

**ATRESMEDIA**



**RESULTADOS ENERO-JUNIO 2022**

**30 de junio de 2022**



La información consolidada de Atresmedia adjunta ha sido preparada de acuerdo con lo establecido por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), teniendo en consideración la totalidad de los principios y normas contables y los criterios de valoración de aplicación obligatoria, así como las alternativas que la normativa permite a este respecto. De modo adicional se presenta información de la evolución individualizada de las dos principales actividades del Grupo: Audiovisual y Radio.



---

1.	ASPECTOS DESTACADOS .....	3
1.1	Hitos del período y principales magnitudes .....	3
1.2	Entorno económico y de mercado .....	4
2.	ATRESMEDIA.....	6
2.1	Cuenta de resultados consolidada.....	6
2.1.1	Ingresos Netos .....	7
2.1.2	Gastos de Explotación.....	7
2.1.3	Resultados de Explotación y márgenes .....	8
2.1.4	Resultado antes de impuestos .....	9
2.1.5	Resultado Consolidado del período .....	9
2.2	Balance consolidado.....	10
2.3	Cash Flow consolidado .....	12
2.4	Evolución de la acción .....	13
2.4.1	La acción de Atresmedia .....	13
2.4.2	Recomendaciones de analistas.....	14
2.5	Responsabilidad corporativa .....	14
3.	AUDIOVISUAL .....	17
3.1	Cuenta de Resultados .....	17
3.1.1	Ingresos Netos .....	17
3.1.2	Gastos de Explotación.....	20
3.1.3	Resultados de Explotación y márgenes .....	21
3.2	Audiencia .....	22
3.2.1	Consumo de Televisión .....	22
3.2.2	Audiencias de Televisión .....	22
3.2.3	Audiencias de Digital .....	26
4.	RADIO .....	29
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia .....	29
4.2	Cuenta de Resultados .....	30
5.	MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO .....	32



## 1. ASPECTOS DESTACADOS

### 1.1 Hitos del período y principales magnitudes

#### Atresmedia. Principales magnitudes del período

Variables operativas destacadas	Ene-Jun 2022	Ene-Jun 2021
Audiencia total TV	27,9%	27,6%
Cuota de mercado TV (estimaciones internas)	42,9%	42,0%
Oyentes Radio (miles) (2ª Ola EGM. Media móvil)	2.902	3.011
Nº de empleados total	2.401	2.495

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Jun 2022	Ene-Jun 2021
Ingresos Netos	459.987	464.835
Resultado Bruto de Explotación	88.347	91.207
Beneficio del Ejercicio	57.158	62.495
Deuda Financiera Neta	91.067	68.844
Deuda Financiera Neta (incluido depósito I/p)	41.067	68.844

**Atresmedia obtiene en el primer semestre de 2022 un Resultado Bruto de Explotación de 88,3 millones de euros y alcanza un Beneficio Consolidado de 57,2 millones de euros.**

**Atresmedia Televisión** logra en el periodo, según estimaciones internas, una **cuota de mercado** del 42,9%, una mejora de 0,9 puntos frente al ejercicio anterior. En términos de **audiencia** Atresmedia es el grupo televisivo más visto con un 27,9% de share y 1,5 puntos más que Mediaset a pesar de tener un canal menos. Lidera también en prime time con un 28,0% y 3,2 puntos más que su principal competidor.

**Antena 3** es el canal más visto de España con un 14,0% de cuota. Lidera también en la franja prime time con una audiencia del 14,9%.

**El canal La Sexta**, con una audiencia del 6,5% supera a Cuatro en 1,3 puntos. En la franja prime time, con una cuota del 5,8%, está por encima de su competidor en 0,3 puntos.



El conjunto de canales complementarios del Grupo (**Neox, Nova, Mega y Atreseries**) suma una cuota de audiencia de un 7,4% en el acumulado a junio de 2022, siendo en el target comercial de un 7,9%.

En el negocio **Digital**, según datos facilitados por ComScore a junio, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet, alcanza una media de 26,5 millones de visitantes únicos, y se posiciona en el sexto puesto en el ranking de los sitios más visitados de España. La plataforma de pago ATRESplayer Premium registra a 30 de junio de 2022 un total de 412 mil suscriptores.

Las películas de **Atresmedia Cine** en explotación durante los primeros seis meses del año representan el 33% de la recaudación del Cine Español. "Mamá o papá", "La Abuela" y "El juego de las llaves" se posicionan entre las cinco películas españolas más taquilleras en lo que va de año.

En el ámbito **internacional**, los canales de Atresmedia registran 59 millones de abonados, sumando 1 millón respecto a junio del año anterior, un incremento del 2%.

**Atresmedia Radio**, con sus cadenas Onda Cero, Europa FM y Melodía FM, mantiene su posición con 2,9 millones de oyentes según el último Estudio General de Medios (2ª ola de 2022).

## 1.2 Entorno económico y de mercado

En el primer trimestre del año se registró un incremento del Producto Interior Bruto del 0,2%, por debajo de lo que estimaban los analistas a principio del año basándose en la evolución tan positiva de la economía en los últimos trimestres de 2021. Esta caída se debe sobre todo a la retracción del consumo privado, que, si bien a precios corrientes crece ligeramente, el efecto de la inflación ha hecho que a precios reales sea menor de lo previsto.

El último informe de FUNCAS, del mes de julio, estima que la economía española experimentará un crecimiento del 4,2% en 2022. La guerra de Ucrania, unido al alza de precios de los combustibles y las materias primas, hacen que las previsiones no sean optimistas. Se espera, por tanto, una contracción del consumo, tanto privado como público. Según esta fuente, el crecimiento estimado para 2023 será del 2%, 1,3 puntos menos que en la anterior previsión.

Algo por encima, se sitúa el Fondo Monetario Internacional, que en abril ajustó su previsión de crecimiento para el conjunto de la economía española, hasta situarla en el 4,8% (frente al 5,8% previsto en enero) en 2022 y 3,3% en 2023. El Banco de España, por su parte, prevé que



el PIB repunte un 4,1% en este ejercicio y un 2,8% en el siguiente.

En cuanto al mercado laboral, FUNCAS también ha publicado su previsión de la tasa de paro que será menor que la de 2021 y se situará a cierre de 2022 en el 12,7% para reducirse hasta 11,8% en 2023.

La tasa de inflación, el mes de junio alcanzó el 10,2%, la cifra más alta registrada desde el año 1985. La previsión de FUNCAS es que este nivel se mantenga en los meses de verano y vaya bajando ligeramente, de forma que la tasa media en el año se quede en el 8,9%. En 2023 se llegará a una cifra más moderada, estimándose una media para el año de 4,8%.

Las tensiones inflacionistas como consecuencia de la guerra, de la crisis de suministros de China y de la escasez de materias primas procedentes de los países en guerra, entre otras causas, han llevado al Banco Central Europeo a subir los tipos de interés medio punto, primer movimiento al alza de la última década.

El déficit público que según FUNCAS se estabilizará este año, llegará al 4,5% del PIB en 2023, con una deuda pública que será del 112,1% en ese año.

Respecto a la evolución del mercado publicitario, según estimaciones internas, la inversión publicitaria de enero a junio de 2022 ha crecido un 2,3% respecto al mismo período de 2021. En los mercados en los que opera el Grupo Atresmedia, el medio televisión ha decrecido un 5,1%, mientras que los medios radio y digital han crecido un 9,1% y un 3,1% respectivamente.

