contenidos audiovisuales y digitales, han aparecido nuevas fórmulas de generación de ingresos que hasta hace poco tiempo no existían. El negocio de la publicidad on-line genera miles de millones alrededor del mundo y ha crecido hasta alcanzar niveles muy elevados durante los pasados ejercicios, esperándose que dicha tendencia se mantenga en futuros ejercicios.

El Grupo genera ingresos por la vía de la explotación publicitaria de sus plataformas de las siguientes formas:

- Plataformas propias: en sus propias páginas web, comunidades on-line, etc., se comercializan los espacios publicitarios disponibles de forma directa, contactando con agencias de medios y anunciantes para la venta de la publicidad.
- Plataformas de terceros en las que se encuentran los contenidos audiovisuales de ZINKIA: en aquellas plataformas en las que se pueden visualizar sus contenidos, los ingresos de la publicidad asociada a sus propiedades se reparten entre la plataforma y el Grupo.
- Aplicaciones para dispositivos móviles: en aquellos casos en la que la opción de distribución de las aplicaciones interactivas para dispositivos móviles es la publicidad, estos ingresos se generan por la inserción de distintas acciones publicitarias dentro de la aplicación.

La generación de caja por esta vía de explotación es más veloz y rápida que en las vías de generación de ingresos tradicionales. Esta fuente de ingresos representó en 2014 un 42% sobre el total de ingresos consolidados del Grupo.

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

Otros ingresos

- Activaciones (Proyectos en curso). Las activaciones corresponden a los gastos de personal y otros gastos de explotación directos en los que ZINKIA incurre para el desarrollo y producción de productos y contenidos. Esta partida está relacionada con el desarrollo de *apps* educativas.

1.14.1.2 Previsiones de Gastos de Personal.

La proyección de los gastos de personal distingue entre el equipo fijo del Grupo y el equipo de producción, que experimenta variaciones en función de si se está desarrollando algún nuevo producto.

Los gastos de personal se han ajustado teniendo en cuenta que, a la fecha de elaboración del presente documento, la mayoría de las incorporaciones previstas para 2015 no se han producido y que, de hacerse, se hará a finales de año.

El equipo estimado para el periodo 2015 es el siguiente:

Cifra media de empleados	2015e
Personal Corporativo	41
Personal en Producción	22
TOTAL	62

GASTOS DE PERSONAL	2015e
Total Equipo Corporativo	2.109.177
Total Producciones	899.080
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	3.008.257

- El coste de personal de equipos de producción estimado el periodo 2015 está relacionado con el proyecto de desarrollo de *apps* educativas para Estados Unidos.
- Dada la situación actual, se estima por tanto un equipo base operativo reducido al mínimo posible tanto en número como en coste, incrementándose este último en 2015 conforme al modelo de proyección y en un ejercicio de prudencia para cubrir un posible incremento de los costes salariales (seguros sociales, etc.) Respecto del equipo de producción, se estima el equipo mínimo necesario para cumplir con el calendario de producción de las *apps* educativas mencionadas anteriormente.
- Si bien queda fuera del período proyectado, los proyectos en curso no se abandonan, pero se pospone su comienzo de producción a años posteriores en los que la situación económica y financiera sea la adecuada.

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

1.14.1.3 Previsiones de Otros Gastos

La proyección de otros gastos de explotación se detalla a continuación. Las comisiones comerciales son variables en función de las ventas.

La estimación de esta partida se ha proyectado teniendo en cuenta la contención de gasto, y la reducción de costes variables de las ventas pues, al ser estas últimas menores a las estimadas previamente, los costes asociados serán también menores.

Trabajos Realizados	2015e
Trabajos Realizados por otras empresas	316.098
Compra de mercaderías	619.292
TOTALES	935.390
Comisiones comerciales	626.663
Otros servicios	2.003.526
TOTALES	2.630.188

1.14.1.4 Previsiones de Amortizaciones

Las dotaciones a la amortización de inmovilizado han sido proyectadas de acuerdo con la política de amortizaciones actual del Grupo, manteniendo por tanto los coeficientes de amortización utilizados actualmente en función del elemento de inmovilizado del que se trate.

