

NEGOCIO & ESTILO DE VIDA, S.A.



**RESUMEN DEL DOCUMENTO DE
INCORPORACIÓN AL MAB**

Índice:

- 1. Objeto social**
- 2. Nacimiento**
- 3. Descripción del negocio**
- 4. Factores clave de su modelo de negocio de su periódico**
- 5. Ventaja competitiva y propuesta de valor**
- 6. Hitos**
- 7. Razones por las que salir al MAB**
- 8. Fuente de ingresos**
- 9. Radio**
- 10. Internacionalización**
- 11. Situación de la prensa escrita**
- 12. Plan de Negocio**
- 13. Proyecciones de la cuenta de Pérdidas y Ganancias**
- 14. Ventas**
- 15. Gastos**
- 16. Balance de Situación**
- 17. Endeudamiento**
- 18. Cuenta de Pérdidas y Ganancias (2007 – 2009)**
- 19. Flujo de efectivo de las actividades de explotación**
- 20. Empleados**
- 21. Política de Dividendos**
- 22. Factores de Riesgo**

1. Objeto social

La edición, distribución, producción, comercialización de publicaciones en soporte papel e informático, incluyendo prensa diaria y periódica; la creación de campañas publicitarias y gestión de medios publicitarios; la creación, producción, realización y difusión de producciones y programas audiovisuales y radiofónicos para su difusión mediante emisoras de radio y televisión; y la gestión de emisoras de radiodifusión sonoras, en ondas métricas con modulación de frecuencia.

2. Nacimiento

En el mes de febrero del año 2006, D. José María Sayago Lozano y D. Rafael Ávila Mayo, fundan la sociedad Tumbo de Privilegios, S.L. Dicha Sociedad actúa desde el 17 de noviembre de 2006, con las particularidades que se mencionan en el apartado 1.8, bajo la marca Negocio & Estilo de Vida.

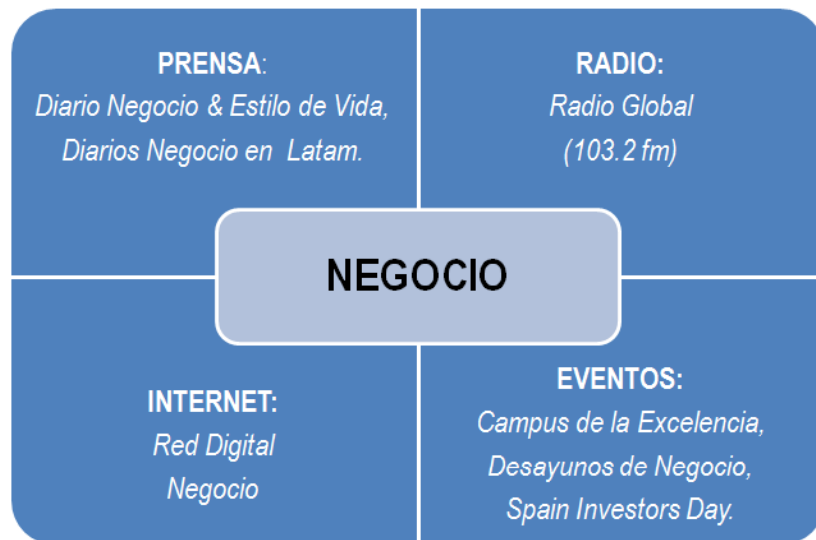
Con fecha 15 de febrero del año 2010, y con motivo de su incorporación al Mercado Alternativo Bursátil, la Sociedad cambia la denominación social de Tumbo de Privilegios, S.L por una nueva, Negocio & Estilo de Vida, S.A., mediante escritura pública otorgada el 19 de febrero de 2010.

3. Descripción del negocio

Hasta inicios del año 2010, la Sociedad ha centrado su actividad principalmente en la edición del Diario Negocio, un periódico económico con distribución selectiva, personalizada y por suscripción gratuita.

