

# MEDIASET *españa.*



## RESULTADOS ANUALES *Enero –Diciembre 2015*

*Madrid, 25 febrero 2016*

### ÍNDICE:

Principales magnitudes

1. Cuenta de Pérdidas y Ganancias
2. Generación de Cash-Flow
3. Balance de Situación
4. Evolución de la audiencia
5. Media for Equity

## PRINCIPALES MAGNITUDES

€ millones	FY15	FY14
Total ingresos netos	971,9	932,1
Total costes operativos	749,3	768,2
<b>EBITDA adj<sup>(1)</sup></b>	<b>222,7</b>	<b>163,9</b>
<i>Margen EBITDA</i>	22,9%	17,6%
<b>EBIT</b>	<b>205,2</b>	<b>144,8</b>
<i>Margen EBIT</i>	21,1%	15,5%
<b>Beneficio neto</b>	<b>166,2</b>	<b>59,5</b>
BPA <sup>(2)</sup>	0,480 €	0,162 €
<b>Posicion financiera</b>	<b>192,4</b>	<b>265,7</b>

(1) EBITDA recurrente Adj, incluye el consumo de derechos TV

(2) Se excluye las acciones de autocartera a 31 diciembre.

**Mediaset España** registra un **EBITDA ajustado** en 2015 de **€222,7 millones**, un incremento del **35,9%** respecto del año 2014. El **EBIT** mejora aún más, en un **41,7%** respecto el mismo periodo del año pasado y alcanza los **€205,2 millones**.

- Los **ingresos totales netos** en 2015 ascienden **€971,9 millones**, con unos **ingresos netos de publicidad** de **€898,0 millones** y **€74,0 millones** en la línea de "Otros ingresos".
- Según datos de **Infoadex**, el mercado publicitario de televisión creció en 2015 un **6,4%** frente al **7,5%** del mercado publicitario convencional y estima una cuota de mercado a **Mediaset España** del **43.4%**.
- El margen **EBITDA** de **Mediaset España** es del **22,9%**, una mejora de **5,3 puntos** frente al mismo periodo del 2014 (**17,6%**).
- El **Beneficio Neto** en 2015 asciende a **€166,2 millones** frente a los **€59,5 millones** del **2014**, un incremento de **€106.7 millones**. El **margen del Beneficio Neto** sobre el los **Ingresos Netos** alcanza el **17,1% en 2015**, un incremento de **10,7 puntos** en comparación con el margen del **2014 (6,4%)**.
- **Mediaset España** obtiene un flujo libre de caja de **€218,7 millones** lo que supone un incremento del **51,2%** en comparación con el **2014 (€74,0 millones)** y representa un **98,2%** del **EBITDA 2015**. La **posición neta de caja** a 31 de diciembre 2015 es de **€192,4 millones**.
- **Mediaset España**, alcanza una audiencia en 2015 del **31,0%** en **24h total día total Individuos**, su **mejor registro por segundo año consecutivo** (2014, **30,7%** 24h total día total Individuos).
- **Mediaset España** continúa, liderando las audiencias de los operadores de televisión en Internet, alcanzando, **351,1 millones de páginas vistas**, **11,0 millones de usuarios únicos** y **94,9 millones de video** en el año (todas las magnitudes como **promedio mensual 2015**) (fuente OJD y ComsCore).
- El 28 de octubre **Mediaset España** aprobó un **nuevo plan de recompra de acciones propias**, que estará vigente hasta el **20 febrero 2016**, por un **importe máximo de €150 millones** (o 14.548.982 acciones).  
A **31 de diciembre 2015**, la compañía tiene una **autocartera** del **5,4%** lo que supone un total de **19.782.623 acciones**.

