



# Resultados do 1º trimestre de 2015

Grupo Media Capital, SGPS, S.A.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 11º ano de liderança</li> <li>• Liderança em Grupo de canais</li> <li>• Número um no digital</li> <li>• Novos conteúdos na área da ficção e entretenimento: “A Única Mulher”, “Masterchef Portugal”, “Secret Story – Luta Pelo Poder” e “The Money Drop – Entre a Ganhar”</li> <li>• TVI24 chega a Cabo Verde</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grande produção “A Única Mulher”, com gravações em Angola e Portugal</li> <li>• Exportação de serviços técnicos de produção e de cenografia para Angola e Espanha</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rádio Comercial número um em Portugal em audiências de rádio e nas redes sociais</li> <li>• Rádio Comercial eleita “Marca de Confiança” pelos consumidores</li> <li>• M80 com novo site</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nova imagem e novo site IOL.pt, a celebrar os 15 anos da marca</li> <li>• Nova app Masterchef Portugal</li> <li>• Ação #parabenstvi e #parabenstvi24</li> <li>• Votações online LUX “Personalidades 2014”</li> <li>• Entrada em funcionamento da equipa dedicada redes sociais</li> <li>• Entrada do blog Teresa Guilherme na rede IOL</li> </ul>

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS, SA  
Sociedade Aberta  
Sede: Rua Mário Castelhana, n.º 40, Barcarena, Oeiras  
Matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Cascais sob o n.º 17831 (Oeiras)  
Pessoa Coletiva n.º 502 816 481 | Capital Social: 89.583.970,80 euros

## RESULTADOS DO 1º TRIMESTRE DE 2015

O Resultado Líquido do Grupo Media Capital mais do que triplicou face ao período homólogo, atingindo € 2,3 milhões

- No plano operacional, o EBITDA do Grupo Media Capital melhorou 5%, alcançando € 5,5 milhões e uma margem de 14,5%. Este desempenho resultou da conjugação da melhoria da publicidade com a continuada redução dos gastos operacionais.
- No que refere à publicidade, os rendimentos consolidados de publicidade cresceram 1%.
- A **TVI** garantiu a liderança de audiências em televisão, registando uma média de quota de audiência de 23,1% e de 26,0%, no total do dia e no horário nobre, respetivamente. A diferença face ao segundo canal mais visto foi de 3,9pp no primeiro caso e de 1,6pp no segundo. A liderança da TVI em audiências mantém-se quando a leitura destas é feita por grupos de canais, com 26,6% no total do dia e 28,4% em horário nobre, mais 4,1pp e 1,4pp do que o segundo grupo de canais concorrente.
- Na vertente financeira, o segmento de **Televisão** atingiu um EBITDA de € 4,6 milhões e uma margem de 14,7%, com a publicidade a subir 1%.
- Por seu turno, o segmento de **Produção Audiovisual** registou uma melhoria substancial da rentabilidade, com o EBITDA a atingir € 0,7 milhões (vs. € -0,3 milhões no período homólogo).
- O EBITDA do segmento de **Rádio** ascendeu a € 0,5 milhões, a que correspondeu uma margem de 15,7%, melhorando 10% face ao período homólogo. Na primeira vaga de audiências de 2015, a Rádio Comercial manteve a liderança (quota de 23,6%, 2,3pp acima do concorrente mais próximo) e a MCR, enquanto grupo de rádios, obteve uma quota de 33,8% (1,9pp acima da primeira leitura de 2014).
- Os resultados financeiros melhoraram de forma substancial (quase 50%), para o qual foi decisivo o refinanciamento verificado na segunda metade de 2014, que permitiu reduzir os gastos de financiamento.