En los próximos años NEGOCIO proyecta alcanzar una mayor dimensión, no sólo con la réplica de su modelo de negocio en Latinoamérica, sino también con el lanzamiento de Radio Global, Red Digital Negocio (un portal económico en internet) y la celebración de nuevos eventos.

El objetivo de NEGOCIO a medio plazo es convertirse en un grupo de comunicación multimedia. A continuación se muestra gráficamente las áreas de actividad que configurarán en el futuro NEGOCIO:



4. Factores clave de su modelo de negocio de su periódico

El modelo de negocio se aparta del modelo habitual de los medios económicos impresos. Se fundamenta en:

- Suscripción gratuita con target localizado (lector de perfil socio-económico medio-alto y alto)
- Entrega personalizada para el lector.
- Lenguaje accesible, fresco y con notas de humor.
- Descargable en su totalidad a través de su página web. Además los costes de impresión son inferiores al del sector.
- Totalmente independiente en su enfoque de la realidad económico-financiera.

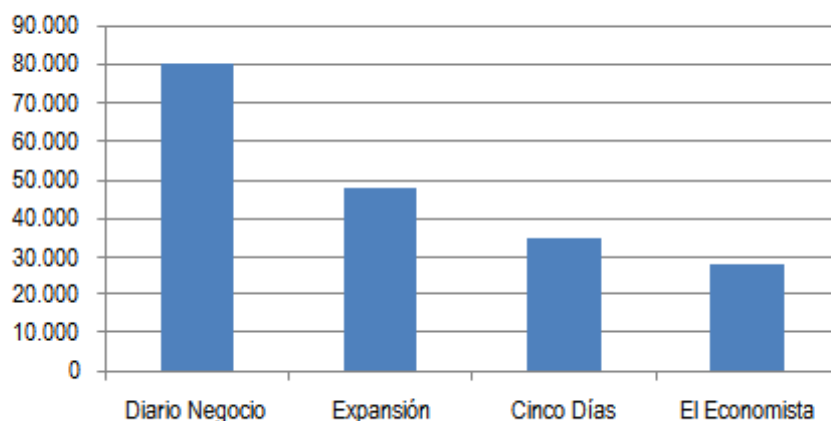
5. Ventaja competitiva y propuesta de valor

- El periódico llega diariamente y por suscripción a personas con su nombre y apellidos. Éstas lo reciben en su puesto de trabajo. Este modelo ofrece una garantía sobre la tipología de lectores que recibirán los impactos publicitarios.
- Ha podido combinar la gratuidad de la prensa on-line con la comodidad y atractivo de la prensa escrita.

6. Hitos

- Diario Negocio lanza su primer número en mayo de 2006 (base suscriptores de 15.000 profesionales).
- En 4 meses alcanza una tirada de más de 59.000 ejemplares y un nivel de difusión de 42.136, lo que le convierte en segundo periódico financiero por difusión superando a competidores como la Gaceta de los Negocios (34.151 ejemplares), Cinco Días (33.997 ejemplares) y El Economista (18.268 ejemplares), según OJD.
- En junio de 2007, con apenas un año de vida, consigue el liderazgo de la prensa económica por difusión según OJD, con una tirada de 93.785 ejemplares y un nivel de difusión de 72.783.
- En 2009 Diario Negocio se mantiene como periódico líder por difusión respecto de sus principales competidores, alcanzando un promedio de 72.172 ejemplares (dato de OJD a noviembre 2009). Como promedio anual, Diario Negocio alcanzó los 84.744 ejemplares de tirada y 63.097 ejemplares de difusión.

Difusión 2009



Fuente: OJD - datos a junio 09

Difusión	2006	2007	2008	2009
Diario Negocio	42.136	63.097	83.632	80.291
Expansión	50.180	50.128	51.293	47.770
Cinco Días	33.997	40.552	40.077	36.481
El Economista	18.268	25.110	29.320	28.061

Fuente: OJD – datos a junio 09

7. Razones por las que salir al MAB

1. Captación de recursos propios para el futuro crecimiento de la empresa.
2. Acceso a fuentes de financiación a un coste menor
3. Ampliar base accionarial.
4. Contar con un valor susceptible de ser ofrecido como contraprestación en posibles operaciones corporativas.
5. Incrementar notoriedad, imagen de marca y solvencia ante la comunidad inversora, fortaleciendo sus relaciones con clientes y proveedores.
6. Aumentar prestigio.