<b>Mercado Publicitario por medios</b>	<b>1S22 VS 1S21</b>
<b>Televisión</b>	<b>-5,1%</b>
<b>Radio</b>	<b>9,1%</b>
<b>Digital</b>	<b>3,1%</b>
Diarios	3,6%
Revistas	0,9%
Exterior	32,6%
Dominicales	-1,8%
Cine	30,2%
<b>TOTAL MEDIOS</b>	<b>2,3%</b>

Fuente: Estimaciones internas



## 2. ATRESMEDIA

### 2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de euros	Ene-Jun 2022	Ene-Jun 2021	Evolución
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>459.987</b>	<b>464.835</b>	<b>(1,0%)</b>
<b>GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>371.640</b>	<b>373.628</b>	<b>(0,5%)</b>
<b>Resultado bruto de explotación</b>	<b>88.347</b>	<b>91.207</b>	<b>(3,1%)</b>
Amortización del inmovilizado	8.976	9.091	(1,3%)
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(299)	(47)	n/a
<b>Beneficio de explotación</b>	<b>79.670</b>	<b>82.163</b>	<b>(3,0%)</b>
<b>Resultado financiero</b>	<b>(5.559)</b>	<b>(2.550)</b>	<b>(117,9%)</b>
<b>Resultado neto de participaciones en otras entidades</b>	<b>1.387</b>	<b>6.024</b>	<b>(77,0%)</b>
<b>Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas</b>	<b>75.498</b>	<b>85.636</b>	<b>(11,8%)</b>
Impuesto sobre sociedades	18.468	23.172	(20,3%)
<b>Beneficio del ejercicio</b>	<b>57.030</b>	<b>62.464</b>	<b>(8,7%)</b>
Resultado atribuido a socios externos	128	31	n/a
<b>Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante</b>	<b>57.158</b>	<b>62.495</b>	<b>(8,5%)</b>



## 2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a junio de 2022 alcanzan los 460,0 millones de euros, frente a los 464,8 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2021.

<b>Ingresos Netos por negocios</b> (Miles de euros)	<b>Ene-Jun 2022</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>	<b>Evolución</b>
Audiovisual	429.230	436.753	(1,7%)
Radio	35.538	33.423	6,3%
Eliminaciones	(4.781)	(5.341)	
<b>ATRESMEDIA</b>	<b>459.987</b>	<b>464.835</b>	<b>(1,0%)</b>

El mercado publicitario, según estimaciones internas, habría crecido en el periodo enero a junio de 2022 un 2,3%.

## 2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación del acumulado a junio de 2022 disminuyen un 0,5% respecto al acumulado a junio del año anterior.

<b>Gastos de Explotación por negocios</b> (Miles de euros)	<b>Ene-Jun 2022</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>	<b>Evolución</b>
Audiovisual	345.794	348.171	(0,7%)
Radio	30.627	30.798	(0,6%)
Eliminaciones	(4.781)	(5.341)	
<b>ATRESMEDIA</b>	<b>371.640</b>	<b>373.628</b>	<b>(0,5%)</b>





<b>Gastos de Explotación por naturaleza</b> (Miles de euros)	<b>Ene-Jun 2022</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>	<b>Evolución</b>
Consumo de programas	171.415	169.828	0,9%
Gastos de Personal	80.368	83.578	(3,8%)
Otros gastos operativos	69.319	73.577	(5,8%)
Costes variables ligados a ventas	55.319	51.986	6,4%
Eliminaciones	(4.781)	(5.341)	
<b>GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>371.640</b>	<b>373.628</b>	<b>(0,5%)</b>

El consumo de programas se mantiene en línea con el año anterior, con excelentes resultados en términos de audiencia para el Grupo que lidera tanto el total día como la franja prime time.

Los costes variables ligados a ventas crecen fundamentalmente por mayores ingresos relacionados con el negocio digital y la organización de eventos.

El resto de los gastos se reducen principalmente por la venta de las filiales de Smartclip en Latinoamérica y por la integración de Buendía Producción en los estados financieros consolidados mediante el método de puesta en equivalencia.

### 2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a junio de 2022 alcanza los 88,3 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 19,2%.

<b>RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)</b> (Miles de euros)	<b>Ene-Jun 2022</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>
Audiovisual	83.436	88.582
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>19,4%</b>	<b>20,3%</b>
Radio	4.911	2.625
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>13,8%</b>	<b>7,9%</b>
<b>TOTAL ATRESMEDIA</b>	<b>88.347</b>	<b>91.207</b>
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>19,2%</b>	<b>19,6%</b>



En el segundo trimestre de 2022 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 53,2 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 21,2%.

El Resultado de Explotación (EBIT) en el semestre ha sido de 79,7 millones de euros frente a los 82,2 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2021.

<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b> (Miles de euros)	<b>Ene-Jun 2022</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>
Negocio Audiovisual	75.965	80.818
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>17,7%</b>	<b>18,5%</b>
Negocio Radio	3.705	1.345
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>10,4%</b>	<b>4,0%</b>
<b>TOTAL ATRESMEDIA</b>	<b>79.670</b>	<b>82.163</b>
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>17,3%</b>	<b>17,7%</b>

#### 2.1.4 Resultado antes de impuestos

El resultado financiero acumulado a junio de 2022 es negativo por importe de 5,6 millones de euros frente a los 2,6 millones de euros negativos del acumulado a junio del año anterior. Esta variación se debe fundamentalmente a la contabilización en 2021 de los ingresos financieros conforme a lo recogido en la NIIF 9 relativo a refinanciación de deuda.

A 30 de junio el epígrafe "Resultado neto de participaciones en otras entidades" recoge principalmente el resultado por la venta de las filiales de Smartclip en Latinoamérica, así como los resultados de entidades valoradas por el método de la participación.

El Resultado antes de impuestos en el primer semestre del año ha sido de 75,5 millones de euros frente a los 85,6 millones de euros alcanzados en el mismo periodo de 2021.

#### 2.1.5 Resultado Consolidado del período

El Beneficio Consolidado acumulado a junio de 2022 es de 57,2 millones de euros frente a los 62,5 millones de euros alcanzados en el acumulado a junio de 2021.



## 2.2 Balance consolidado

Miles de euros	30 Junio 2022	31 Diciembre 2021
<b>ACTIVO</b>		
Fondo de comercio	158.916	162.463
Otros activos intangibles	121.340	119.885
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	279.896	93.309
Activos por impuesto diferido	182.384	183.852
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>742.536</b>	<b>559.509</b>
Derechos de programas y existencias	257.941	280.771
Deudores comerciales y otros deudores	249.501	260.361
Otros activos corrientes	22.182	22.481
Activo por impuesto corriente	15.096	22.804
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	190.867	268.402
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>735.587</b>	<b>854.819</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.478.123</b>	<b>1.414.328</b>
<b>PASIVO</b>		
Capital social	169.300	169.300
Prima de emisión	38.304	38.304
Reservas legal y estatutaria	42.475	42.475
Ganancias acumuladas	294.113	333.557
Acciones propias	(6.168)	(6.168)
Dividendos a cuenta	0	(40.532)
Ajustes por cambios de valor y otros	124.345	13.382
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>662.369</b>	<b>550.318</b>
Obligaciones y bonos	192.548	176.585
Deudas con entidades de crédito	84.625	83.778
Otros pasivos no corrientes	77.648	75.891
Pasivos por impuestos diferidos	39.745	39.532
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>394.566</b>	<b>375.786</b>
Obligaciones y bonos	4.144	3.866
Deudas con entidades de crédito	10.434	10.502
Acreedores comerciales y otros acreedores	321.913	397.196
Otros pasivos corrientes	67.705	76.216
Pasivos por impuesto corriente	16.992	444
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>421.188</b>	<b>488.224</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>1.478.123</b>	<b>1.414.328</b>



---

La deuda financiera neta del Grupo es de 91,1 millones de euros frente a los 13,3 millones de euros a diciembre de 2021. La ratio deuda financiera neta/EBITDA (últimos doce meses) es de 0,5. Teniendo en cuenta las inversiones financieras a largo plazo (depósitos) la deuda neta se sitúa en 41,1 millones.

