

ATRESMEDIA



**RESULTADOS ENERO-DICIEMBRE
2021**

31 de diciembre de 2021



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	23
3.2.3	Audiencias de Digital	27
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-Dic 2021	Ene-Dic 2020
Audiencia total TV	27,3%	26,3%
Cuota de mercado TV (estimaciones internas)	41,7%	41,1%
Oyentes Radio (miles) (3ª Ola EGM. Media móvil)	2.977	3.165
Nº de empleados total	2.512	2.571

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020
Ingresos Netos	963.258	866.300
Resultado Bruto de Explotación	172.506	74.262
Beneficio del Ejercicio	118.540	23.853
Deuda Financiera Neta	13.303	116.792

Atresmedia ha obtenido en el año 2021 un Resultado Bruto de Explotación de 172,5 millones de euros, 98,2 millones de euros más que en el año 2020. El Beneficio Consolidado asciende a 118,5 millones de euros, multiplicando por 5 el del año anterior y al mismo nivel de 2019.

Atresmedia Televisión logra en el periodo, según estimaciones internas, una **cuota de mercado** del 41,7%, una mejora de 0,6 puntos frente al ejercicio anterior. En términos de **audiencia** crece 1,0 puntos respecto al acumulado a diciembre de 2020 registrando una cuota del 27,3%, y lidera el prime time con 1,8 puntos más que Mediaset, grupo que cuenta con un canal más.

El canal Antena 3 obtiene una cuota de audiencia en el periodo del 13,8%, sumando 2,0 puntos más que en el mismo periodo del año anterior, y lidera la franja prime time con una audiencia del 15,5%.

El canal laSexta, con una audiencia media del 6,4% se sitúa 1,1 puntos por encima de su principal competidor y alcanza en el target comercial una audiencia del 7,5%.



El conjunto de canales complementarios del Grupo (**Neox, Nova, Mega y Atreseries**) suma una cuota de audiencia de un 7,1% en el acumulado a diciembre de 2021, siendo en el target comercial de un 7,8%.

En el negocio **Digital**, según datos facilitados por ComScore a diciembre, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet, alcanza una media de 27,4 millones de visitantes únicos, y se posiciona en el mes de diciembre en el sexto puesto en el ranking de los sitios más visitados de España. La plataforma de pago ATRESplayer Premium registra a 31 de diciembre de 2021 un total de 427 mil suscriptores.

Las películas de **Atresmedia Cine** en explotación durante el año representan el 29% de la recaudación del Cine Español. "A todo tren. Destino Asturias" es la película española más taquillera del año y "Las leyes de la frontera" obtiene el reconocimiento de la crítica, siendo premiada con 5 galardones en los últimos Premios Goya.

En el ámbito **internacional**, los canales de Atresmedia registran 57 millones de abonados, sumando 3 millones respecto a diciembre del año anterior, un incremento del 5%.

Atresmedia Radio, con sus cadenas Onda Cero, Europa FM y Melodía FM, mantiene su posición con 3,0 millones de oyentes según el último Estudio General de Medios (3ª ola de 2021).

1.2 Entorno económico y de mercado

Según las cifras avanzadas por el Instituto Nacional de Estadística en el mes de enero de 2022, la economía española creció un 5% en 2021, un crecimiento menor del estimado por el Gobierno de España, que lo situaba en el 6,5%. El repunte de la inflación en la última parte del año y la aparición de la variante Ómicron, lastraron finalmente el crecimiento previsto para el ejercicio.

El panel de FUNCAS publicado en enero de 2022 prevé un crecimiento del PIB del 5,6% en 2022. Según el Banco de España, éste será del 5,4%, mientras que el Fondo Monetario Internacional estima un 5,8%.

A lo largo de 2021 el encarecimiento de los productos energéticos, así como el de ciertos productos y servicios (alimentación, hostelería, restauración) llevó a la inflación a niveles no vistos desde hacía tiempo. La tasa de inflación del mes de diciembre subió hasta el 6,5%, dejando el IPC medio del año en el 3,1%. Para 2022, el incremento medio previsto por el panel de FUNCAS es del 3,5%.



En cuanto al mercado laboral, la tasa de paro se situó en el cuarto trimestre de 2021 en el 13,3%, por debajo del 16,3% registrado en el mismo trimestre de 2020. La media del año se habría situado en el 14,8%. Según el panel de FUNCAS y el Gobierno de España, esta cifra se reducirá en 2022 hasta 14,2% y el 14,1% respectivamente.

El déficit público, también según FUNCAS está previsto que llegue al 7,4% en 2021 y al 5% en 2022, reduciéndose respecto a 2020 cuando alcanzó el 11% del PIB.

Respecto a la evolución del mercado publicitario, según Infoadex, la inversión publicitaria de enero a diciembre de 2021 ha crecido un 11,5% respecto al mismo período de 2020. En los mercados en los que opera el Grupo Atresmedia, el medio televisión ha crecido un 8,3%, el medio radio un 10,8% y el medio digital un 14,2%.

Mercado Publicitario por medios	12M21 VS 12M20
Televisión	8,3%
Radio	10,8%
Digital	14,2%
Diarios	0,0%
Revistas	8,7%
Exterior	30,9%
Dominicales	-27,1%
Cine	30,5%
TOTAL MEDIOS	11,5%

Fuente: Infoadex



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de Euros	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020	Evolución
INGRESOS NETOS	963.258	866.300	11,2%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	790.752	792.038	(0,2%)
Resultado bruto de explotación	172.506	74.262	132,3%
Amortización del inmovilizado	18.076	19.028	(5,0%)
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(112)	15.101	n/a
Beneficio de explotación	154.542	40.133	285,1%
Resultado financiero	(6.834)	(5.992)	(14,1%)
Resultado neto de participaciones en otras entidades	5.716	(366)	n/a
Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas	153.424	33.776	354,2%
Impuesto sobre sociedades	34.943	9.994	249,6%
Beneficio del ejercicio	118.481	23.782	398,2%
Resultado atribuido a socios externos	59	71	(17,0%)
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	118.540	23.853	397,0%



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a diciembre de 2021 alcanzan los 963,3 millones de euros, frente a los 866,3 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2020, lo que supone un incremento del 11,2%.

Ingresos Netos por negocios (Miles de euros)	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020	Evolución
Audiovisual	901.156	807.925	11,5%
Radio	70.750	67.023	5,6%
Eliminaciones	(8.648)	(8.648)	
ATRESMEDIA	963.258	866.300	11,2%

El mercado publicitario, según Infoadex, ha crecido en el periodo enero a diciembre de 2021 un 11,5% siendo el crecimiento en el cuarto trimestre de un 3,6%.

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación del acumulado a diciembre de 2021 son similares a los del acumulado a diciembre del año anterior.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020	Evolución
Audiovisual	739.492	736.058	0,5%
Radio	59.908	64.628	(7,3%)
Eliminaciones	(8.648)	(8.648)	
ATRESMEDIA	790.752	792.038	(0,2%)



Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020	Evolución
Consumo de programas	358.095	348.864	2,6%
Gastos de Personal	168.546	161.037	4,7%
Provisión plan de bajas incentivadas		36.541	n/a
Otros gastos operativos	144.681	135.908	6,5%
Costes variables ligados a ventas	128.078	118.337	8,2%
Eliminaciones	(8.648)	(8.648)	
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	790.752	792.038	(0,2%)

Sin tener en cuenta el impacto de la provisión del plan de bajas incentivadas de 2020, los gastos de explotación crecen un 4,7% frente al año anterior.