8. Fuente de ingresos

- Publicidad (más del 90% de los ingresos en 2009)
- Eventos:
 - Campus de Excelencia: plataforma internacional de debate y reflexión global. Ingresos en 2009 de 600.000 euros aprox.
 - Desayunos de Negocio: dirigidos a empresarios y directivos a los que asisten personalidades del mundo de la empresa, política y sociedad. Ingresos en 2009 de 200.000 euros aprox.
 - Spain Investors Day: foro de encuentro personal entre inversores institucionales y empresas cotizadas. Tiene como objetivo presentar a las empresas españolas como destino inversor. El primero se realizará el 10 y 11 de junio en Madrid.

9. Radio

NEGOCIO prevé estar presente en el mercado audiovisual a través de la Radio Global, una radio generalista con cobertura en la Comunidad de Madrid. La concesión de la emisora de radio en Aranjuez (103.2 MHz) se encuentra adjudicada desde el 12 de enero de 2010 a la Sociedad.

Su fecha de lanzamiento está prevista para el segundo semestre de 2010.

Radio Global nace con una vocación informativa independiente, social e integradora. Se trata de una radio destinada al público general y sus contenidos se orientarán hacia la información sociopolítica, económica y de investigación.

Además, aprovechando la expansión internacional que NEGOCIO comenzará durante el año 2010, la radio emitirá a través de internet en Latinoamérica,

ajustando parte de sus contenidos al horario nocturno en España y creando flujos de información económica y política entre los dos mercados.

10. Internacionalización

El éxito alcanzado en el modelo de negocio de Diario Negocio en España le lleva a analizar el mercado latinoamericano de la prensa escrita y concluye que dicho modelo, basado en ser un periódico gratuito, por suscripción y con lenguaje accesible, es replicable en varios países de este mercado.

El objetivo de Diario Negocio Latam es llegar a medio plazo a todos los mercados latinoamericanos en los que se habla español, empezando por México sin descartar Brasil.

Con una tirada inicial de 20.000 a 25.000 ejemplares, NEGOCIO pretende aumentar progresivamente su tirada y convertirse en el diario de referencia en el ámbito de la información económica-financiera en estos países, superando a los actuales medios con información económica tradicional.

11. Situación de la prensa escrita

La prensa escrita de pago está viviendo una relevante transformación pues la población se está acostumbrando a obtener las noticias de manera gratuita a través de internet. El lector tiene cada vez mayor resistencia a pagar por la noticia.

El Diario Negocio, con su modelo de entrega gratuita y personalizada, ha conseguido sortear las dificultades de sus competidores y estas barreras en los lectores y ha crecido en difusión progresivamente desde su fundación en 2006, hasta consolidarse en el entorno de los 72.000 ejemplares diarios de difusión.

El Diario Negocio ha podido beneficiarse de dos fenómenos relevantes surgidos a partir de la crisis económica que se inició en agosto de 2007: por un lado, la economía está cada vez más presente en la sociedad actual, con un interés creciente de los lectores por los aspectos económicos; por otro, hay una tendencia superior al ahorro y se valora más lo gratuito, lo que ha facilitado que Diario Negocio gane cuota de mercado a sus competidores.

12. Plan de Negocio

NEGOCIO ha consolidado en el año 2009 un modelo de negocio innovador dentro de un mercado maduro, basado en la entrega gratuita y por suscripción del periódico, un elevado nivel de difusión frente a sus competidores y un estricto control de los costes.