Durante el primer trimestre el Grupo formalizó la venta de las filiales de Smartclip en Latinoamérica y se procedió a integrar Buendía Producción, S.L. en los estados financieros consolidados mediante el método de puesta en equivalencia.

Adicionalmente, se llevó a cabo la actualización contable de la inversión financiera en la sociedad Fever Labs, Inc. en el mes de enero, con abono al epígrafe "Ajustes por cambios de valor y otros" dentro del Patrimonio Neto.

En el mes de junio se procedió al reparto de un dividendo complementario correspondiente a la distribución de los resultados del ejercicio 2021, a razón de 0,24 euros por acción en términos brutos, en total 54,0 millones de euros.



## 2.3 Cash Flow consolidado

A 30 de junio de 2022 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 47,7 millones de euros.

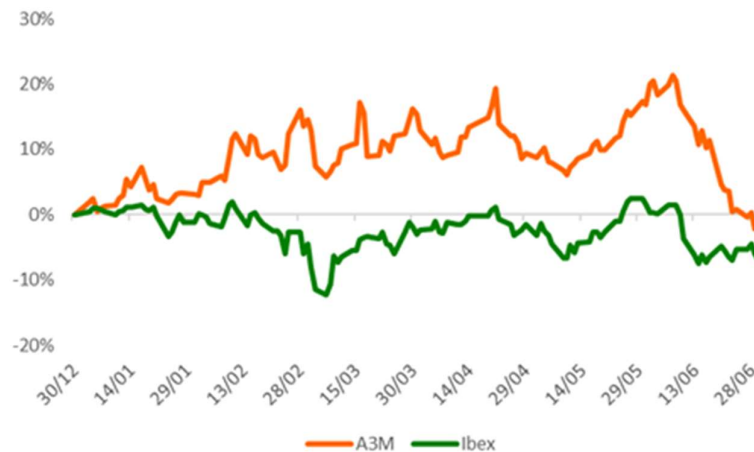
Miles de euros	30 Junio 2022	30 Junio 2021
<b>1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN</b>		
<b>Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos</b>	<b>75.498</b>	<b>85.636</b>
<b>Ajustes del resultado:</b>	<b>8.269</b>	<b>6.431</b>
- Amortizaciones	8.976	9.091
- Provisiones y otros	(6.266)	(5.210)
- Resultados Financieros	5.559	2.550
<b>Cambios en el capital circulante</b>	<b>(43.149)</b>	<b>(36.979)</b>
<b>Efectivo generado por las operaciones</b>	<b>40.618</b>	<b>55.088</b>
<b>Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos</b>	<b>7.082</b>	<b>11.336</b>
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación</b>	<b>47.700</b>	<b>66.424</b>
<b>2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>		
<b>Inversiones</b>	<b>(76.341)</b>	<b>(15.796)</b>
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(15.520)	(7.142)
Otros activos financieros	(50.017)	
Activos fijos materiales e intangibles	(6.126)	(3.487)
Inversión en Cine Español	(4.678)	(5.167)
<b>Desinversiones y anticipos por ventas de activos</b>	<b>12.151</b>	<b>4.504</b>
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión</b>	<b>(64.190)</b>	<b>(11.292)</b>
<b>3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN</b>		
Pagos por arrendamientos	(584)	(569)
Resultados financieros cobrados (pagados)	(3.734)	(9.034)
Dividendos cobrados	0	1.819
Dividendos pagados	(54.043)	
Financiación empresas asociadas y vinculadas	(150)	(401)
Aportaciones de capital	0	1.000
Financiación bancaria neta	229	(7.977)
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de financiación</b>	<b>(58.282)</b>	<b>(15.162)</b>
<b>AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO</b>	<b>(74.772)</b>	<b>39.970</b>
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	268.402	172.792
Variaciones por cambio de perímetro	(2.763)	
<b>Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio</b>	<b>265.639</b>	<b>172.792</b>
<b>Efectivo o equivalentes al final del ejercicio</b>	<b>190.867</b>	<b>212.762</b>



## 2.4 Evolución de la acción

### 2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia cerró el primer semestre de 2022 en **3,294 €/acción**, un 1,3% por debajo del valor de cierre del año 2021, que fue 3,336 €/acción. El Ibex, por su parte, finalizó el periodo en 8.098,7 puntos, lo que supone una caída del 7,1% respecto al cierre del ejercicio anterior.



Evolución de la cotización de Atresmedia en el primer semestre de 2022 y su comparación con el Ibex 35.

Variables Bursátiles	Ene-Jun 2022
Cotización a 30/06/2022 (€)	3,294
Máximo (€)	4,046
Mínimo (€)	3,264
Precio Medio Ponderado (€)	3,688
Volumen medio diario (accs.)	385.669
Volumen medio diario (miles de €)	1.422
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Euroland



## 2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre de semestre, contamos con la opinión y recomendación de 15 analistas. De éstos, 6 recomiendan Comprar acciones de Atresmedia, 8 recomiendan Mantener, mientras que sólo un analista mantiene su recomendación de Vender. **El Precio Objetivo** medio a cierre del periodo es de **4,52 €/acción**.

Durante el primer semestre de 2022, el departamento de Relación con Inversores participó en 9 conferencias y Road Shows, organizados por Exane BNP Paribas, Santander, JB Capital, UBS, JP Morgan, BME, ODDO y Bank of America.

El total de contactos (reuniones) con inversores y analistas fue de 51. Adicionalmente, el departamento mantuvo unas 45 llamadas telefónicas con analistas, inversores institucionales y accionistas minoritarios.

## 2.5 Responsabilidad corporativa

### Aspectos ASG Atresmedia:

#### Ambiental (A)

- Atresmedia inicia la elaboración de una **estrategia de cero neto emisiones**, para definir objetivos de reducción de su huella de carbono alineados con la iniciativa **SBT (Science Based Target)**, reducir el impacto medioambiental de su actividad y sensibilizar e involucrar a su cadena de valor para luchar contra el cambio climático. El compromiso de Atresmedia con la iniciativa SBT se hecho público mediante su incorporación en la página web de la iniciativa.
- Enmarcado en el **proyecto "Residuo Cero"**, Atresmedia ha iniciado una colaboración con **Ecoembes** para optimizar la recogida selectiva de los residuos de envases de plástico, latas, briks, papel y cartón y orgánico, en las instalaciones centrales de Atresmedia en San Sebastián de los Reyes, mediante medidas que fomenten la correcta segregación en origen y la sensibilización sobre la importancia de la economía circular y el reciclaje entre sus empleados.