Queluz de Baixo, 17 de abril de 2015



## 1. Demonstração de Resultados Consolidados

milhares de €	T1 2015	T1 2014	Var %
<b>Total de Rendimentos Operacionais</b>	<b>37.935</b>	<b>39.860</b>	<b>-5%</b>
Televisão	31.279	32.675	-4%
Produção Audiovisual	9.918	9.578	4%
Rádio	3.384	3.348	1%
Outros	4.129	4.507	-8%
Ajustamentos de Consolidação	(10.775)	(10.248)	-5%
<b>Total de Gastos Operacionais ex-D&amp;A</b>	<b>32.416</b>	<b>34.594</b>	<b>-6%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>5.519</b>	<b>5.266</b>	<b>5%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>14,5%</b>	<b>13,2%</b>	<b>1,3pp</b>
Televisão	4.583	5.049	-9%
Produção Audiovisual	705	(305)	N/A
Rádio	531	485	10%
Outros	(144)	46	N/A
Ajustamentos de Consolidação	(156)	(9)	-1624%
Depreciações e Amortizações	1.719	2.218	-22%
<b>Resultados Operacionais (EBIT)</b>	<b>3.800</b>	<b>3.048</b>	<b>25%</b>
Resultados Financeiros (Líquidos)	(1.125)	(2.193)	49%
<b>Res. antes de imp. e int. s/ controlo</b>	<b>2.675</b>	<b>855</b>	<b>213%</b>
Impostos sobre o Rendimento	(397)	(139)	-185%
<b>Res.Líquido Operações em Continuação</b>	<b>2.278</b>	<b>715</b>	<b>218%</b>
<b>Resultado Líquido do exercício</b>	<b>2.278</b>	<b>715</b>	<b>218%</b>

No primeiro trimestre de 2015 o Grupo Media Capital registou um total de **rendimentos operacionais consolidados** de € 37,9 milhões, valor que corresponde a uma queda de 5%, não obstante a melhoria observada na publicidade.

Os **gastos operacionais** recuaram 6%, devido sobretudo dos segmentos de produção e televisão.

O **EBITDA consolidado** do Grupo atingiu um valor de € 5,5 milhões, com uma margem de 14,5%,

verificou-se uma melhoria de 5% relativamente ao período homólogo.

O **resultado operacional** (EBIT) consolidado ascendeu a € 3,8 milhões (comparando com € 3,0 milhões em 2014), enquanto que o **resultado líquido** foi de € 2,3 milhões, 218% superior ao verificado a idêntico período do ano anterior, beneficiando também da melhoria do resultado financeiro.

-----



milhares de €	T1 2015	T1 2014	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>37.935</b>	<b>39.860</b>	<b>-5%</b>
Publicidade	23.729	23.549	1%
Outros Rendimentos Operacionais	14.206	16.311	-13%

Os **rendimentos de publicidade** subiram 1%. No segmento de Televisão, a publicidade recuperou 1%. No segmento de Rádio, a subida foi de 2%, enquanto que no segmento Outros (que inclui as áreas do Digital, Música e Eventos, assim como a

holding e os serviços partilhados do Grupo), não houve alteração.

Os **outros rendimentos operacionais**, compostos essencialmente por rendimentos de produção audiovisual, serviços multimédia e rendimentos

de cedência de sinal, recuaram 13%, com o impacto a advir sobretudo do segmento de televisão, em concreto no que refere a serviços multimédia. Esta redução é originária quer do impacto da autorregulação nos concursos de chamada de tarifa única, a qual entrou em vigor

em julho de 2014, quer do barramento de chamadas efetuado por operadores de telecomunicações, situação esta ultrapassada no segundo trimestre.

## 2. Televisão

milhares de €	T1 2015	T1 2014	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>31.279</b>	<b>32.675</b>	<b>-4%</b>
Publicidade	19.774	19.639	1%
Outros Rendimentos	11.505	13.036	-12%
<b>Gastos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>26.696</b>	<b>27.626</b>	<b>-3%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>4.583</b>	<b>5.049</b>	<b>-9%</b>
Margem EBITDA	14,7%	15,5%	-0,8pp
Depreciações e Amortizações	697	910	-23%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>3.886</b>	<b>4.139</b>	<b>-6%</b>

O conjunto dos canais da Media Capital composto pela TVI, TVI24, TVI Ficção, +TVI e TVI Direct liderou o primeiro trimestre de 2015 com uma quota de audiência de 26,6% no total do dia e 28,4% no horário nobre (20h-24h). Esta liderança estendeu-se ao *target* comercial Adultos.