Esta diferencia se debe fundamentalmente a las medidas de contención adoptadas el año pasado (COVID-19), así como al incremento de los costes variables ligados a ventas en el año 2021 por el crecimiento de la actividad.

2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a diciembre de 2021 ha sido 98,2 millones de euros superior al obtenido en el mismo periodo de 2020, alcanzando los 172,5 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 17,9% frente al 8,6% en el acumulado a diciembre del año pasado.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020 (*)
Audiovisual	161.664	71.867
Margen/Ingresos Netos	17,9%	8,9%
Radio	10.842	2.395
Margen/Ingresos Netos	15,3%	3,6%
TOTAL ATRESMEDIA	172.506	74.262
Margen/Ingresos Netos	17,9%	8,6%

(*) Incluye provisión plan de bajas incentivadas (36,5 MM).



En el cuarto trimestre de 2021 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 52,3 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 17,5%.

El Resultado de Explotación (EBIT) en el acumulado a diciembre ha sido de 154,5 millones de euros, un crecimiento de 114,4 millones de euros frente al Resultado de Explotación alcanzado en el mismo periodo de 2020.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020(*)
Negocio Audiovisual	146.268	55.480
Margen/Ingresos Netos	16,2%	6,9%
Negocio Radio	8.274	(197)
Margen/Ingresos Netos	11,7%	n/a
Deterioro Fondo de Comercio Radio		(15.150)
TOTAL ATRESMEDIA	154.542	40.133
Margen/Ingresos Netos	16,0%	4,6%

(*) Incluye provisión plan de bajas incentivadas (36,5 MM).

2.1.4 Resultado antes de impuestos

El resultado financiero acumulado a diciembre de 2021 es negativo por importe de 6,8 millones de euros frente a los 6,0 millones de euros negativos del acumulado a diciembre del año anterior. Esta variación comprende el efecto neto del incremento de costes ligados a una nueva financiación sindicada y de los ingresos financieros contabilizados en aplicación de lo recogido en la NIIF 9 relativo a refinanciación de deuda, así como un impacto negativo relacionado con diferencias de cambio.

A 31 de diciembre el epígrafe "Resultado neto de participaciones en otras entidades" recoge 5,7 millones de euros relacionados principalmente con plusvalías realizadas en sociedades participadas de Media for Equity.

El Resultado antes de impuestos del año ha sido de 153,4 millones de euros frente a los 33,8 millones de euros alcanzados en 2020.

2.1.5 Resultado Consolidado del período

El Beneficio Consolidado en el año 2021 es de 118,5 millones de euros, superior en 94,7 millones de euros al obtenido en el año anterior, y al mismo nivel de 2019.



2.2 Balance consolidado

Miles de Euros	31 Diciembre 2021	31 Diciembre 2020
ACTIVO		
Fondo de comercio	162.463	157.544
Otros activos intangibles	119.885	115.661
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	93.309	79.043
Activos por impuesto diferido	183.852	204.311
ACTIVOS NO CORRIENTES	559.509	556.559
Derechos de programas y existencias	280.771	291.165
Deudores comerciales y otros deudores	260.361	251.750
Otros activos corrientes	22.481	19.782
Activo por impuesto corriente	22.804	26.897
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	268.402	172.792
ACTIVOS CORRIENTES	854.819	762.387
TOTAL ACTIVO	1.414.328	1.318.946
PASIVO		
Capital social	169.300	169.300
Prima de emisión	38.304	38.304
Reservas legal y estatutaria	42.475	42.475
Ganancias acumuladas	333.557	216.716
Acciones propias	(6.168)	(6.168)
Dividendos a cuenta	(40.532)	0
Ajustes por cambios de valor y otros	13.382	5.658
PATRIMONIO NETO	550.318	466.286
Obligaciones y bonos	176.585	162.986
Deudas con entidades de crédito	83.778	69.463
Otros pasivos no corrientes	75.891	90.097
Pasivos por impuestos diferidos	39.532	34.618
PASIVOS NO CORRIENTES	375.786	357.165
Obligaciones y bonos	3.866	3.771
Deudas con entidades de crédito	10.502	36.240
Acreedores comerciales y otros acreedores	397.196	391.650
Otros pasivos corrientes	76.216	63.834
Pasivos por impuesto corriente	444	0
PASIVOS CORRIENTES	488.224	495.495
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	1.414.328	1.318.946



La deuda financiera neta del Grupo es de 13,3 millones de euros frente a los 116,8 millones de euros a diciembre de 2020. La ratio deuda financiera neta/EBITDA (últimos doce meses) es de 0,1.

En diciembre se ha repartido un dividendo a cuenta de los resultados del ejercicio 2021, a razón de 0,18 euros por acción en términos brutos, en total 40,5 millones de euros.

En el mes de mayo de 2021, se constituye la Sociedad de Distribución Digital Sonora de Entretenimiento, S.L. cuyo objeto social es la creación, producción, edición, distribución y comercialización de cualquier tipo de contenido de audio a través de una o varias plataformas tecnológicas.

En el mes de noviembre, Atresmedia adquiere Diariomotor Medios Digitales, S.L., portal web especializado en información de motor en España.

En el mes de junio, Atresmedia formalizó la refinanciación y conversión a financiación sostenible de su préstamo corporativo sindicado por valor de 250 millones de euros cuyos fondos están destinados a cancelar la financiación sindicada formalizada en julio de 2017 y a asegurar las necesidades corporativas generales y de tesorería de la Sociedad durante los próximos cinco años. En esta financiación, el margen aplicable estará ligado por la vida del préstamo (5 años) a la evolución de tres indicadores ESG en función de una senda de cumplimiento y bajo revisión anual. Se trata de la primera operación en el ámbito de la financiación sostenible de un grupo de comunicación en España y una de las primeras de Europa en su sector.

En noviembre de 2019, la CNMC resolvió un expediente contra Atresmedia y Mediaset España, obligando al cese de determinadas prácticas comerciales consideradas anticompetitivas. Además, impuso sanciones económicas que, en el caso de Atresmedia, ascendieron a 38,2 millones de euros. Dicha resolución fue impugnada y el recurso fue admitido a trámite. Adicionalmente, se solicitó su suspensión cautelar. Ambos recursos están pendientes de resolución. Se considera que es probable obtener una resolución favorable a los intereses de Atresmedia.



2.3 Cash Flow consolidado

A 31 de diciembre de 2021 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 193,8 millones de euros, una generación de caja 89,1 millones de euros superior a la del año anterior.