#### Social (S)

- El Grupo ha colaborado con el **Comité de Emergencia** compuesto por 6 ONG, en la sensibilización social y la captación de fondos que ayuden a los millones de personas afectadas por la guerra de Ucrania. Gracias a la labor de difusión de Atresmedia en todos sus canales de televisión, radio y digital, el Comité de Emergencia ha superado la cifra de un millón de euros de recaudación para responder a esta crisis humanitaria.



- Durante el primer semestre Atresmedia ha emitido gratuitamente en televisión, radio y digital, **16 campañas publicitarias de sensibilización de 15 ONG** (Fundación síndrome de Down, Médicos sin fronteras, Federación Española de Sordoceguera, Fundación Reina Sofía, entre otras) para dar visibilidad a su labor y a temáticas como la investigación sobre el cáncer y las enfermedades neurodegenerativas, el apoyo a niños enfermos en los hospitales o la sensibilización sobre adicciones y consumo de drogas.
- En su compromiso con la integración laboral de personas con discapacidad, Atresmedia ha financiado **44 'Becas Capaz'**, para jóvenes con discapacidad que han accedido a cursos de Atresmedia Formación, sobre comunicación corporativa, creación de guiones o locución. El proyecto, creado por Atresmedia, cuenta con la colaboración de la Fundación Randstad, la Fundación Universia y la Fundación Capacis.
- Respecto a los resultados de las iniciativas sociales del Grupo, destacan: la nueva campaña de **Ponle Freno 'Las cinco fundamentales'**, cinco normas imprescindibles que aplicar a la hora de conducir y una conclusión: si las cumples, hay 645 posibilidades menos de morir en carretera; el estreno de **'Pide un deseo'**, el primer cortometraje de **Constantes y Vitales** para reclamar una mayor inversión pública en ciencia, y el relanzamiento del acuerdo entre padres e hijos de **Levanta la Cabeza**, para el uso responsable y seguro de la tecnología, que incluye como novedad una guía didáctica dirigida a padres y madres con hijos entre los 10 y los 17 años, así como a docentes, para lo que contará con la colaboración de la Fundación Atresmedia.
- A través del **programa de voluntariado corporativo** de Atresmedia, 223 voluntarios han participado en 16 actividades, donando 1.077 horas de su tiempo y colaborando con entidades sociales como Amigos de los Mayores, Cruz Roja, Reforesta, Fundación Aladina, Comedor Social de Vallecas o Seo Bird Life, entre otras.
- **La Fundación Atresmedia** ha constituido y celebrado la primera reunión de su Comité de Expertos para dar respuesta a los retos en comunicación y educación mediática e informacional de niños y jóvenes y ha cerrado con éxito las convocatorias de participación en sus iniciativas **Efecto MIL y Premios Mentes AMI**, para impulsar el pensamiento crítico, la creatividad audiovisual responsable y los valores y la convivencia entre niños, jóvenes y docentes.





---

## **Buen Gobierno (G)**

- Como respuesta a la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de Información no financiera y diversidad, Atresmedia ha publicado un Estado de Información no Financiera (EINF), que recoge todos los avances sociales, medioambientales y de buen gobierno, así como los relativos a empleados y derechos humanos, llevados a cabo en 2021 por el Grupo. El EINF ha sido aprobado por el Consejo de Administración el 23 de febrero.



### 3. AUDIOVISUAL

#### 3.1 Cuenta de Resultados

Miles de euros	Ene-Jun 2022	Ene-Jun 2021	Evolución
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>429.230</b>	<b>436.753</b>	<b>(1,7%)</b>
<b>GASTOS DE EXPLOTACION</b>	<b>345.794</b>	<b>348.171</b>	<b>(0,7%)</b>
<b>Resultado bruto de explotación</b>	<b>83.436</b>	<b>88.582</b>	<b>(5,8%)</b>
Amortizaciones y deterioros	7.471	7.764	(3,8%)
<b>Resultado de explotación</b>	<b>75.965</b>	<b>80.818</b>	<b>(6,0%)</b>

##### 3.1.1 Ingresos Netos

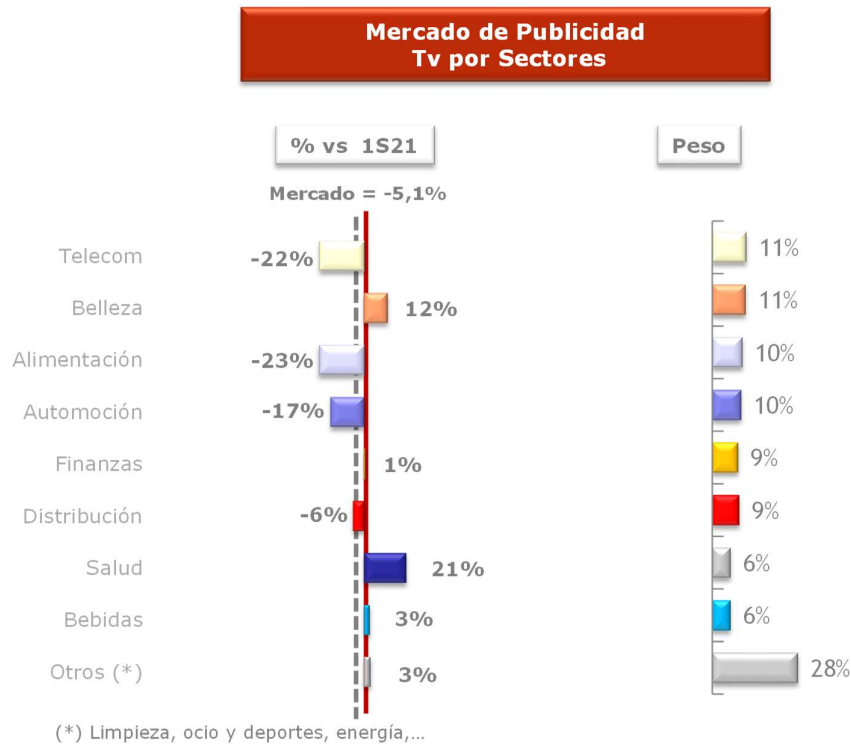
Los ingresos netos acumulados a junio de 2022 ascienden a 429,2 millones de euros frente a los 436,8 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2021.

Miles de euros	Ene-Jun 2022	Ene-Jun 2021	Evolución
Publicidad Televisión	345.716	356.542	(3,0%)
Publicidad Digital	34.767	31.393	10,7%
Producción y Distribución de Contenidos	28.319	32.734	(13,5%)
Otros Ingresos	20.428	16.084	27,0%
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>429.230</b>	<b>436.753</b>	<b>(1,7%)</b>

Los ingresos de publicidad de televisión alcanzan los 345,7 millones de euros frente a los 356,5 millones de euros del mismo periodo del año anterior, lo que supone una caída del 3,0%.

Según estimaciones internas, el mercado de la publicidad en televisión habría decrecido en el periodo un 5,1%.

Dentro del mercado publicitario de televisión, destaca la caída de los sectores de "Telecomunicaciones", "Alimentación" y "Automoción".



Fuentes: Estimaciones internas

La cuota de participación de Atresmedia Televisión, según estimaciones internas, sería en el acumulado a junio de un 42,9%, 0,9 puntos más que en el ejercicio anterior.

En el segundo trimestre de 2022 el mercado de la publicidad en televisión habría decrecido en torno al 10% respecto al segundo trimestre del año anterior, siendo la cuota de mercado de Atresmedia Televisión del 42,9%.