All Day (%)	UNIVERSO	ADULTOS
<b>Grupo TVI</b>	<b>26,6</b>	<b>27,3</b>
Grupo SIC	22,5	23,0
Grupo RTP	18,9	19,8

Prime Time (%)	UNIVERSO	ADULTOS
<b>Grupo TVI</b>	<b>28,4</b>	<b>28,9</b>
Grupo SIC	27,0	27,6
Grupo RTP	17,1	17,9



Relativamente ao canal generalista, no período em análise a TVI confirmou a posição de canal mais visto da televisão portuguesa. De acordo com a GfK, a estação obteve um *share* de audiência de 23,1% em total de indivíduos (Universo), 3,9 pontos percentuais acima do seu concorrente mais próximo, e com uma diferença de 7,3 pontos para o terceiro canal mais visto.

Em 2015, a TVI é igualmente líder destacada no principal *target* comercial - indivíduos com idade igual ou superior a 15 anos (Adultos) - no qual regista 23,7%, o que equivale a 4,1 e 6,9 pontos

percentuais acima dos dois concorrentes mais próximos.

Para o horário nobre, a TVI garantiu igualmente a primeira posição, com uma quota reforçada de 26,0%, ou seja uma vantagem de 1,6 pp de *share* sobre o segundo canal. Situação equivalente verificou-se no *target* comercial Adultos, no qual a TVI captou 26,4% da audiência, com a segunda e a terceira posição a registarem 24,9% e 15,5% respetivamente.

No período em análise, a TVI apresentou a estrutura usual nos grandes géneros televisivos, predominando a ficção, seguida do entretenimento e da informação, tal como do desporto.

### DESEMPENHO FINANCEIRO

Em termos de desempenho financeiro, o segmento de Televisão viu os seus **rendimentos operacionais** totais recuarem 4%.

Os **rendimentos de publicidade** ficaram 1% acima do verificado no período homólogo.

Os **outros rendimentos**, que englobam entre outros, proveitos de cedência de sinal e serviços multimédia, recuaram 12%. Conforme referido anteriormente, esta redução deveu-se sobretudo a dois efeitos: a autorregulação nos concursos de chamada de tarifa única (a qual entrou em vigor em julho de 2014), assim como o barramento de

chamadas efetuado por operadores de telecomunicações, situação esta ultrapassada no segundo trimestre.

Os **gastos operacionais** tiveram um decréscimo de 3% face ao ano anterior, associado sobretudo a uma redução dos custos de programação.

A evolução combinada entre rendimentos e gastos resultou num EBITDA de € 4,6 milhões, que compara com € 5,0 milhões no 1T'14 (-9%), com uma margem de 14,7%.



### 3. Produção Audiovisual

milhares de €	T1 2015	T1 2014	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>9.918</b>	<b>9.578</b>	<b>4%</b>
Publicidade	0	0	0%
Outros Rendimentos	9.918	9.578	4%
<b>Gastos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>9.213</b>	<b>9.882</b>	<b>-7%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>705</b>	<b>(305)</b>	<b>N/A</b>
Margem EBITDA	7,1%	-3,2%	10,3pp
Depreciações e Amortizações	569	791	-28%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>135</b>	<b>(1.096)</b>	<b>N/A</b>

O segmento de produção audiovisual atingiu um total de **rendimentos operacionais** de € 9,9 milhões, melhorando 4%.

Em Portugal, os rendimentos operacionais subiram 2%, mercê da atividade de produção televisiva.

Relativamente ao negócio em Espanha, os rendimentos operacionais refletiram uma melhoria da faturação para clientes daquele país.

Face à melhoria dos rendimentos operacionais e à redução dos gastos (-7%), o **EBITDA** melhorou de forma acentuada, para € 0,7 milhões (vs € -0,3 milhões no ano anterior).



### 4. Rádio

milhares de €	T1 2015	T1 2014	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>3.384</b>	<b>3.348</b>	<b>1%</b>
Publicidade	3.233	3.162	2%
Outros Rendimentos	152	186	-18%
<b>Gastos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>2.853</b>	<b>2.863</b>	<b>0%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>531</b>	<b>485</b>	<b>10%</b>
Margem EBITDA	15,7%	14,5%	1,2pp
Depreciações e Amortizações	385	430	-10%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>145</b>	<b>54</b>	<b>167%</b>

Os dados relativos às audiências continuaram a evidenciar o excelente desempenho dos formatos explorados pela MCR.