Miles de euros	31 Diciembre 2021	31 Diciembre 2020
1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	153.424	33.776
Ajustes del resultado:	24.333	83.856
- Amortizaciones	18.076	19.028
- Provisiones y otros	(577)	58.836
- Resultados Financieros	6.834	5.992
Cambios en el capital circulante	22.523	(1.284)
Efectivo generado por las operaciones	200.280	116.348
Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos	(6.509)	(11.704)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación	193.771	104.644
2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Inversiones	(44.681)	(31.790)
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(27.099)	(17.134)
Activos fijos materiales e intangibles	(10.379)	(11.319)
Inversión en Cine Español	(7.203)	(3.337)
Desinversiones y anticipos por ventas de activos	7.344	9.515
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(37.337)	(22.275)
3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Pagos por arrendamientos	(1.368)	(1.186)
Resultados financieros cobrados (pagados)	(14.117)	(6.741)
Dividendos cobrados	2.210	542
Dividendos pagados	(40.532)	0
Financiación empresas asociadas y vinculadas	461	1.219
Financiación bancaria neta	(7.877)	10.393
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación	(61.223)	4.227
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO	95.211	86.596
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	172.792	85.831
Variaciones por cambio de perímetro	399	365
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	173.191	86.196
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	268.402	172.792



2.4 Evolución de la acción

2.4.1 La acción de Atresmedia

La acción de Atresmedia tuvo un comportamiento muy positivo en 2021. La cotización alcanzó al cierre los **3,36 €/acción** frente a los 2,88 €/acción en los que cerró el ejercicio anterior, lo que supone una subida del 15,8%. El Ibex, por su parte, finalizó el periodo en 8.713,8 puntos, subiendo un 7,9% respecto al cierre de 2020.



Evolución de la cotización de Atresmedia en el año 2021 y su comparación con el Ibex 35.

Variables Bursátiles	Ene-Dic 2021
Cotización a 31/12/2021 (€)	3,360
Máximo (€)	4,236
Mínimo (€)	2,886
Precio Medio Ponderado (€)	3,606
Volumen medio diario (accs.)	334.619
Volumen medio diario (miles de €)	1.207
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Euroland



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre de 2021, 18 son los analistas que emiten opinión y recomendación sobre Atresmedia. De éstos, 8 recomiendan Comprar acciones, 8 recomiendan Mantener, mientras que solo 2 mantienen su recomendación de Vender. El **Precio Objetivo** medio a cierre de diciembre era de **4,34 €/acción**.

El equipo de Relación con Inversores mantuvo durante 2021 un total de 140 reuniones con inversores entre conferencias sectoriales y roadshows (un 82% más que en 2020 debido al parón de la actividad sobre todo en la primera parte del año), y 136 llamadas de analistas, inversores institucionales e inversores minoritarios (un 10% menos que el ejercicio anterior).

La crisis sanitaria de la COVID-19 tuvo un impacto negativo en la actividad del departamento de Relación con Inversores y en las relaciones con la comunidad financiera durante 2020, pero en 2021 la actividad previa a la pandemia se fue recuperando. Un aspecto que destacar de 2021 fue el creciente interés de los inversores y los analistas por los aspectos ESG de la compañía. Ambos han ido profundizando en temas relacionados con la crisis sanitaria (seguridad de los empleados, desarrollo del teletrabajo, implantación de protocolos sanitarios en las instalaciones de la compañía) y en temas como las emisiones de CO₂, el Gobierno Corporativo, la seguridad y privacidad de los datos de clientes o la relación con proveedores.

2.5 Responsabilidad corporativa

a. Dimensión corporativa

Como respuesta a la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de Información no financiera y diversidad, **Atresmedia** elaboró 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 2020 por el Grupo. El EINF fue aprobado por el Consejo de Administración de Atresmedia el 24 de febrero.

Con el fin de continuar con la **integración de los aspectos** ESG en Atresmedia, el Grupo seleccionó tres de los principales KPIs de su cuadro de mando no financiero y vinculó el resultado de su desempeño a las retribuciones variables del Consejo de Administración. Los tres KPIs seleccionados han sido alcanzados satisfactoriamente en el ejercicio 2021.



El fuerte compromiso social y medioambiental de Atresmedia se puso también de manifiesto en **la conversión a financiación sostenible de su préstamo corporativo sindicado** por valor de 250 millones de euros. Se trata de la primera operación en el ámbito de la financiación sostenible de un grupo de comunicación en España y una de las primeras de Europa en su sector, que liga el margen del préstamo a la evolución de tres indicadores ESG que se verificarán anualmente.

Por otro lado, Atresmedia Televisión, mantuvo un año más su posición como **referente informativo y líder en credibilidad y confianza**, según los datos difundidos por el Informe Digital News Report 2021 elaborado por el Reuters Institute for the Study of Journalism y la Universidad de Oxford. Además, la calidad de sus contenidos y la confianza de sus presentadores han sido galardonados con los Premios Ondas (Roberto Leal, y documental "Eso que tú me das"), Iris (Antena 3 Noticias 2, Vicente Vallés y Roberto Leal), Feroz (serie Cardo) y Goya (película Las leyes de la Frontera).

b. Dimensión social

El compromiso de Atresmedia con la diversidad y la inclusión se materializó en la creación de unas becas que tienen como finalidad impulsar la formación de las personas con discapacidad para mejorar sus oportunidades de empleo en el sector audiovisual mediante su acceso al catálogo formativo de Atresmedia Formación. En 2021 47 personas accedieron a estas becas que han contado con la colaboración de la Fundación Universia, la Fundación Randstad y CAPACIS.

Por lo que se refiere a las iniciativas sociales enmarcadas en **"Compromiso Atresmedia"**, **Ponle Freno** convocó y falló, la edición 2021 de sus Premios para reconocer entidades y personas que trabajan por la mejora de la Seguridad Vial y celebró su primera carrera solidaria presencial en Valencia y Madrid destinando la recaudación al Hospital de Paraplégicos de Toledo. Por su parte **Constantes y Vitales**, lanzó una nueva campaña para concienciar sobre la importancia de vacunarse para combatir a la Covid-19, firmó el "Pacto por la Ciencia", para incrementar los recursos que se destinan a la ciencia en España y sensibilizó sobre la importancia del cuidado de la salud mental. Como novedad, **Levanta la cabeza**, evoluciona en su compromiso hacia un propósito más ambicioso: impulsar la digitalización sostenible de la sociedad española para que sea segura, responsable y universal y **Crea Cultura** firmó un acuerdo de colaboración con el Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO): para impulsar iniciativas y dar difusión a las actividades que protejan los derechos de la propiedad intelectual.

El Grupo apoyó también la labor social de 29 ONG mediante la **cesión de espacios publicitarios en televisión, radio e internet** para la difusión gratuita de 38 campañas de sensibilización por un valor total de 17,4 millones de euros.



Respecto al **Programa de Voluntariado Corporativo**, en 2021 Atresmedia organizó un total de 15 actividades que han contado con una participación de voluntarios del Grupo que sumaron 1.664 horas de colaboración con diversos colectivos vulnerables de 11 ONG. Entre ellos destaca un proyecto junto a la Fundación Tomillo para contribuir a reducir la exclusión social de niños y jóvenes a través de la elaboración de piezas audiovisuales, la creación de los Clubs de Lectura para personas mayores con el fin de combatir su soledad de la mano de Adopta un Abuelo, Grandes Amigos y Amigos de los Mayores, y un proyecto de mentoring dirigido a adolescentes para ayudarles a preparar su futuro profesional junto a la Fundación Junior Achievement.