Los ingresos de publicidad digital ascienden a 34,8 millones de euros frente a los 31,4 millones de euros obtenidos en el acumulado a junio de 2021 lo que supone un incremento del 10,7%, por encima de la variación del mercado de la publicidad digital, que ha crecido en el periodo un 3,1%.



Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 28,3 millones de euros frente a los 32,7 millones de euros del acumulado a junio del año anterior.

Estos ingresos incluyen, entre otros, la producción y venta nacional e internacional de programas y series, los derivados de nuestra oferta de vídeo bajo demanda de pago (Atresplayer Premium), la producción y distribución de canales para plataformas de pago en mercados de Europa y América (Atresmedia Internacional), así como la actividad cinematográfica del Grupo (Atresmedia Cine).

En el primer semestre de 2022 no se incluyen los ingresos de Buendía Producción que ha pasado a integrarse en los estados financieros consolidados mediante el método de puesta en equivalencia. Sin este efecto los ingresos hubieran sumado 7 millones de euros más en el periodo.



Atresmedia Cine ha estrenado durante el primer semestre de 2022 cuatro largometrajes: "La Abuela", "Camera Café", "El juego de las llaves" y "Live is life", y ha mantenido en explotación películas como "Mamá o papá". En conjunto representan el 33% de la recaudación del Cine Español en el periodo, posicionándose tres de ellas en el top 5 de la taquilla.



Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzan los 20,4 millones de euros frente a los 16,1 millones de euros del acumulado a junio de 2021.

### 3.1.2 Gastos de Explotación

Miles de euros	Ene-Jun 2022	Ene-Jun 2021	Evolución
Consumo de programas	171.415	169.828	0,9%
Gastos de personal	67.679	71.153	(4,9%)
Otros gastos de explotación	51.381	55.204	(6,9%)
Costes variables ligados a ventas	55.319	51.986	6,4%
<b>GASTOS DE EXPLOTACION</b>	<b>345.794</b>	<b>348.171</b>	<b>(0,7%)</b>

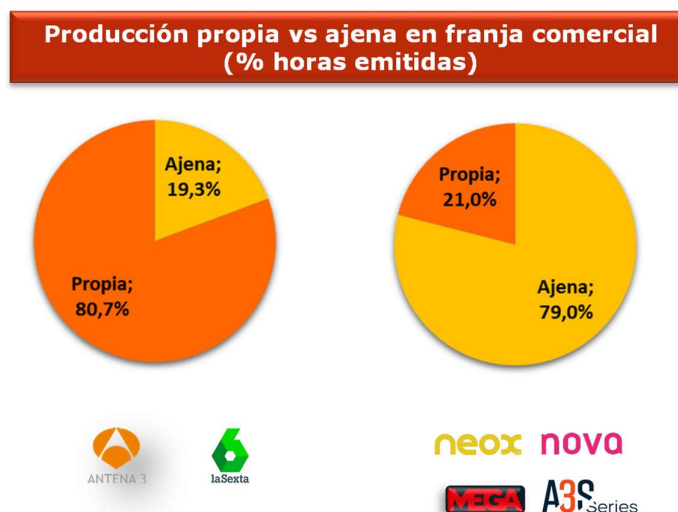
Los gastos de explotación en el acumulado a junio de 2022 han sido de 345,8 millones de euros, lo que supone un descenso del 0,7% respecto a los gastos registrados en el acumulado a junio de 2021.

El consumo de programas se mantiene en niveles similares a los del año anterior, con excelentes resultados en términos de audiencia para el Grupo que lidera tanto el total día como la franja prime time.

Los costes variables ligados a ventas crecen fundamentalmente por mayores ingresos relacionados con el negocio digital y la organización de eventos.

El resto de los gastos se reducen principalmente por la venta de las filiales de Smartclip en Latinoamérica y por la integración de Buendía Producción en los estados financieros consolidados mediante el método de puesta en equivalencia.

Con respecto a los contenidos de televisión, en los canales principales de Atresmedia, Antena3 y laSexta, ha predominado la producción propia (80,7%), mientras en los canales complementarios, Neox, Nova, Mega y Atreseries, ha predominado la producción ajena (79,0%).



### 3.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a junio de 2022 es de 83,4 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 19,4%.

<b>RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)</b> (Miles de euros)	<b>Ene-Jun 2022</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>
Audiovisual	83.436	88.582
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>19,4%</b>	<b>20,3%</b>

En el segundo trimestre de 2022 el Resultado Bruto de Explotación es de 49,1 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 21,1%.



El Resultado de Explotación (EBIT) en el periodo alcanza los 76,0 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 17,7%.

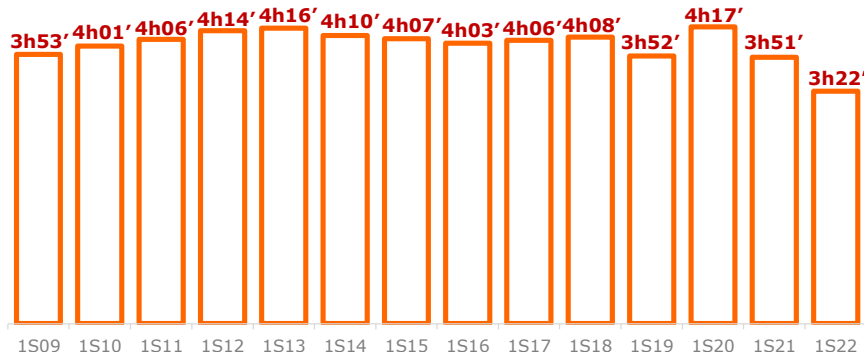
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Jun 2022	Ene-Jun 2021
Audiovisual	75.965	80.818
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>17,7%</b>	<b>18,5%</b>

## 3.2 Audiencia

### 3.2.1 Consumo de Televisión

El consumo televisivo por persona y día en el primer semestre de 2022 fue de 3 horas y 22 minutos, veintinueve minutos menos que el año pasado.

Media diaria en horas

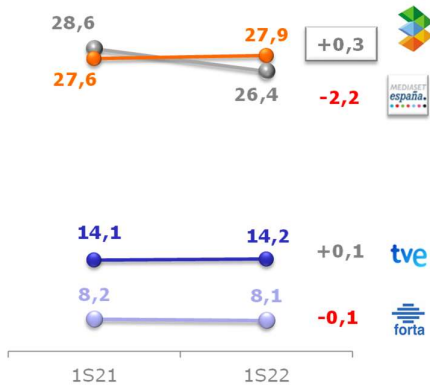


Fuente: Kantar Media

### 3.2.2 Audiencias de Televisión

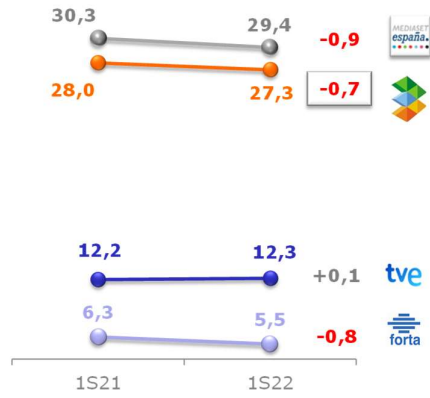
**Atresmedia Televisión** cierra el primer semestre de 2022 con un 27,9% de cuota de audiencia, 1,5 puntos por delante de Mediaset (26,4%) y con su mejor resultado con la actual configuración de canales. Es el grupo más visto a pesar de tener un canal menos y el que más crece respecto al semestre anterior (+0,9 puntos, +3,6%). Lidera además en la franja de mayor consumo, tanto en total espectadores (28,0%), como en el público de mayor interés comercial (27,5%). Vuelve a ser el grupo de televisión que más gente ve cada día (20,3 millones) y el más visto en diferido.