Durante 2010, pretende dar un mayor impulso a la expansión de este modelo en España, basándose en:

- Incrementar la base de anunciantes.
- Lograr una mayor difusión y audiencia a lo largo del territorio nacional.
- Potenciar la organización de eventos como instrumento para generar negocio inducido en los actuales y futuros anunciantes.
- La mejora de márgenes operativos debido a la estructura eficiente y flexible de costes.
- La gestión activa del capital circulante.

13. Proyecciones de la cuenta de Pérdidas y Ganancias

A continuación se muestra la cuenta de pérdidas y ganancias correspondiente al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2009, así como la previsión de beneficios a 31 de diciembre de 2010.

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (miles de euros)	2009 PGC 2007	Var. %	%	2010 E	Var. %	%
Importe neto de la cifra de negocio	10.912	51,5%	100,0%	17.829	63,4%	100,0%
Aprovisionamientos	-774		-7,1%	-665		-3,7%
MARGEN BRUTO	10.138	69,7%	92,9%	17.164	69,3%	96,3%
Gastos de personal	-2.607		-23,9%	-3.007		-16,9%
Otros gastos de explotación	-4.490		-41,1%	-5.995		-33,6%
Amortización del inmovilizado	-177			-156		
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	0			0		
Otros resultados	0			0		
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	2.864		26,2%	8.006		179,6%
Ingresos financieros	6			0		
Gastos financieros	-862			-629		
Variación de valor razonable en instrumentos financieros	-18			0		
RESULTADO FINANCIERO	-874			-629		
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	1.990		18,2%	7.377		270,7%
Impuesto sobre beneficios	-134			-2.213		
RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS	1.856		17,0%	5.164		178,2%
RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES EXTRAORDINARIAS	0			0		29,0%
RESULTADO DEL EJERCICIO	1.856		17,0%	5.164		178,2%
EBITDA	3.041		27,9%	8.162		168,4%

(EBITDA: definido como el resultado del ejercicio más resultado financiero (por ser negativo) más impuestos sobre beneficios más amortización del inmovilizado)

El Plan de Negocio prevé alcanzar una cifra de negocios que asciende a 13 millones de euros por estos conceptos, siguiendo la tendencia histórica de crecimiento de la Sociedad. Si se cuenta con los ingresos previstos por el área de eventos, que representan 4,8 millones de euros, la Sociedad espera alcanzar una cifra de negocios total para el ejercicio 2010 de 17,8 millones de euros y mejorar su EBITDA a 8,16 millones de euros, multiplicando por 2,7 veces el conseguido en 2009.

14. Ventas

Ingresos por publicidad (miles de €)	2008	2009	2010E
Total tirada media diaria	111.763	94.951	102.000
Total difusión media diaria	83.632	71.029	76.327
eficiencia de la tirada (difusión por OJD cómo % de tirada)	74,8%	74,8%	74,8%
Ingresos por media diaria de difusión	86,14	142,36	170,70
crecimiento de ingresos por ejemplar de difusión		65,27%	19,90%
Total ingresos por publicidad	7.204	10.112	13.029
Ingresos por eventos (miles de €)	2008	2009	2010E
Campus de la Excelencia	0	600	1.900
Spain Investor Day	0	n/a	1.500
Desayunos de Negocio	0	200	900
Otros eventos	0	n/a	500
Total ingresos por publicidad	0	800	4.800
Total ingresos NEGOCIO	7.204	10.912	17.829

Se estima que los ingresos de NEGOCIO por venta de publicidad van a mantener una senda creciente durante el ejercicio 2010, hasta que sus ingresos publicitarios se proporcionen con su posición de liderazgo. En este sentido, conviene recordar que su Coste por Mil Ejemplares (CPME), medida que relaciona sus tarifas con la difusión por cada mil personas, es menos de la mitad que el de su principal competidor, Diario Expansión (85,90 CPME frente a 188,40 CPME).

En resumen, el Plan de Negocio prevé mantener una senda de penetración en los clientes actuales y en nuevos clientes que permita un crecimiento en ventas de publicidad del 28,8% sobre el año 2009, frente al 40,4% de crecimiento en el año 2009 sobre el ejercicio anterior, con un crecimiento en los niveles de tirada media diaria del 7,4% y porcentaje de difusión en relación con la tirada media diaria en línea con el ejercicio anterior.