Com efeito, o conjunto das rádios do Grupo Media Capital registou, na primeira vaga de 2015, um **share de audiência de 33,8%** (1,9pp acima da primeira leitura de 2014). É de destacar o desempenho da **Rádio Comercial** com um **share**

de **23,6%**, 2,3pp acima do verificado no período homólogo e do concorrente mais próximo nesta vaga.

Os **rendimentos de publicidade** da MCR melhoraram 2% relativamente ao período comparável. Os outros rendimentos operacionais recuaram 18%, embora em termos absolutos essa redução seja reduzida.

Quanto aos **gastos operacionais** deste segmento, estes mantiveram-se ao nível de 2014.

Face ao descrito, o **EBITDA** do segmento foi de € 0,5 milhões (+10% face a 2014), com uma margem de 15,7% (+1,2pp).

Por seu turno, a **m80** – a rádio dos êxitos dos anos 70, 80 e 90 – obteve um *share* de 5,8%. É a

rádio com mais quota entre as que não possuem rede de cobertura nacional.

Relativamente aos outros formatos, a **Cidade** obteve uma quota de 3,0%, mantendo a liderança no segmento das rádios cujo principal alvo é a população mais jovem.

## 5. Outros

milhares de €	T1 2015	T1 2014	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>4.129</b>	<b>4.507</b>	<b>-8%</b>
Publicidade	745	744	0%
Outros Rendimentos Operacionais	3.384	3.763	-10%
<b>Gastos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>4.273</b>	<b>4.461</b>	<b>-4%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(144)</b>	<b>46</b>	<b>N/A</b>
Margem EBITDA	-3,5%	1,0%	-4,5pp
Depreciações e Amortizações	68	86	-22%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>(212)</b>	<b>(40)</b>	<b>-424%</b>

Este segmento inclui as áreas do Digital, Música e Eventos, assim como a *holding* e os serviços partilhados do Grupo.

Não obstante o forte ambiente competitivo existente na área do Digital, a MCD tem conseguido registar bons níveis de adesão aos seus conteúdos e serviços, o que se reflete positivamente nos indicadores de performance.

A título de exemplo, o grupo de *sites* da TVI chega ao final de março de novo na liderança do

seu segmento (referente a *sites* de canais de TV), com um *share* de 49% em visitas e de 46% em páginas vistas.

Na componente financeira, os **rendimentos de publicidade** ficaram estáveis no comparativo homólogo, enquanto que os **outros rendimentos operacionais** tiveram uma queda de 10%.

O **EBITDA** do segmento foi assim negativo em € 144 milhares, que compara com um valor positivo de € 46 milhares no período homólogo.



## 6. Cash Flow

milhares de €	T1 2015	T1 2014	Var %
Recebimentos	52.896	51.044	4%
Pagamentos	(47.731)	(56.536)	16%
<b>Fluxos das atividades operacionais (1)</b>	<b>5.164</b>	<b>(5.492)</b>	<b>N/A</b>
Recebimentos	389	49	694%
Pagamentos	(3.393)	(1.696)	-100%
<b>Fluxos das at. de investimento (2)</b>	<b>(3.004)</b>	<b>(1.647)</b>	<b>-82%</b>
Recebimentos	44.804	30.861	45%
Pagamentos	(47.417)	(25.881)	-83%
<b>Fluxos das at. de financiamento (3)</b>	<b>(2.613)</b>	<b>4.980</b>	<b>N/A</b>
Caixa e equivalentes no início do período	2.996	5.237	-43%
Var. caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	(453)	(2.158)	79%
Efeito das diferenças de câmbio	3	(4)	N/A
<b>Caixa e equivalentes no final do período</b>	<b>2.546</b>	<b>3.075</b>	<b>-17%</b>

O **cash flow das atividades operacionais** foi de € 5,2 milhões, comparando com € -5,5 milhões no 1T'14. O segmento de televisão foi o principal responsável para a melhoria desta linha, através da melhoria da publicidade e da ocorrência, em 2014, de desfasamentos temporais (ainda que previstos) entre pagamentos a fornecedores e recebimentos de clientes. Salienta-se que da sazonalidade dos negócios do Grupo Media Capital resulta que a geração de cash flow esteja concentrada no último terço do ano.