En cuanto al **compromiso del Grupo con el impulso de los Objetivos de Desarrollo Sostenible**, Atresmedia celebró un año más el aniversario del lanzamiento de estas metas organizando una iniciativa de sensibilización interna entre empleados, además apoya como media partner los reconocimientos GO!ODS impulsados por el Pacto Mundial y la Fundación Rafael del Pino, y ha acogido en sus platós el evento de referencia en ESG, organizado por Forética, para aumentar la ambición y acción en sostenibilidad.

La Fundación ATRESMEDIA sigue trabajando por la mejora educativa y por ello un año más consiguió un éxito de participación de su evento "Grandes Profes" con más de 4 mil profesores inscritos y entregó sus premios "Grandes Iniciativas" que reconocen proyectos innovadores y de gran impacto puestos en marcha por los centros escolares durante el curso 2020-2021. El patronato aprobó la nueva misión de la Fundación Atresmedia, que se enfocará a partir de septiembre de 2021 en el enriquecimiento de la relación de los niños y jóvenes con los medios a través del impulso de la alfabetización mediática y del fomento del pensamiento crítico, la creatividad y los valores.

c. Dimensión medioambiental

En cuanto a la dimensión medioambiental, Atresmedia continuó la implantación de la estrategia medioambiental que inició en 2019, llevando a cabo acciones como el cálculo completo de su huella medioambiental, incluyendo todas las categorías de emisiones de Alcance 3, la cumplimentación del informe de cambio climático CDP en el que Atresmedia mantuvo la calificación de B en 2021, la puesta en marcha de un proyecto de Residuo Cero para impulsar la economía circular en la Compañía y el estudio de una nueva estrategia que inicie el camino de Atresmedia hacia la consecución de las cero emisiones netas. Además, a través de la iniciativa **Hazte Eco**, un año más Atresmedia apoyó la campaña de **WWF** "La Hora del Planeta" para actuar contra la crisis climática y coincidiendo con la celebración de la cumbre climática COP26 en Glasgow, el programa "Salvados", en la Sexta, dedicó un programa para entrevistar a la activista climática Greta Thunberg y hablar sobre ecologismo.



3. AUDIOVISUAL

3.1 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020	Evolución
INGRESOS NETOS	901.156	807.925	11,5%
GASTOS DE EXPLOTACION	739.492	736.058	0,5%
Resultado bruto de explotación	161.664	71.867	124,9%
Amortizaciones y deterioros	15.396	16.387	(6,0%)
Resultado de explotación	146.268	55.480	163,6%

3.1.1 Ingresos Netos

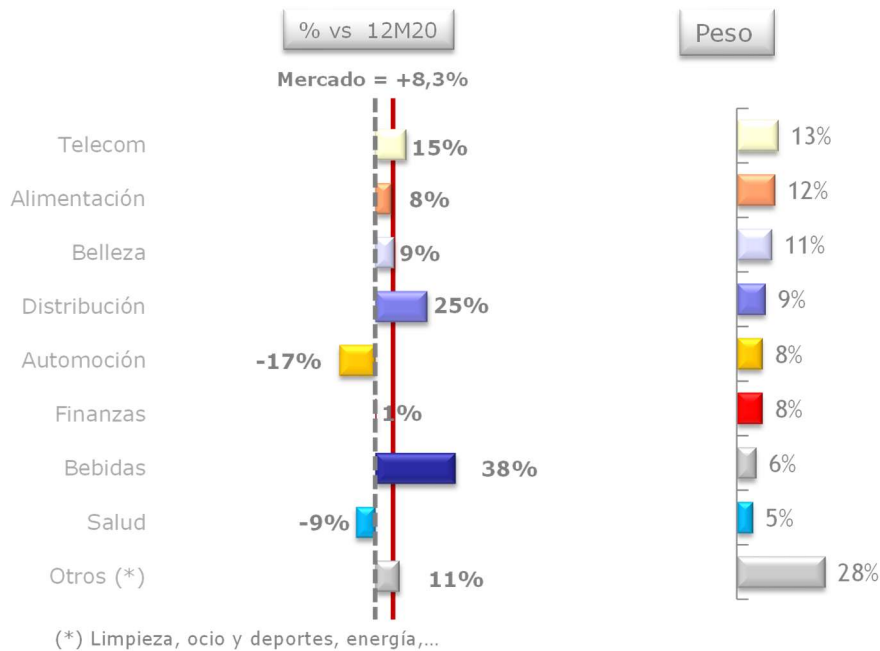
Los ingresos netos acumulados a diciembre de 2021 ascienden a 901,2 millones de euros frente a los 807,9 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2020, lo que supone un incremento del 11,5%.

Miles de Euros	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020	Evolución
Publicidad Televisión	719.561	660.317	9,0%
Publicidad Digital	67.082	51.229	30,9%
Producción y Distribución de Contenidos	79.035	75.041	5,3%
Otros Ingresos	35.478	21.338	66,3%
INGRESOS NETOS	901.156	807.925	11,5%

Los ingresos de publicidad de televisión crecen un 9,0% alcanzando en el periodo los 719,6 millones de euros frente a los 660,3 millones de euros del mismo periodo del año anterior.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad en televisión ha crecido en el periodo un 8,3%.

Dentro del mercado publicitario de televisión, a excepción de "Salud" y "Automoción", crecen todos los sectores, especialmente "Bebidas", "Distribución", "Telecomunicaciones" y "Belleza".



Fuentes: Infoadex/ Sectores: Estimaciones internas

La cuota de participación de Atresmedia Televisión, según estimaciones internas, sería en el acumulado a diciembre de un 41,7%, 0,6 puntos más que en el ejercicio anterior.

En el cuarto trimestre de 2021 el mercado de la publicidad en televisión habría decrecido en torno al 5% respecto al cuarto trimestre del año anterior, siendo la cuota de mercado de Atresmedia Televisión del 41,1%.

Los ingresos de publicidad digital ascienden a 67,1 millones de euros frente a los 51,2 millones de euros obtenidos en el acumulado a diciembre de 2020 lo que supone un crecimiento del 30,9%. Este crecimiento incluye un mejor comportamiento con respecto al mercado de la publicidad digital, que ha crecido según Infoadex un 14,2%, así como la incorporación al perímetro de la nueva sociedad H2H.



Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 79,0 millones de euros frente a los 75,0 millones de euros del acumulado a diciembre del año anterior, lo que supone un crecimiento del 5,3%.

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).



Atresmedia Cine ha estrenado durante 2021 cuatro largometrajes: "A todo tren. Destino Asturias", película española más taquillera del año, "Las leyes de la frontera", premiada en los últimos Premios Goya con 5 galardones, "La familia perfecta" y "Mamá o papá", y ha mantenido en explotación películas como "El verano que vivimos". En conjunto representan el 29% de la recaudación del Cine Español en el periodo.



Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzan los 35,5 millones de euros frente a los 21,3 millones de euros del acumulado a diciembre de 2020, como consecuencia de la vuelta a un nivel de actividad normal tras la pandemia.