Adicionalmente a los ingresos de publicidad, la Sociedad inició en 2009 una nueva línea de negocio de eventos. En 2010, apalancándose en su cartera de clientes, NEGOCIO prevé alcanzar a través de estos eventos, aproximadamente, unos ingresos de 4,8 millones de euros para el año 2010. Esta cifra estará apoyada, por un lado, en los ingresos generados por el Campus de la Excelencia, en el que se prevé triplicar la facturación de dicho evento respecto al año anterior.

Asimismo, también se apoyará en el Spain Investors Day, plataforma creada por NEGOCIO y cuya primera edición está prevista para el mes de junio de 2010, lo que le da una vertiente diferenciadora de captación de publicidad y patrocinio (para el Diario Negocio) en sus grandes clientes.

Completan esta línea de negocio eventos como los Desayunos de Negocio, donde se estiman unos ingresos de 0,9 millones de euros y otros eventos, como la próxima organización del Premio Emprendedores o cursos de verano, entre otros.

La organización de estos eventos suele desarrollarse en paralelo al establecimiento de acuerdos de colaboración con empresas patrocinadoras, lo que permite minimizar sus costes asociados. Por ejemplo, en el caso del Campus de la Excelencia, no se proyecta incurrir en gastos relacionados con el alquiler del lugar de celebración, pues se espera que sea cedido gratuitamente por un patrocinador. En el caso de los Desayunos de Negocio, los eventos celebrados en hoteles tienen como contraprestación la cesión gratuita a los mismos de espacios publicitarios para la empresa organizadora (ingresos por intercambio no considerados en el Plan de Negocio).

15. Gastos

Costes de aprovisionamiento (miles de €)	2009	2010E
Costes de papel	774,06	664,84
<i>% sobre tirada media diaria</i>	0,82%	0,65%
Total costes de aprovisionamiento	774,06	664,84
<i>% sobre ingresos por publicidad</i>	7,7%	5,1%
Costes de personal (miles de €)	2009	2010E
Número de empleados	61,00	67,00
Coste por empleado (000€)	42,74	44,87
<i>crecimiento del coste por empleado</i>		5%
Total costes de personal	2.607,37	3.006,60
Costes de servicios exteriores (miles de €)	2009	2010E
Costes de impresión	1.173,00	1.259,50
<i>% sobre tirada media diaria</i>	1,2%	1,2%
Costes de transporte	1.584,00	1.631,50
<i>crecimiento</i>		3,00%
Otros gastos generales	1.675,00	3.104,00
<i>% sobre ingresos netos</i>	15,35%	17,41%
Total costes de servicios exteriores	4.432,00	5.995,00
Total costes operativos de NEGOCIO	7.813,43	9.666,44

Los principales pilares que sustentan la evolución de la estructura de costes proyectada para el año 2010, son:

1. La importante reducción de gastos acometida durante el ejercicio 2009.
2. La estructura de costes está dimensionada en la actualidad para poder crecer “rentablemente”, sin necesidad de incurrir en gastos significativos adicionales para complementar el crecimiento (el porcentaje de costes sobre ingresos se reduce notablemente).
3. Un crecimiento de costes asociado al incremento de tirada media diaria.
4. La situación coyuntural de sobre-oferta en suministros y servicios exteriores y la reducción de existencias, está beneficiando a NEGOCIO, que se aprovecha, por ejemplo, de una previsible importante caída del coste del papel para incrementar márgenes.