O **cash flow das atividades de investimento** foi de € -3,0 milhões, quando o ano passado havia sido de € -1,6 milhões. Analisando o *cash flow* respeitante a pagamentos de ativos fixos tangíveis e intangíveis, este ascendeu a € -3,4 milhões, o que compara com € -1,0 milhões no

período homólogo. Esta variação deve-se, por um lado, ao reduzido capex verificado no primeiro trimestre de 2014 e, sobretudo, à concentração do capex de 2014 nos últimos meses desse ano (com respetivos pagamentos já em 2015). Assim sendo, não se perspetiva que os valores anuais de 2015 sejam proporcionais aos verificados nos primeiros três meses.

O **cash flow das atividades de financiamento** foi de € -2,6 milhões, refletindo os movimentos verificados nas atividades operacionais e de investimento, bem como o montante de dividendos distribuídos (€ 15,8 milhões). De referir que no ano anterior os dividendos foram distribuídos no segundo trimestre.



## 7. Endividamento

milhares de €	Mar 15	Dez 14	Var Abs	Var %
<b>Dívida financeira</b>	<b>128.543</b>	<b>118.719</b>	<b>9.824</b>	<b>8%</b>
Financiamentos bancários / Papel comercial / Obrigações	127.250	117.154	10.096	9%
Outro endividamento	1.293	1.565	(272)	-17%
<b>Caixa &amp; equivalentes</b>	<b>2.546</b>	<b>2.996</b>	<b>(449)</b>	<b>-15%</b>
<b>Dívida líquida</b>	<b>125.997</b>	<b>115.723</b>	<b>10.273</b>	<b>9%</b>

No que diz respeito ao **endividamento líquido**, registou-se um aumento de 9% (€ 10,3 milhões) face a dezembro de 2014, situando-se no final de março de 2015 em € 126,0 milhões. De salientar que o valor da dívida inclui os *leasings*, que ascendem no total a € 1,3 milhões no final do período em análise.

Conforme decorre da explicação constante no ponto de análise ao cash flow, o aumento da

dívida líquida deveu-se sobretudo ao montante de dividendos distribuídos (€ 15,8 milhões), sem os quais a dívida líquida teria recuado.

O Grupo Media Capital mantém assim uma confortável estrutura de capital.

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DA POSIÇÃO FINANCEIRA
EM 31 DE MARÇO DE 2015 E 31 DE DEZEMBRO DE 2014

(Montantes expressos milhares de Euros)

ATIVO	31.03.2015	31.12.2014
<b>ATIVOS NÃO CORRENTES:</b>		
<i>Goodwill</i>	153.568	153.568
Ativos intangíveis	13.397	13.829
Ativos fixos tangíveis	15.953	16.255
Investimentos em associadas	1.625	1.685
Ativos financeiros disponíveis para venda	8	8
Direitos de transmissão de programas de televisão	48.995	48.481
Outros ativos não correntes	3.446	3.693
Ativos por imposto diferido	3.544	3.536
	<u>240.535</u>	<u>241.055</u>
<b>ATIVOS CORRENTES:</b>		
Direitos de transmissão de programas de televisão	34.666	33.585
Inventários	42	38
Clientes e outras contas a receber	40.961	41.943
Ativos por imposto corrente	353	245
Outros ativos correntes	13.735	12.180
Caixa e seus equivalentes	2.546	2.996
	<u>92.304</u>	<u>90.987</u>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<u><u>332.839</u></u>	<u><u>332.042</u></u>
<hr/> <b>CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO</b> <hr/>		
<b>CAPITAL PRÓPRIO:</b>		
Capital	89.584	89.584
Reservas	29.125	28.829
Resultado líquido consolidado do período	2.278	16.475
Capital próprio atribuível aos acionistas da empresa-mãe	<u>120.987</u>	<u>134.888</u>
<b>TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO</b>	<u>120.987</u>	<u>134.888</u>
<b>PASSIVO:</b>		
<b>PASSIVOS NÃO CORRENTES:</b>		
Financiamentos obtidos	111.908	103.656
Provisões	6.381	6.941
Passivos por imposto diferido	1.358	1.358
	<u>119.647</u>	<u>111.956</u>
<b>PASSIVOS CORRENTES:</b>		
Financiamentos obtidos	16.635	15.063
Fornecedores e outras contas a pagar	45.336	42.483
Passivos por imposto corrente	20	53
Outros passivos correntes	30.214	27.600
	<u>92.205</u>	<u>85.199</u>
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<u>211.852</u>	<u>197.154</u>
<b>TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO</b>	<u><u>332.839</u></u>	<u><u>332.042</u></u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS RESULTADOS
DOS TRIMESTRES FINDOS EM 31 DE MARÇO DE 2015 E 2014