3.1.2 Gastos de Explotación

Miles de Euros	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020	Evolución
Consumo de programas	358.095	348.864	2,6%
Gastos de personal	141.953	135.607	4,7%
Provisión plan de bajas incentivadas		31.596	n/a
Otros gastos operativos	111.366	101.655	9,6%
Costes variables ligados a ventas	128.078	118.337	8,2%
GASTOS DE EXPLOTACION	739.492	736.058	0,5%

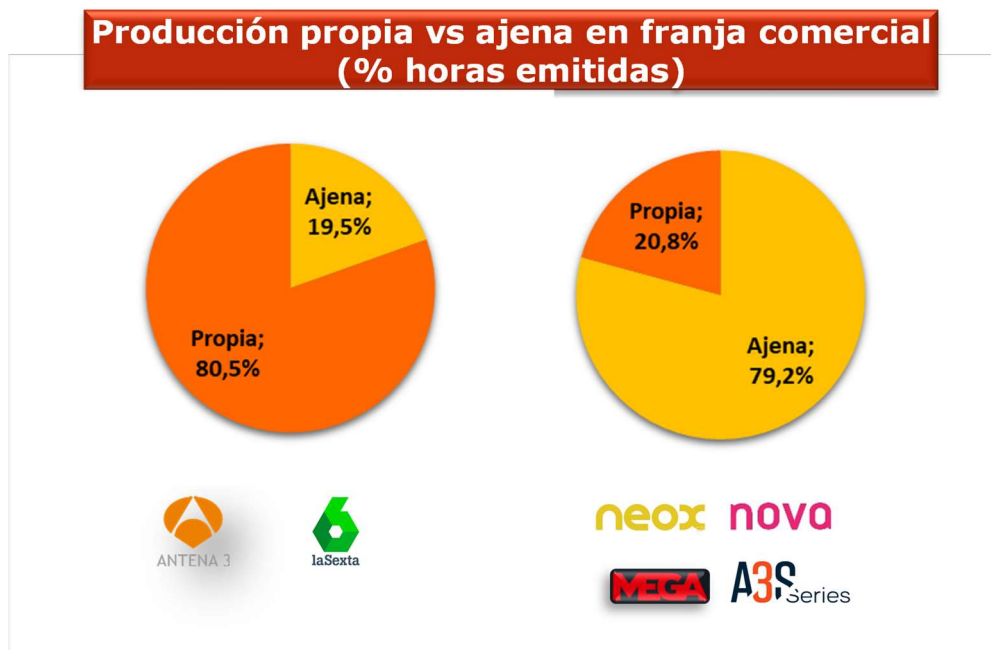
Los gastos de explotación en el acumulado a diciembre de 2021 han sido de 739,5 millones de euros, lo que supone un incremento del 0,5% respecto a los gastos registrados en el acumulado a diciembre de 2020.

Sin tener en cuenta el impacto de la provisión del plan de bajas incentivadas de 2020, los gastos de explotación crecen un 5,0% frente al año anterior.



Esta diferencia se debe fundamentalmente a las medidas de contención adoptadas el año pasado (COVID-19), así como al incremento de los costes variables ligados a ventas en el año 2021 por el crecimiento de la actividad.

Con respecto a los contenidos de televisión, en los canales principales de Atresmedia, Antena3 y laSexta, ha predominado la producción propia (80,5%), mientras en los canales complementarios, Neox, Nova, Mega y Atreseries, ha predominado la producción ajena (79,2%).



3.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a diciembre de 2021 es de 161,7 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 17,9%. Multiplica por 2,2 el Resultado Bruto de Explotación del acumulado a diciembre del año anterior.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020(*)
Audiovisual	161.664	71.867
Margen/Ingresos Netos	17,9%	8,9%

(*) Incluye provisión plan de bajas incentivadas (31,6 MM).



En el cuarto trimestre de 2021 el Resultado Bruto de Explotación es de 45,0 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 16,2%.

El Resultado de Explotación (EBIT) en el periodo alcanza los 146,3 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 16,2%.

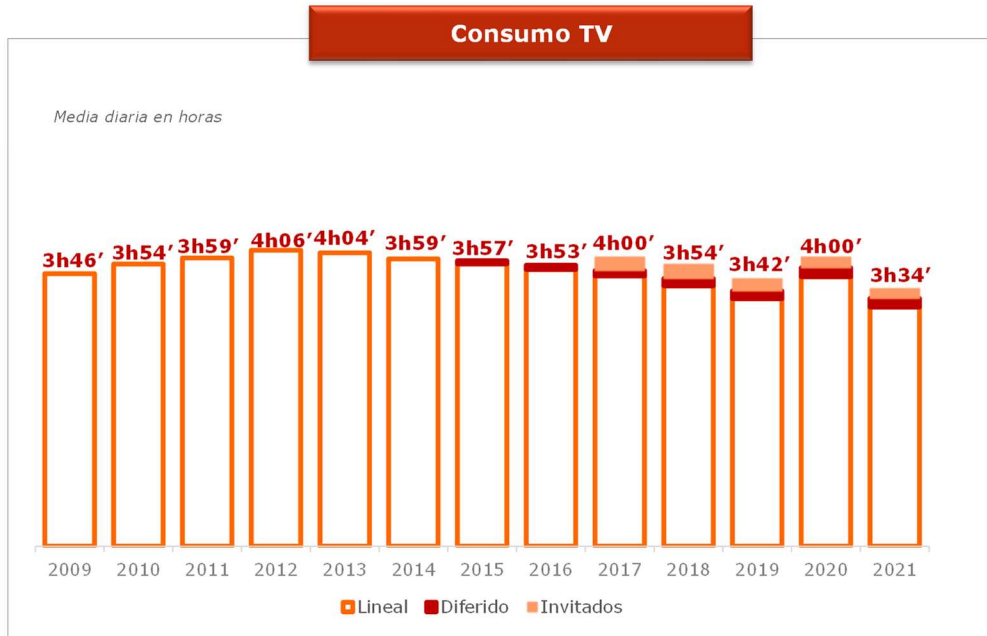
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020(*)
Audiovisual	146.268	55.480
Margen/Ingresos Netos	16,2%	6,9%

(*) Incluye provisión plan de bajas incentivadas (31,6 MM).

3.2 Audiencia

3.2.1 Consumo de Televisión

El consumo televisivo por persona y día en 2021 fue de 3 horas y 34 minutos, veintiséis minutos menos que el año pasado.



Fuente: Kantar Media

Diferido: consumos realizados en televisores conectados durante los siete días siguientes a la emisión convencional, sin incluir consumos en otro tipo de dispositivos como ordenadores o tablets.

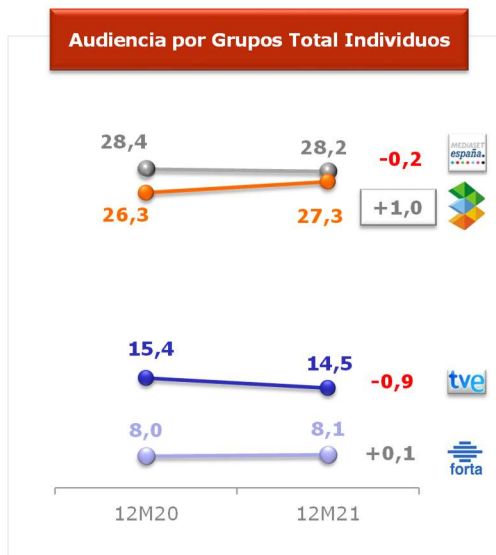
Invitados: espectadores no residentes en el hogar del visionado.