16. Balance de Situación

ACTIVO (en miles de euros)	2009		2010 E	
	PGC 2007	%		%
ACTIVO NO CORRIENTE	4.280	26,9%	2.043	12,2%
Inmovilizado intangible	138		76	
Inmovilizado material	153		191	
Inversiones financieras a largo plazo	1.176		1.176	
Activos por impuesto diferido	2.813		600	
ACTIVO CORRIENTE	11.656	73,1%	14.744	87,8%
Existencias	74		73	
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	10.805	67,8%	12.527	74,6%
Inversiones en empresas del grupo y asociadas	0		0	
Otras inversiones financieras a corto plazo	716		716	
Periodificaciones a corto plazo	6		6	
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	55		1.422	
TOTAL ACTIVO	15.936	100,0%	16.787	100,0%

PASIVO Y PATRIMONIO NETO (en miles de euros)	2009		2010 E	
	PGC 2007	%		%
PATRIMONIO NETO	1.461	9,2%	6.625	39,5%
PASIVO NO CORRIENTE	3.808	23,9%	1.924	11,5%
Deudas a largo plazo	3.718		1.924	
Otras deudas a largo plazo	90			
PASIVO CORRIENTE	10.667	66,9%	8.238	49,1%
Deudas a corto plazo	5.732		2.794	
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	4.935		5.444	
Proveedores, empresas del grupo y asociadas	29		29	
Acreedores varios	3.121		4.598	
Remuneraciones pendientes de pago	92		120	
Otras deudas con las Administraciones Públicas	1.693		697	
Periodificaciones a corto plazo	0		0	
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	15.936	100,0%	16.787	100,0%

El patrimonio neto del año 2010 contabiliza el resultado del ejercicio de dicho año (5.164 miles de euros).

Las hipótesis más significativas utilizadas en la preparación del balance de situación prospectivo estimado a 31 de diciembre de 2010 son las siguientes:

Otros activos corrientes (miles de €)	2008 PGC	2007	2009 PGC	2007	2010E
Existencias	58		74		73
Clientes por ventas y prestaciones de servicio + Clientes, empresas del grupo y asociadas	3.269		10.765		12.456
Otros créditos con las Administraciones Públicas	31		40		71
Total otros activos corrientes	3.358		10.879		12.600

Otros pasivos corrientes (miles de €)	2008	2009	2010E
Acreedores varios	2.936	3.121	4.598
Total otros pasivos corrientes	2.936	3.121	4.598

Total capital circulante operativo	2008	2009	2010E
	422	7.758	8.002

Principales asunciones	2008	2009	2010E
Rotación de existencias (días)	15	30	35
Periodo medio de cobro (días) - deudores comerciales	195	271	220
Periodo medio de pago (días) - acreedores comerciales	107	187	217

17. Endeudamiento

El calendario de amortización de la deuda es el establecido en los contratos de financiación, tal y como se describe más adelante en el apartado 1.19.3.2. En este sentido, se espera que la Sociedad vaya reduciendo el importe de la misma a partir del cuarto trimestre de forma que al cierre del ejercicio 2010, la Sociedad mantenga un ratio deuda (definida como la suma de la deuda con entidades de crédito a corto plazo y la deuda con entidades de crédito a largo plazo de las cuentas anuales) sobre EBITDA de 0,5x, frente al 2,9x en el año 2009.

A efectos comparativos, se debe considerar que el ejercicio 2009 recoge el impacto del coste financiero asociado al retraso del pago de impuestos. El coste financiero de 2010 se ha calculado aplicando un interés del 6,6% sobre la deuda media total estimada del ejercicio.

Se estima que las cuentas deudoras y acreedoras con socios y los efectivos y otros activos líquidos equivalentes no devengarán ingresos/gastos financieros significativos.

En cuanto al pago de impuestos, se liquidarán en los plazos previstos por la ley. Señalar que el gasto por Impuesto de Sociedades del ejercicio 2010 no generará salida de caja al compensarse con créditos fiscales disponibles por bases imponibles negativas de ejercicios anteriores.