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>31.03.2015</u>	<u>31.03.2014</u>
<b><u>RENDIMENTOS OPERACIONAIS:</u></b>		
Prestações de serviços	26.292	26.535
Vendas	46	119
Outros rendimentos operacionais	11.598	13.206
Total de rendimentos operacionais	<u>37.935</u>	<u>39.860</u>
<b><u>GASTOS OPERACIONAIS:</u></b>		
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	(4.496)	(7.128)
Fornecimentos e serviços externos	(17.240)	(15.511)
Gastos com o pessoal	(10.809)	(11.537)
Amortizações e depreciações	(1.719)	(2.218)
Provisões e perdas de imparidade ((reforços) / reversões)	497	(133)
Outros gastos operacionais	(367)	(286)
Total de gastos operacionais	<u>(34.135)</u>	<u>(36.812)</u>
Resultados operacionais	<u>3.800</u>	<u>3.048</u>
<b><u>RESULTADOS FINANCEIROS:</u></b>		
Gastos financeiros	(1.535)	(2.259)
Rendimentos financeiros	421	38
Gastos financeiros, líquidos	(1.113)	(2.221)
Ganhos / (perdas) em empresas associadas, líquidos	(12)	28
Resultados antes de impostos	<u>2.675</u>	<u>855</u>
Imposto sobre o rendimento do período	(397)	(139)
Resultado consolidado líquido das operações em continuação	<u>2.278</u>	<u>715</u>
Atribuível a:		
Acionistas da empresa-mãe	<u>2.278</u>	<u>715</u>
Resultado por ação das operações em continuação em Euros		
Básico	0,0270	0,0085
Diluído	<u>0,0270</u>	<u>0,0085</u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS FLUXOS DE CAIXA
DOS TRIMESTRES FINDOS EM 31 DE MARÇO DE 2015 E 2014

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>31.03.2015</u>	<u>31.03.2014</u>
<u>ATIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	52.896	51.044
Pagamentos a fornecedores	(28.238)	(29.945)
Pagamentos ao pessoal	(10.595)	(11.387)
Fluxos gerados pelas operações	<u>14.063</u>	<u>9.712</u>
(Pagamento) / recebimento do imposto sobre o rendimento	(32)	11
Outros pagamentos relativos à atividade operacional	(8.867)	(15.215)
Fluxos das atividades operacionais (1)	<u>5.164</u>	<u>(5.492)</u>
<u>ATIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Alienação de investimentos financeiros detidos em associadas	52	-
Concentrações empresariais	-	8
Vendas de ativos fixos tangíveis e ativos intangíveis	3	21
Ativos disponíveis para venda	9	-
Dividendos	35	-
Juros e rendimentos similares	42	20
Reembolsos de financiamentos concedidos	248	-
	<u>389</u>	<u>49</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Aquisição de ativos fixos tangíveis	(3.351)	(986)
Aquisição de ativos intangíveis	(23)	(7)
Financiamentos concedidos	(19)	(703)
	<u>(3.393)</u>	<u>(1.696)</u>
Fluxos das atividades de investimento (2)	<u>(3.004)</u>	<u>(1.647)</u>
<u>ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	<u>44.804</u>	<u>30.861</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	(29.120)	(23.639)
Amortização de contratos de locação financeira	(331)	(332)
Juros e gastos similares	(1.995)	(1.508)
Dividendos	(15.821)	-
Outras despesas financeiras	(150)	(402)
	<u>(47.417)</u>	<u>(25.881)</u>
Fluxos das atividades de financiamento (3)	<u>(2.613)</u>	<u>4.980</u>
Caixa e seus equivalentes no início do período	2.996	5.237
Variação de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(453)	(2.158)
Efeito das diferenças de câmbio	3	(4)
Caixa e seus equivalentes no fim do período	2.546	3.075