**Audiencia por Grupos Total Individuos**



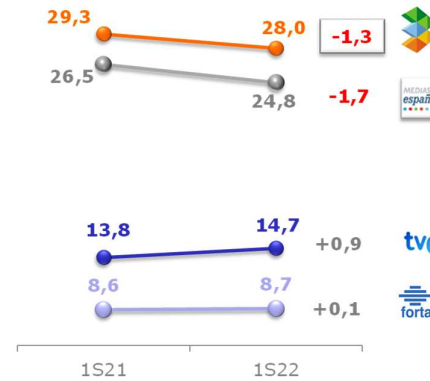
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

**Audiencia por Grupos Target Comercial**



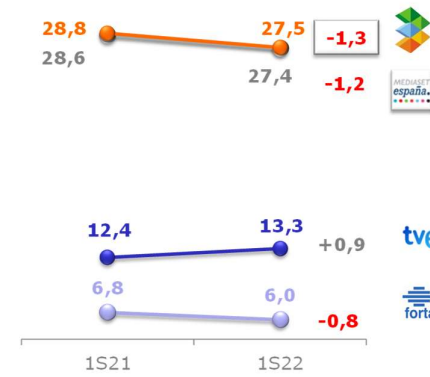
Fuente Kantar Media. Target Comercial: 25-59 años, >10.000 habitantes

**Audiencia por Grupos Total Individuos Prime Time**



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+  
Prime Time (20:30-24:00)

**Audiencia por Grupos Target Comercial Prime Time**



Fuente Kantar Media. Target Comercial: 25-59 años, >10.000 habitantes  
Prime Time (20:30-24:00)

**Antena 3** se consolida como la cadena más vista de la televisión, liderando todos los meses del semestre y con su mejor resultado desde hace casi 13 años (2º semestre 2009). Supera en 1,2 puntos a Telecinco y vuelve a ser la cadena más seguida del prime time, tanto en total individuos (14,9%, +3,5 vs su competidor), como en el target comercial (13,6%, +0,7 vs su competidor). Se mantiene además como la cadena por la que más espectadores pasan diariamente (13,5 millones) y la más seguida también en diferido.





Los **informativos** de Antena 3 continúan como los más vistos de la televisión (19,4% y 2,3 millones). Encadenan 30 meses consecutivos de liderazgo con todas sus ediciones como primera opción.

**Antena 3 Noticias 1** (21,4% y 2,4 millones) es el informativo líder de la sobremesa. Supera a su competidor en 6,5 puntos.

**Antena 3 Noticias 2** (20,3% y 2,7 millones) vuelve a ser primera opción del prime time a casi 9 puntos de su rival. No sólo es el informativo más visto sino el contenido diario con más audiencia de la televisión.

**Las ediciones del fin de semana** (16% y 1,9 millones) también se mantienen líderes y **Noticias de la mañana** (15,2% y 181 mil) es el informativo matinal más visto y primera opción.

**Espejo público**, otro de los referentes de actualidad de la cadena, cierra los primeros seis meses de 2022 con un 13,3% y 389 mil espectadores (+0,3 en la franja respecto al primer semestre de 2021).

Atresmedia no sólo es referente en informativos y actualidad, también cuenta con los **programas de entretenimiento** más vistos de la televisión española. Pasapalabra, Tu cara me suena y El hormiguero 3.0 son los programas con más seguidores del primer semestre.

**Pasapalabra** sigue como líder y programa más visto de la televisión con un 22,9% y 2,5 millones de espectadores de media cada día. El veterano talent **Tu cara me suena** confirma su éxito en su novena edición con un 21,1% y 2,4 millones de seguidores. Es líder de los viernes y tiene en marzo su mejor final en cinco años (25,4% y más de 2,7 millones).

**El hormiguero 3.0** (15,9% y 2,4 millones) celebra sus casi 11 años en Antena 3 como líder imbatible y mejor puente al prime time. En su programa más visto roza los tres millones de espectadores.

**El desafío** corona con éxito su segunda temporada, que prácticamente repite los resultados de la primera (16,4% y 1,9 millones). Por su parte, la popular franquicia **La Voz** cuenta con sus ediciones de mayores y de niños. Las primeras emisiones de la nueva temporada de **La Voz Kids** se colocan como líderes de la noche de los viernes con un 16% y más de 1,5 millones, mientras que **La Voz senior** promedia un 12,0% y casi 1,5 millones de espectadores. Antena 3 también cuenta con el veterano **¿Quién quiere ser millonario?** (10,5% y 1,3 millones).



A diario, mantienen su éxito los veteranos **La ruleta de la suerte** (20,3% y 1,7 millones), líder imbatible y que sigue creciendo a pesar de sus más de 15 años en emisión, y **Cocina abierta de Karlos Arguiñano** (16,1% y 913 mil), opción favorita de su franja. Por las tardes **iBoom!** concita a casi 1,1 millones de seguidores de media cada día y un 12% de cuota de pantalla.

Además del éxito en informativos y entretenimiento, Atresmedia mantiene desde hace años un papel referente en **ficción**. Vuelve a tener las series más vistas del mercado.

**Infiel** (14,8% y 1,9 millones de seguidores) se alza como la serie con más audiencia del semestre.

Gran éxito también de la producción propia **Alba** (13,7% y 1,6 millones + 223 mil en diferido) y **Mentiras** (13,2% y 1,6 millones+ 247 mil en diferido) que terminan como las series españolas más vistas de la cadena en tres años.

**Tierra amarga** (16,7% y 1,5 millones) vuelve a alzarse como líder de la tarde mientras que **Amar es para siempre** (12,4% y 1,2 millones) se confirma como la serie española más vista a diario.

**La Sexta** continúa imbatible como tercera cadena privada. Cierra el primer semestre con un 6,5% y mejora en 0,5 su resultado del semestre anterior (+8,3%). Vuelve a ganar a su competidor principal tanto en total día (6,5% vs 5,2%) como en prime time (5,8% vs 5,5%), encadenando ya más de nueve años de liderazgo. Le supera también en target comercial (7,8% vs 6,3%). Es la tercera cadena privada por la que más personas pasan cada día: 10,6 millones.

La actualidad sigue siendo su principal seña de identidad. **laSexta Noticias** tiene una media de 8,3% y 842 mil espectadores. La edición de sobremesa vuelve a ser la de mejores resultados con un 11% y 1,1 millones de seguidores. El bloque deportivo **Jugones** tiene un 6,7% y 755 mil seguidores.

**Al rojo vivo** se mantiene como uno de los emblemas de la cadena. Cierra el semestre con un 12,5% y 567 mil espectadores. La Sexta consolida su posición como cadena líder en tocas las coberturas electorales desde 2014. Este año se suman los liderazgos en las Elecciones de Castilla y León (9,2%) y Andalucía (7,8%).

**Más vale tarde** (6,5% y 601 mil) vuelve a ser el programa de actualidad líder de las tardes y **laSexta noche** (6,0% y 579 mil) sigue siendo referente de la noche de los sábados.