3.2.2 Audiencias de Televisión

Atresmedia Televisión cierra el año 2021 con una cuota de audiencia de 27,3%, su mejor dato en 7 años, siendo líder de la franja de máximo consumo con un 28,2%, 1,8 puntos más que su competidor Mediaset, grupo que cuenta con un canal más, y con la retransmisión de la Eurocopa de Fútbol durante este periodo.

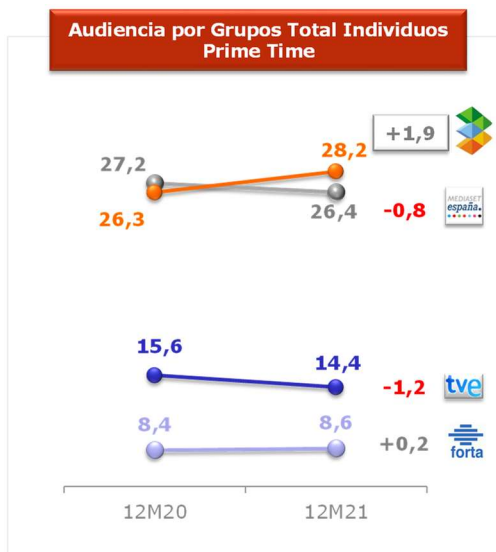
Además, Atresmedia es el grupo que más crece respecto al mismo periodo del año anterior tanto en total día (+1,0 puntos) como en prime time (+1,9 puntos). Vuelve a colocarse como el grupo que más gente ve cada día (21 millones) y el preferido en el consumo en diferido con su mejor resultado desde 2016.



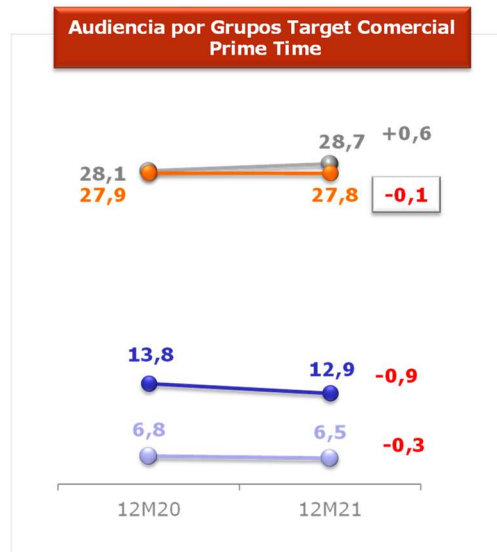
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



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



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



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



En el último trimestre del año, Atresmedia TV se posiciona líder con un 27,5% de audiencia. Antena 3 se alza como la cadena más vista del trimestre (13,9%) y laSexta se impone nuevamente a su más directo competidor (6,3%).

Antena 3 ha sido la cadena de mayor crecimiento en lo que va de año: alcanza un 13,8% de audiencia, subiendo 2,0 puntos en un año en el que ha competido con Eurocopa y Juegos Olímpicos. Además, logra su mejor resultado en 12 años y refuerza su liderazgo en el prime time, franja en la que alcanza un 15,5% frente al 13,9% de su competidor Telecinco.

Los **informativos** de Antena 3 encadenan su cuarto año de liderazgo consiguiendo en 2021 sus mejores datos en cuota y espectadores en 14 años, desde 2007, con un 19,2% y cerca de 2,5 millones de espectadores. Todas sus ediciones batieron máximos.

Antena 3 Noticias 1 (20,7% y 2,5 millones) es el informativo líder de la sobremesa y el más competitivo de toda la televisión por cuarto año consecutivo. Se coloca a casi 5 puntos de su rival.

Antena 3 Noticias 2 (20,5% y 2,9 millones) vuelve a ser el informativo más visto de la televisión y líder del prime time por segundo año.

Las ediciones de sábado y domingo (15,8% y 2 millones) también se posicionan líderes.

Noticias de la mañana (15,2% y 177 mil) es líder de su franja y único matinal que crece. **Espejo Público** (13,2%, +0,8 vs 2020 y 427 mil), obtuvo su mejor resultado de los últimos 3 años.

Además del éxito de los informativos, cabe destacar el éxito de las **series** de la cadena que se colocan como las más vistas del mercado. Siete de las diez con más audiencia (lineal + diferido) fueron de Antena 3.

Mi hija (2,5 millones*) y **Mujer** (2,3 millones*) ocupan las primeras posiciones, siendo líderes en su franja de emisión. **La cocinera de Castamar** (2,2 millones de espectadores*) es la serie española más seguida y la más vista en diferido.

Tierra amarga y **Amar es para siempre** son las ficciones diarias con más audiencia. "Tierra amarga" (1,6 millones*) culmina el mes de diciembre siendo líder (15%). Amar es para siempre (1,3 millones*) se mantiene como la serie nacional más vista a diario en 2021.

Infiel (2,1 millones*), líder de la noche los domingos, y **ACI: Alta Capacidad Intelectual** (1,9 millones*), también se colocan entre las series más vistas del año.

* Datos de lineal y diferido



En cuanto a **programas**, **Pasapalabra** (23,1% y 2,7 millones) cierra su mejor año histórico. Es el programa diario más visto de la TV en 2021, líder todos los meses del año y con una ventaja de +8,8 puntos sobre su rival. Bate su récord histórico en febrero con 4,8 millones de espectadores y un 31,8%.

El Hormiguero 3.0 (16,2% y 2,6 millones), vuelve a ser líder imbatible por séptimo año consecutivo. Su programa más visto roza los cuatro millones de espectadores.

Tu cara me suena (20,9% y 2,4 millones) es el líder de los viernes y su última temporada supera a las tres anteriores. **La Voz** (16,5% y 1,8 millones) y **La Voz Kids** (19,8% y 2,1 millones) se colocan líderes en sus días de emisión.

En mayo regresó la segunda temporada de **Mask Singer** (16,5% y 1,7 millones) superando con holgura la media de la cadena. Por su parte, **¿Quién quiere ser millonario?** volvió en marzo con versión famosos con un 17,7% y más de 2,7 millones de espectadores en su estreno y un 14,1% de media.

También las ofertas veteranas cosecharon grandes resultados. **Cocina abierta de Karlos Arguñano** alcanza un 15,3%, +2,4 puntos vs 2020 y 937 mil espectadores. **La ruleta de la suerte**, que en 2021 cumplió 15 años en emisión es de nuevo líder (18,7%, +2,5 puntos vs 2020, y 1,7 millones) con el año más visto de su historia. Por su parte, **iBoom!** también mejora y crece casi un punto (13,1% y 1,3 millones).