Dotación Amortización	2015e
Inmovilizado Intangible	1.410.104
Inmovilizado material	18.292
Totales	1.439.923

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

1.14.1.5 Previsiones de Cuentas de Pérdidas y Ganancias

PyG (en Euros)	2015e
(€)	
Total Ingresos	9.423.873
Importe neto cifra de negocios	8.567.579
Otros ingresos de explotación	856.294
Aprovisionamientos	935.390
Margen Bruto	8.488.484
<i>% Gross Profit / Revenue</i>	<i>90,07%</i>
Gastos de personal	3.008.257
Otros gastos de explotación	2.630.188
EBITDA	2.850.039
<i>% EBITDA / Revenue</i>	<i>30,24%</i>
Amortizaciones y provisiones	1.439.923
EBIT	1.410.116
<i>% EBIT / Revenues</i>	<i>14,96%</i>
Resultado Financiero	-
Deterioro y pérdidas por enajenación de activos	26.231
EBT	1.436.347
<i>% EBT / Revenue</i>	<i>15,24%</i>
Impuestos	430.904
Resultado ejercicio	1.005.443

El importe neto de la cifra de negocios, que refleja la actividad comercial del Grupo, aumenta en el período proyectado en comparación con las cifras históricas, debido principalmente al incremento de la explotación de la marca POCOYO™ en otros países y al aumento del peso en la cifra de negocios de los ingresos derivados de la presencia on-line y la gestión de los derechos digitales de las marcas generadas.

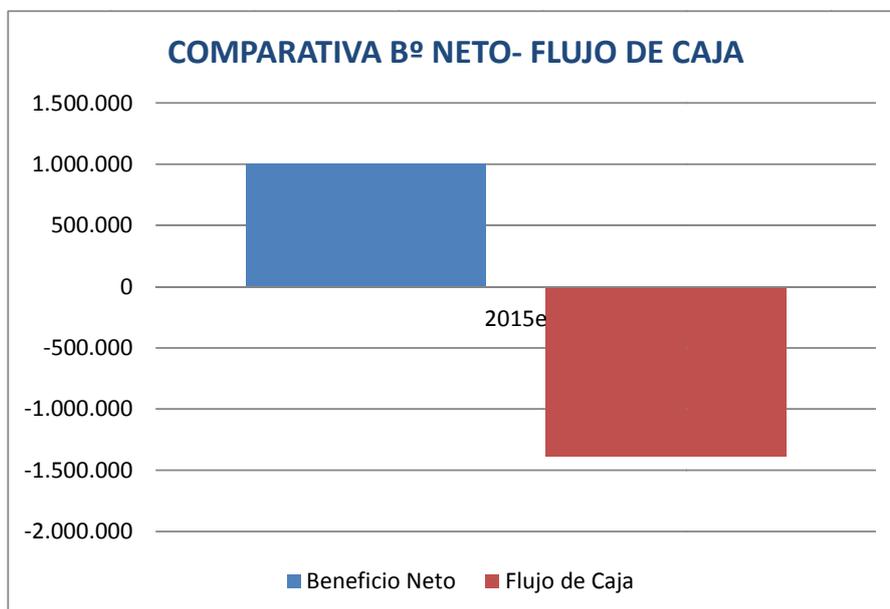
La cuenta de resultados presenta unos márgenes operativos positivos, lo que se explica por la cifra de negocio y por los menores gastos asociados a nuevos desarrollos. Asimismo, un factor relevante es que la estrategia de comercialización de contenidos y productos desarrollados por el Grupo se concentra en la negociación directa para cesión de marcas a los licenciatarios que generan la mayor parte de ingresos (ventas de libros, DVD y juguetes) y, a través de agentes, para el resto de licenciatarios. Se trata de un modelo basado en el cobro de royalties que requiere de una reducida estructura y de costes incrementales

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

marginales una vez acometidas las inversiones. Esto permite a ZINKIA tener una estructura de personal comercial muy liviana y aumentar sus márgenes, a cambio de perder volumen de facturación.

1.14.1.6 Previsiones de Cash-flow

Tanto la activación de gastos como el decalaje en el traslado de las inversiones a resultados a través de la amortización, conllevan que la cuenta de resultados de ZINKIA presente importantes diferencias con la generación efectiva de tesorería. Del mismo modo, el flujo neto de tesorería para el ejercicio se ve afectado por los pagos establecidos en la PAC en el marco del concurso.



ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

Cash Flow (en Euros)	2015e
EBIT	1.410.116
Impuestos	430.904
Deducciones aplicadas	430.904
Amortizaciones y provisiones	1.439.923
Cobro de clientes no corrientes	-
Cash flow económico	2.850.039
Inmovilizado Inmaterial	886.294
Inmovilizado Material	60.000
Inversión total en Capex	946.294
Variación Deudores	822.730
Variación Acreedores	- 528.031
Incrementos necesidades de circulante	1.350.761
CF actividades de inversión	-
CF al servicio de la deuda	552.984
Devoluciones de deuda privilegiada	368.927
Devoluciones de deuda G1	-
Devoluciones de deuda G2	1.571.933
Resultado Financiero	-
CF Financiero	- 1.940.860
FCF	- 1.387.876
Caja Inicial	1.793.688
Tesorería	405.812

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

El flujo de caja proyectado por ZINKIA para los próximos ejercicios depende fundamentalmente de la estimación de tres variables:

- Beneficio operativo bruto esperado por ZINKIA (Ver apartado de Cuenta de Resultados)
- Inversiones en el desarrollo de los nuevos productos y amortizaciones. El presente Plan de Negocio contempla el desarrollo de apps educativas. El desarrollo del resto de producciones se pospone a años posteriores en los que la situación económica y financiera sea la adecuada, los cuales quedan fuera del período proyectado.
- Necesidades de inversión en capital circulante: La inversión en circulante del Grupo depende de la evolución de dos partidas: deudores, y acreedores comerciales. A continuación se comenta la proyección realizada por ZINKIA:
 - **Deudores.** La partida de deudores está condicionada por la política de contabilización de ingresos de ZINKIA, que, conforme a la normativa aplicable, reconoce como ingresos del ejercicio las cantidades mínimas garantizadas en concepto de la cesión de licencias en el momento de la firma del contrato.
 - **Acreedores comerciales.** La partida de acreedores comerciales tiene una evolución condicionada por las fases de producción de contenidos, puesto que en ellas aumentan los gastos de explotación de la sociedad, así como una parte variable, las comisiones comerciales de agentes, que dependen de las ventas. La evolución de dicha partida, se ve condicionada adicionalmente por la evolución de la situación concursal de ZINKIA y el plan de pagos que finalmente se acuerde en el proceso. En las presentes proyecciones se estima el plan de pagos propuesto en el marco de la Propuesta Anticipada de Convenio planteada.

Inversión en Capital Circulante (en euros)	2015e
Variación Deudores	822.730
Acreedores varios	- 528.031
Totales	1.350.761

ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

1.14.1.7 Balance de situación

Las proyecciones estimadas para las partidas de Balance, contemplan tanto la evolución del negocio, como el plan de pagos propuesto en el marco de la Propuesta Anticipada de Convenio presentada por ZINKIA durante el proceso concursal.

Balance (euros)	2015e
(€)	
Inmovilizado Intangible	7.874.620
Inmovilizado Material	83.694
Inmovilizado Financiero	3.306
Activos impuestos diferidos	5.757.798
Clientes no corrientes	283.866
Activo no corriente	14.003.285
Deudores	4.846.706
Inversiones Financieras Temporales	1.134.268
Tesorería	405.812
Ajustes por period.	5.823
Activo corriente	6.392.609
Total Activo	20.395.893
Capital Social	2.445.677
Prima	9.570.913
Acciones Propias	- 403.841
Reservas	914.473
Resultado de ejercicios anteriores	- 7.535.310
Pérdidas y Ganancias	1.005.443
Patrimonio Neto	5.997.355
Ingresos diferidos	138.573
Deudas a largo plazo	9.432.822
Pasivos por impuesto diferido	53.660
Pasivo no corriente	9.625.054
Deudas a corto plazo	1.312.226
Acreedores comerciales y otros	1.405.667
Periodificaciones de ingresos	2.055.590
Pasivo corriente	4.773.484
Total Patrimonio Neto y Pasivo	20.395.893



ACTUALIZACIÓN DE LAS PREVISIONES E INFORME SOBRE SU GRADO DE CUMPLIMIENTO

Disclaimer

Bajo ninguna circunstancia deberá entenderse que el presente documento constituye una oferta de compra, venta, suscripción o negociación de acciones de ZINKIA. Cualquier decisión de inversión sobre los mismos deberá adoptarse de acuerdo al propio criterio del inversor y/o de los asesores que éste considere oportunos.

La información contenida en el presente documento se refiere fundamentalmente a datos históricos pero también puede contener manifestaciones o expectativas futuras que, como tales, están afectadas por riesgos e incertidumbres, conocidos o no, que podrían hacer que la evolución del negocio del grupo sea diferente de lo expresado o inferido y condicionar su materialización.

Para mayor conocimiento de los riesgos que podrían afectar al negocio, manifestaciones de futuro y situación financiera o patrimonial, ZINKIA recomienda consultar el Documento Informativo de Incorporación al MAB y la información periódica posterior enviada al Mercado.

Atentamente

José María Castillejo Oriol
ZINKIA Entertainment, S.A.