La cadena estrenó el 31 de mayo el primer capítulo de la serie documental de ATRESplayer Premium **Los Borbones: una familia real**, alcanzando un 17,1% y 2,2 millones. Se coloca como lo más visto de la cadena en más de un año y su estreno más visto desde 2015.

En cuanto a la oferta de **entretenimiento**, vuelve a destacar especialmente **Aruser@s**. El matinal sigue mejorando resultados y cierra el semestre como líder con 17,6% y 413 mil espectadores.

En la sobremesa **Zapeando** conquista un 6,4% y casi 700 mil espectadores y **El intermedio** (7,9% y 1,2 millones) se mantiene como el programa diario más visto de la cadena.

En su oferta nocturna, vuelve a destacar **Lo de Évole** (8,7% y 1,4 millones), de nuevo el programa más visto de la cadena. La entrevista a Felipe González alcanza un 10,7% y casi 1,8 millones de espectadores. Por su parte, **Salvados** obtiene un 6,8% de audiencia media y 1,1 millones de espectadores.

La oferta de Atresmedia se completa con **cuatro canales temáticos** enfocados a públicos y géneros específicos y que suman un 7,4%. Crecen 0,4 puntos respecto al primer semestre de 2021 y ascienden al 7,9% en target comercial.

**Nova** (2,4%) vuelve a ser el canal femenino líder del mercado y la temática más vista en el prime time de lunes a viernes (2,6%) con su oferta de seriales y cine.

**Neox** (1,9%) sigue destacando especialmente en el público de mayor atractivo comercial (2,6%).

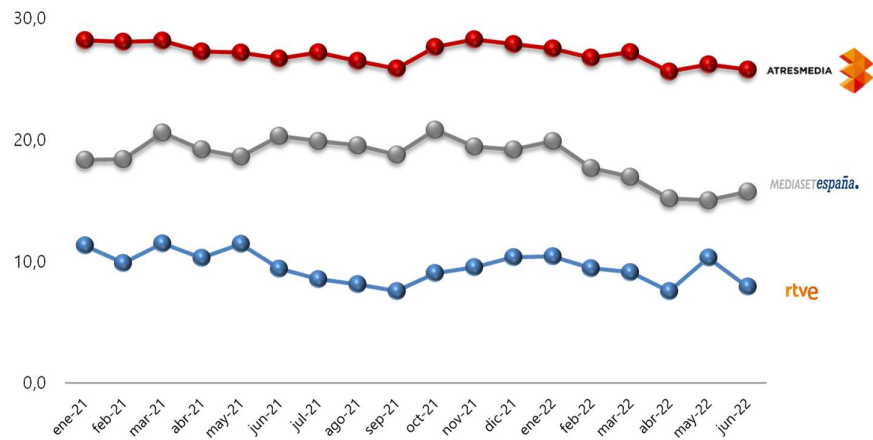
**Mega** consolida su papel como canal masculino del grupo con un 1,5%. **El chiringuito de jugones** mantiene su liderazgo entre temáticas y en ocasiones supera incluso a las generalistas con una media 4,1% y 219 mil. El 4 de mayo con el pase del R. Madrid a la final de la Champions alcanzó máximo histórico con un 10,8% y 603 mil espectadores.

**Atreseries** (1,7%), el canal más joven y líder desde su nacimiento entre los de nueva creación, logra el mejor semestre de su historia.

### 3.2.3 Audiencias de Digital

Según los datos publicados por comScore, Atresmedia sigue como grupo audiovisual líder en internet, hegemonía que mantiene desde abril de 2016, alcanza una media de 26,5 millones de visitantes únicos en el acumulado del año, con 9,8 millones más que Mediaset. En el ranking general se posiciona a junio de 2022 en el puesto 6 del top 10 de sites más visitados.

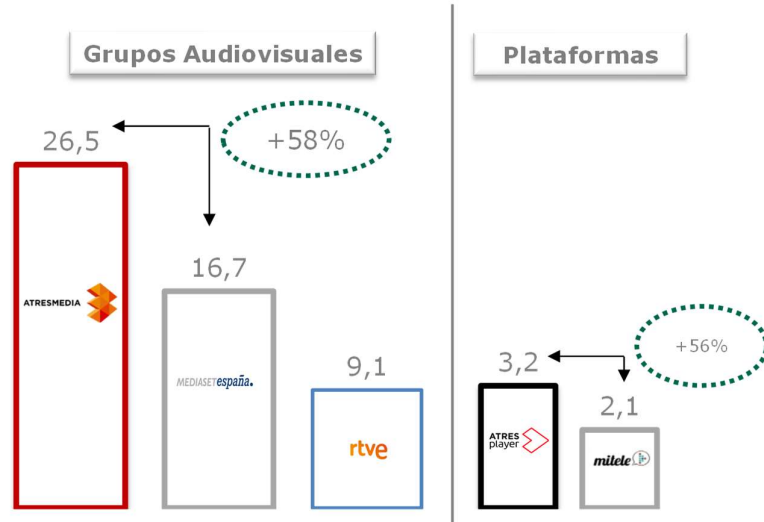
**Grupos Audiovisuales**  
Millones de visitantes únicos



Fuente: comScore.

La plataforma de vídeo online del Grupo, ATRESplayer, acumula, según datos de comScore, una media de 3,2 millones de visitantes únicos, un 56% por encima de su rival directo. Alcanza, además, a 30 de junio, los 11,4 millones de usuarios registrados.

**Media 1S22**  
Millones de Visitantes únicos



Fuente: comScore.



La versión Premium cierra junio con más de 412 mil abonados y se consolida como la plataforma española líder de un grupo audiovisual con su sólida apuesta por contenido exclusivo. En el primer semestre de 2022 se estrenan la 2ª temporada del popular **Drag Race España**, series como **Señor dame paciencia**, **Heridas**, **Historia de Los Protegidos** y **La edad de la ira**, y los contenidos documentales **Pajares & Cía** y **Los Borbones**.



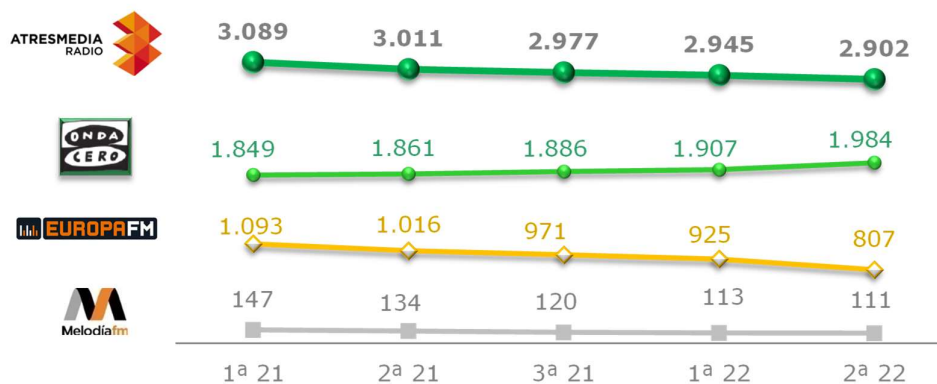
## 4. RADIO

### 4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según estimaciones internas, la inversión en el mercado de publicidad de la radio ha crecido en el semestre un 9,1%.

En el último Estudio General de Medios (año móvil terminado en la 2ª ola de 2022) Atresmedia Radio tiene una audiencia media de 2,9 millones de oyentes. Onda Cero con 2,0 millones de oyentes se mantiene como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. En el ámbito de las radios temáticas, Europa FM registra 807 mil oyentes y Melodía FM 111 mil.