El canal **laSexta** termina el año como la tercera cadena privada más vista con un 6,4%, lejos de su más directo rival (5,3%) frente al que encadena nueve años consecutivos de liderazgo en total día y en prime time.

laSexta se ha convertido en la cadena referente para seguir la actualidad, que sigue siendo la columna vertebral de su programación.

laSextaNoticias (8,6%) alcanza una media de 1,9 millones de personas. La edición de sobremesa de lunes a viernes (10,7% y 1,2 millones) fue la más vista y se mantiene, al igual que la edición de la noche (7,1% y casi 800 mil espectadores), muy por delante de su competidor. Las ediciones del fin de semana también se colocan muy por encima de la media de la cadena y de su rival (9% y 7,1%) mientras que **Jugones** (6,3%) logra su mejor año de la historia y también la mayor distancia histórica con su competidor (+3,1 puntos).



laSexta es, además, referente en las coberturas electorales. El especial **Al Rojo Vivo: Objetivo Madrid**, fue el claro vencedor de la noche del 4M y sumó la 15ª victoria consecutiva para la cadena con 1,9 millones y el 11,1%, disparándose en Madrid al 18,1%.

Al Rojo Vivo (11,4%), se coloca como el segundo programa más competitivo de la cadena. **Más vale tarde** (6,1% y 585 mil) fue el programa de actualidad líder de la tarde, superando a su competidor un año más. Los sábados **laSexta Noche** (6,5%), se sitúa de nuevo por delante de su competidor superando los 5,6 millones de espectadores.

En cuanto a entretenimiento, en las mañanas **Aruser@s** (16,4% y 425 mil espectadores, +3,2 puntos vs 2020) alcanza el liderazgo en diciembre con un 17%. En la sobremesa **Zapeando** (6,6% y 744 mil) se coloca como segunda opción en target comercial (9,9%). **El Intermedio** (8,2% y 1,3 millones) se sitúa de nuevo como el programa diario más visto de la cadena por decimocuarto año consecutivo.

Entre las ofertas de prime time vuelve a destacar **Lo de Évole** (10,8% y 1,9 millones), que repite por segundo año como el programa más visto de la cadena con un crecimiento de 1,1 puntos respecto al año anterior y lidera en el target comercial (13,9%). **Salvados**, por su parte, alcanza un 6,9% y 1,1 millones de espectadores de media.

Además, en 2021 volvieron otros dos clásicos: **¿Te lo vas a comer?** con una media de 6,7% y 845 mil espectadores y un 9,3% en target comercial; y **El jefe infiltrado** (6,6% y 835 mil) que se sitúa por delante de la media de la cadena, destacando en target comercial (7,5%).

El 21 de febrero la cadena emitió **Eso que tú me das**, la última entrevista al cantante Pau Donés, que se ha convertido en la película documental más vista de la temporada en TV y en la emisión más vista en la cadena en el año con 2,9 millones de seguidores y un 15,3%.

La oferta de Atresmedia Televisión se completa con cuatro canales temáticos, cada uno enfocado a un grupo de público específico. La suma de esos canales complementarios aporta en el año un share conjunto, del 7,1% llegando hasta el 7,8% en el target comercial.

Nova (2,4%) es la temática más vista del mercado por primera vez en la historia y encadena cuatro años como canal femenino líder. Registra su segundo año como líder del prime time temático (2,7%) y vuelve a ser primera opción en su franja de novelas (15:00-22:45h L-V) con un 3,2%.

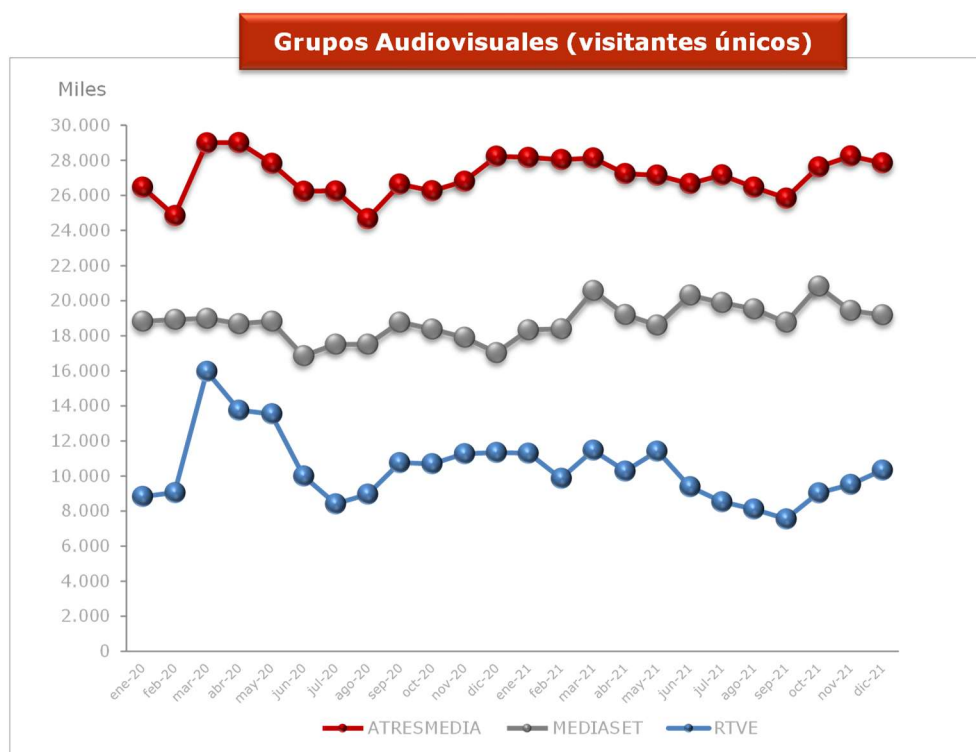
Neox (1,8%) mantiene su fortaleza en el público de más interés comercial (2,7%). Sus emisiones más destacadas del año fueron **Los Simpson** (2,3% y 176 mil espectadores), el contenedor **Cinematrix** (1,9% y 232 mil) y **Friends** (1,9% y 219 mil).

Mega (1,4%) refuerza su posición como canal masculino de referencia. En late night crece y logra un gran 3,2%, franja en la que lidera **El Chiringuito de jugones** con su segundo mejor registro anual (4,5%).

Atreseries (1,4%) finaliza el año con su segundo mejor registro anual.

3.2.3 Audiencias de Digital

Según los datos publicados por comScore, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet, hegemonía que mantiene desde abril de 2016, alcanza una media de 27,4 millones de visitantes únicos en el acumulado del año, con 8,0 millones más que Mediaset. En el ranking general se posiciona a diciembre de 2021 en el puesto 6 del top 10 de sites más visitados.



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 10% por encima de su rival directo. Alcanza, además, a 31 de diciembre, los 10,8 millones de usuarios registrados.