18. Cuenta de Pérdidas y Ganancias (2007 – 2009)

En la siguiente tabla se muestra la cuenta de pérdidas y ganancias para los ejercicios 2007, 2008 y 2009:

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (miles de euros)	2007		2008			2009		
	PGC 1990	%	PGC 2007	Var. %	%	PGC 2007	Var. %	%
Importe neto de la cifra de negocio	4.517	100,0%	7.204	59,5%	100,0%	10.912	51,5%	100,0%
Aprovisionamientos	-908	-20,1%	-1.229		-17,1%	-774		-7,1%
MARGEN BRUTO	3.609	79,9%	5.975	65,6%	82,9%	10.138	69,7%	92,9%
Gastos de personal	-2.447	-54,2%	-2.803		-38,9%	-2.607		-23,9%
Otros gastos de explotación	-4.752	-105,2%	-7.369		-102,3%	-4.490		-41,1%
Amortización del inmovilizado	-383		-179			-177		
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	0		-45			0		
Otros resultados	0		80			0		
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	-3.973		-4.341			2.864		26,2%
Ingresos financieros	3		8			6		
Gastos financieros	-1		-393			-862		
Variación de valor razonable en instrumentos financieros	-315		-20			-18		
RESULTADO FINANCIERO	-313		-405			-874		
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	-4.286		-4.746			1.990		18,2%
Impuesto sobre beneficios	1.517		1.185			-134		
RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS	-2.769		-3.561			1.856		17,0%
RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES EXTRAORDINARIAS	-104		0			0		
RESULTADO DEL EJERCICIO	-2.873		-3.561			1.856		17,0%
EBITDA	-3.590		-4.162			3.041		27,9%

Nota: la información financiera correspondiente al ejercicio 2007 está elaborada de acuerdo con el PGC 1990 mientras que la información financiera correspondiente a los ejercicios 2008 y 2009 está elaborada de acuerdo con el PGC 2007 por lo que la información no es directamente comparable.

Nota: el EBITDA se ha definido como el resultado del ejercicio más resultado financiero (por ser negativo) más impuestos sobre beneficios más amortización del inmovilizado.

19. Flujo de efectivo de las actividades de explotación

El detalle de los flujos de efectivo de las actividades de explotación demuestra el desequilibrio del capital circulante, principalmente por el retraso en el pago de los clientes.

A continuación el detalle de la gestión de circulante por parte de la Empresa:

	2008	2009
periodo medio de cobro (1)	195	271
periodo medio de pago (2)	107	187

20. Empleados

El número de empleados de NEGOCIO al 31 de diciembre de 2009 asciende a un total de 64 personas.

Empleados 31/12/09	
Directores	7
Administrativos	6
Redactores	40
Otros	11
Total	64

Fuente: Informe de Auditoría.

Cuentas Anuales al 31/12/09

Adicionalmente, y en coherencia con el modelo de negocio de la Empresa, NEGOCIO cuenta actualmente con 25 colaboradores recurrentes y hasta 175 colaboradores puntuales. De ellos, más del 95% ofrece sus servicios de manera gratuita.

Así mismo se prevé un aumento en el personal de la empresa de aproximadamente 6 personas (incremento en la partida de salarios del 5%).

21. Política de Dividendos

La Sociedad no ha llevado a cabo hasta la fecha en ninguno de los ejercicios pago alguno en concepto de dividendos. Todos los beneficios obtenidos en la Sociedad se han reinvertido en la misma.

Es intención del Emisor seguir reinvertiendo los beneficios que se generen en la propia Empresa, aunque no se descarta pagar de dividendos en el futuro.

22. Factores de Riesgo:

Antes de adoptar la decisión de invertir adquiriendo acciones de NEGOCIO, deben tenerse en cuenta los riesgos que podrían afectar de manera adversa al negocio, los resultados, las perspectivas o la situación financiera, económica o patrimonial de NEGOCIO. Además, podría darse el caso de que futuros riesgos, actualmente desconocidos o no considerados como relevantes en el momento actual, pudieran tener efecto en el futuro. Asimismo, debe tenerse en cuenta que todos estos riesgos podrían tener un efecto adverso en el precio de las acciones de NEGOCIO, lo que podría llevar a una pérdida parcial o total de la inversión realizada.