**ATRESMEDIA RADIO- E.G.M. Años Móviles (L-V)**  
Miles de oyentes

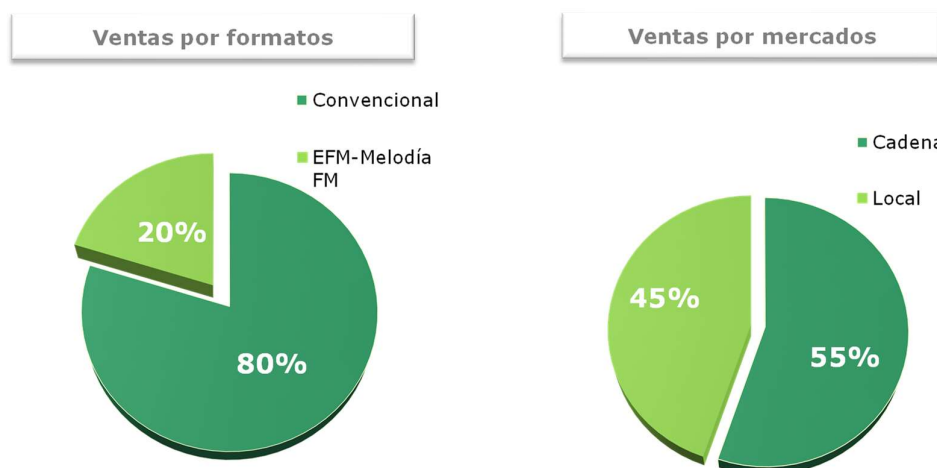


Fuente: EGM . Años Móviles. Lunes a Viernes.

## 4.2 Cuenta de Resultados

Miles de euros	Ene-Jun 2022	Ene-Jun 2021	Evolución
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>35.538</b>	<b>33.423</b>	<b>6,3%</b>
Gastos de personal	12.689	12.425	2,1%
Otros gastos operativos	17.937	18.373	(2,4%)
<b>GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>30.627</b>	<b>30.798</b>	<b>(0,6%)</b>
<b>Resultado bruto de explotación</b>	<b>4.911</b>	<b>2.625</b>	<b>87,1%</b>
Amortizaciones y deterioros	1.206	1.280	(5,8%)
<b>Resultado de explotación</b>	<b>3.705</b>	<b>1.345</b>	<b>175,5%</b>

Atresmedia Radio ha alcanzado en el acumulado a junio de 2022 unos ingresos netos de 35,5 millones de euros, frente a los 33,4 millones de euros obtenidos en el acumulado a junio de 2021, lo que supone un crecimiento del 6,3%.



Los gastos de explotación, a 30 de junio de 2022, han sido de 30,6 millones de euros, frente a los 30,8 millones de euros en el acumulado a junio de 2021, lo que supone un decremento del 0,6%.



El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el periodo es de 4,9 millones de euros, lo que supone un margen del 13,8%, y una mejora de 2,3 millones de euros respecto al primer semestre del año anterior.

En el segundo trimestre de 2022 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 4,0 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 20,3%.

<b>RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)</b> (Miles de euros)	<b>Ene-Jun 2022</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>
Radio	4.911	2.625
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>13,8%</b>	<b>7,9%</b>

<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)</b> (Miles de euros)	<b>Ene-Jun 2022</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>
Radio	3.705	1.345
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>10,4%</b>	<b>4,0%</b>





## 5. MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO

Para cumplir con las Directrices del ESMA (European Securities Market Authority) sobre Medidas Alternativas de Rendimiento (en lo sucesivo, "MARs"), el Grupo presenta esta información adicional con el fin de favorecer la comparabilidad, fiabilidad y comprensión de su información financiera.

El Grupo presenta sus resultados de acuerdo con el marco normativo de información financiera aplicable (NIIF-UE). No obstante, los Administradores consideran que ciertas MARs proporcionan información financiera adicional útil que debería ser considerada a la hora de evaluar su rendimiento. Los Administradores y la Dirección pueden utilizar adicionalmente estas MARs en la toma de decisiones financieras, operativas y de planificación, así como para evaluar el rendimiento del Grupo. El Grupo proporciona aquellas MARs consideradas apropiadas y útiles para la toma de decisiones de los usuarios.

**Ingresos netos:** Se calcula como la suma del Importe neto de la cifra de negocios y de Otros ingresos de explotación.

<b>Miles de euros</b>	<b>1S22</b>	<b>1S21</b>
Importe neto de la cifra de negocios	423.378	422.664
Otros ingresos de explotación	36.609	42.171
<b>Ingresos netos</b>	<b>459.987</b>	<b>464.835</b>

**Gastos de explotación:** Se calcula como la suma de los Consumos de programas y otros aprovisionamientos, Gastos de personal y Otros gastos de explotación.

<b>Miles de euros</b>	<b>1S22</b>	<b>1S21</b>
Consumos de programas y otros aprovisionamientos	188.145	180.357
Gastos de personal	80.368	83.578
Otros gastos de explotación	103.127	109.693
<b>Gastos de explotación</b>	<b>371.640</b>	<b>373.628</b>



**Resultado bruto de explotación (EBITDA):** (“Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization”) es el Resultado de explotación más las Amortizaciones de inmovilizado y los Deterioros y enajenaciones de inmovilizado.

<b>Miles de euros</b>	<b>1S22</b>	<b>1S21</b>
<b>Resultado de explotación</b>	<b>79.670</b>	<b>82.163</b>
Amortización del inmovilizado	8.976	9.091
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(299)	(47)
<b>EBITDA</b>	<b>88.347</b>	<b>91.207</b>

**Resultado Financiero:** representa la cifra neta resultante de sumar los gastos e ingresos financieros (Resultado financiero), más el Resultado neto por variaciones de valor de instrumentos financieros a valor razonable, más las Diferencias de cambio.

**Resultado neto de participaciones en otras entidades:** representa la cifra neta resultante del Resultado de entidades valoradas por el método de la participación más el Deterioro y enajenaciones de activos financieros

**Deuda Financiera Bruta:** es la suma de las partidas de Balance obligaciones y bonos (corriente y no corriente) más deudas con entidades de crédito (corriente y no corriente), corregidas por el saldo de instrumentos derivados netos.

**Deuda Financiera Neta:** es el principal indicador que utiliza la Dirección para medir el nivel de endeudamiento del Grupo. Se corresponde con la Deuda financiera bruta menos el Efectivo y otros medios líquidos equivalentes. La **Deuda Financiera Neta Proforma** incluye adicionalmente las inversiones financieras a largo plazo.

<b>Miles de euros</b>	<b>1S22</b>	<b>1S21</b>
Deuda financiera bruta	281.934	281.606
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	(190.867)	(212.762)
<b>Deuda financiera neta</b>	<b>91.067</b>	<b>68.844</b>
Inversiones financieras a largo plazo	(50.000)	
<b>Deuda financiera neta proforma</b>	<b>41.067</b>	<b>68.844</b>

**Ratio Deuda Financiera Neta/EBITDA:** La compañía utiliza esta ratio para medir el grado de apalancamiento y se calcula como la división de la Deuda Financiera Neta entre EBITDA de los últimos 12 meses.

Cualquier cociente entre MARs mencionadas anteriormente pueden ser considerado como una medida alternativa de rendimiento.