La versión Premium cierra diciembre con más de 427 mil abonados y se consolida como la plataforma española líder de un grupo audiovisual con su sólida apuesta por contenido exclusivo. En 2021 ha incorporado **Drag Race España**, versión de un prestigioso programa estadounidense galardonado con diecinueve Premios Emmy, y nuevas temporadas de las emblemáticas series de A3TV **Los hombres de Paco** y **Los protegidos**. También ha estrenado las series **Alba**, **Deudas** y **Cardo**, premiada con dos Premios Feroz y convertida en una de las revelaciones de 2021, así como nuevas temporadas de **Toy Boy**, **byAnaMilán**, **#Luimelia** o **Pongamos que hablo de...**

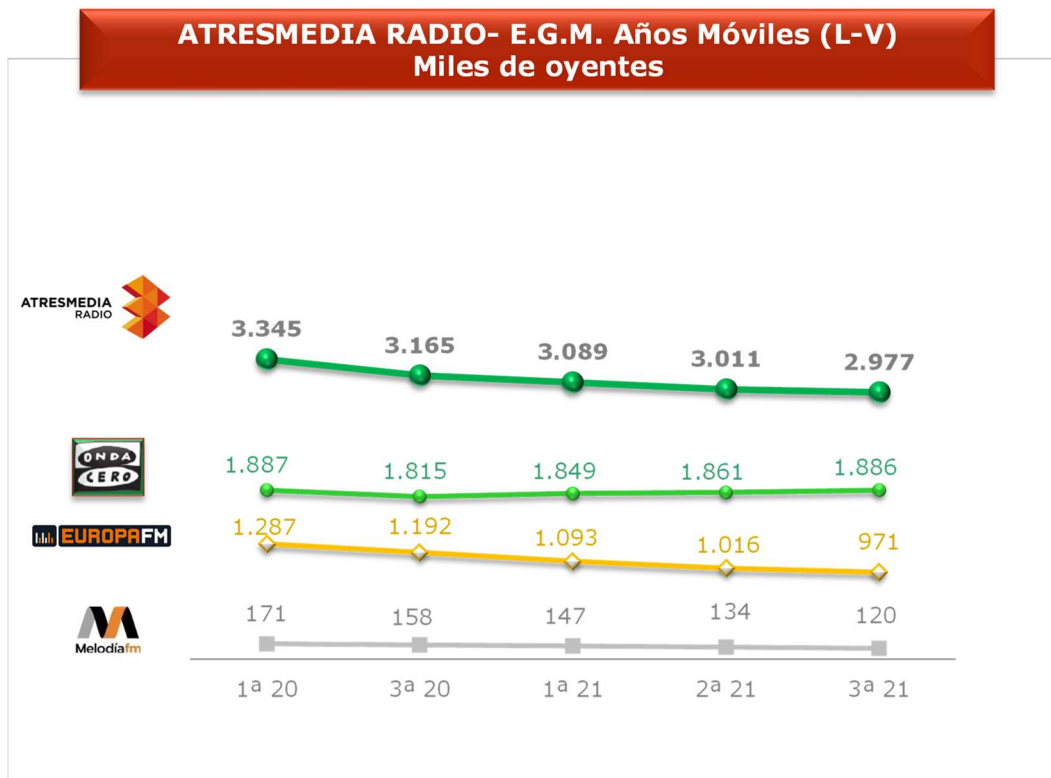


4. RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según Infoadex, la inversión en el mercado de publicidad de la radio ha crecido en el año un 10,8%.

En el último Estudio General de Medios (año móvil terminado en la 3ª ola de 2021) Atresmedia Radio tiene una audiencia media de 3,0 millones de oyentes. Onda Cero con 1,9 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 1,0 millones de oyentes y Melodía FM 120 mil.



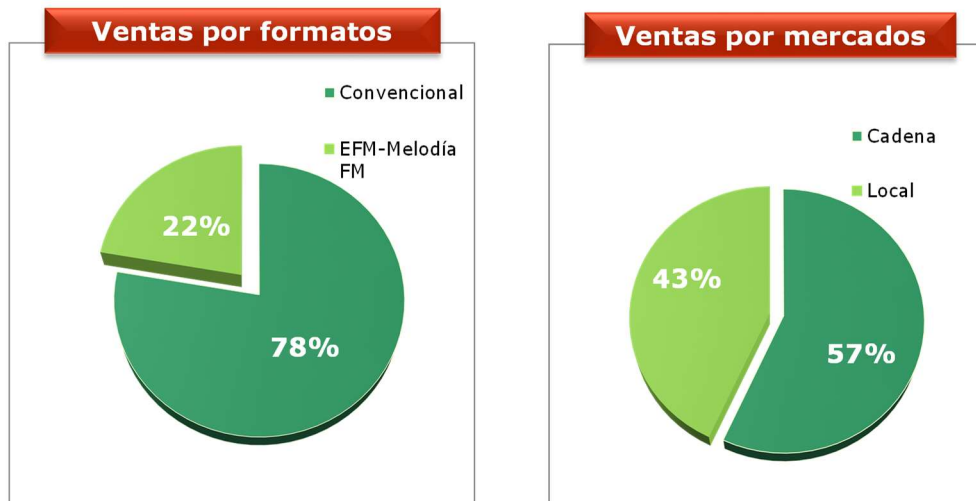
Fuente: EGM . Años Móviles. Lunes a Viernes.



4.2 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020	Evolución
INGRESOS NETOS	70.750	67.023	5,6%
Gastos de personal	26.593	25.430	4,6%
Provisión plan de bajas incentivadas		4.945	n/a
Otros gastos operativos	33.315	34.252	(2,7%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	59.908	64.628	(7,3%)
Resultado bruto de explotación	10.842	2.395	352,7%
Amortizaciones y deterioros	2.568	2.592	(0,9%)
Resultado de explotación	8.274	(197)	n/a

Atresmedia Radio ha alcanzado en el acumulado a diciembre de 2021 unos ingresos netos de 70,8 millones de euros, frente a los 67,0 millones de euros obtenidos en el acumulado a diciembre de 2020, lo que supone un crecimiento del 5,6%.



Los gastos de explotación, a 31 de diciembre de 2021, han sido de 59,9 millones de euros, frente a los 64,6 millones de euros en el acumulado a diciembre de 2020, lo que supone un decremento del 7,3%. Sin tener en cuenta el impacto del plan de bajas incentivadas los gastos de explotación serían similares a los del año anterior.



El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el periodo es de 10,8 millones de euros, lo que supone un margen del 15,3%.

En el cuarto trimestre de 2021 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 7,2 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 32,1%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020(*)
Radio	10.842	2.395
Margen/Ingresos Netos	15,3%	3,6%

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Dic 2021	Ene-Dic 2020(*)
Radio	8.274	(197)
Margen/Ingresos Netos	11,7%	n/a

(*) Incluye provisión plan de bajas incentivadas (4,9 MM).



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.

Miles de euros	12M21	12M20
Importe neto de la cifra de negocios	877.870	799.116
Otros ingresos de explotación	85.388	67.184
Ingresos netos	963.258	866.300

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

Miles de euros	12M21	12M20
Consumos de programas y otros aprovisionamientos	395.574	393.801
Gastos de personal	168.546	197.577
Otros gastos de explotación	226.632	200.660
Gastos de explotación	790.752	792.038



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.

Miles de euros	12M21	12M20
Resultado de explotación	154.542	40.133
Amortización del inmovilizado	18.076	19.028
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(112)	15.101
EBITDA	172.506	74.262

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.

Miles de euros	12M21	12M20
Deuda financiera bruta	281.705	289.583
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	(268.402)	(172.792)
Deuda financiera neta	13.303	116.792

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.