## 1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

Millones de €	2015	2014	Variación %
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>971,93</b>	<b>932,09</b>	<b>4,3%</b>
Consumo de derechos	(205,16)	(199,22)	3,0%
Costes de personal	(105,04)	(106,19)	(1,1%)
Otros costes operativos	(439,06)	(462,81)	(5,1%)
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>(749,26)</b>	<b>(768,22)</b>	<b>(2,5%)</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>222,67</b>	<b>163,87</b>	<b>35,9%</b>
Otras amortizaciones, provisiones	(9,49)	(11,12)	(14,7%)
Amortización PPA	(8,00)	(8,00)	0,0%
<b>EBIT</b>	<b>205,18</b>	<b>144,75</b>	<b>41,7%</b>
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	13,90	(59,19)	-
Resultado Financiero	0,06	(0,01)	-
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>219,14</b>	<b>85,55</b>	<b>-</b>
Impuesto de Sociedades	(53,19)	(29,99)	-
Minoritarios	0,21	3,93	-
<b>Beneficio Neto</b>	<b>166,17</b>	<b>59,49</b>	<b>2.8x</b>

El **Beneficio Neto** en 2015 alcanza **€166,17 millones** y casi **triplica** el resultado del **Beneficio Neto** del 2014 (**€59,49 millones en 2014**).

## 1.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

Indicadores	2015	2014	Variación %
Ingresos brutos de publicidad	933,28	889,20	5,0%
- Medios Propios	885,54	850,94	4,1%
- Medios Ajenos	47,74	38,25	24,8%
Comisiones	(35,30)	(33,51)	5,3%
Ingresos netos de publicidad	897,97	855,68	4,9%
Otros ingresos	73,96	76,40	(3,2%)
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>971,93</b>	<b>932,09</b>	<b>4,3%</b>

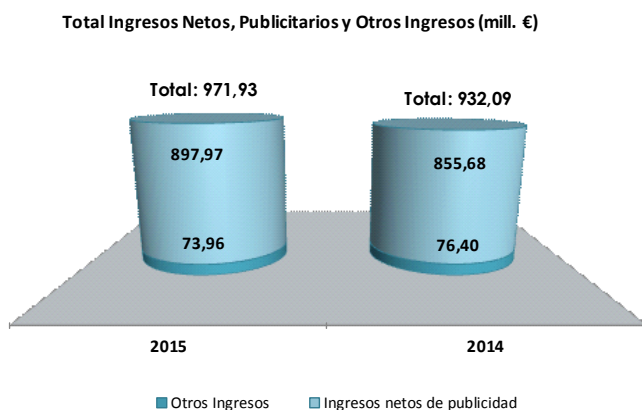
Los **ingresos brutos de publicidad** en 2015 se han **incrementado un 5,0%** hasta los **€933,28 millones**, frente al crecimiento del **mercado publicitario de televisión** que se incrementó en un **6,4% en 2015**, según **Infoadex**. La **diferencia se debe fundamentalmente** a la compleja comparativa con el **mundial de fútbol 2014**.

Los **ingresos brutos de publicidad de medios propios** ascienden a **€885,54 millones** e incluyen los ingresos publicitarios de televisión, internet y teletexto de los seis canales que forman el grupo **Mediaset España**: **TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, BOING, DIVINITY y ENERGY** lo que supone una **facturación €34,60 millones** superior al mismo periodo del 2014 (**+4,1%**). Los **Ingresos publicitarios de medios ajenos** se incrementaron en un **24,8%** respecto del mismo periodo del año anterior, llegando a la cifra de **€47,74 millones**, e incluye principalmente las ventas de publicidad de varios **canales de televisión de pago, de internet y e-walls** y desde 2015 los ingresos de **NetSonic y 8TV**, siendo esta última compañía la que **más contribuye al incremento** de esta línea de ingresos.

Los **ingresos netos de publicidad** después de comisiones crecen un **4,9%** hasta **€897,97 millones**.

La línea **Otros ingresos** asciende a **€73,96 millones**, en comparación con los **€76,40 millones** del **2014**. Estos ingresos **incluyen principalmente** la venta y la distribución de derechos de co-producción cinematográfica, los ingresos por juego y merchandising entre otros. En 2015 **Mediaset España** estrenó tres títulos: **“Atrapa la bandera”** (Agosto), **“Regresión”** (Octubre) y **“Ocho apellidos catalanes”** (noviembre), donde esta última obtiene **la mejor taquilla de todos los estrenos** en España y **“Atrapa la Bandera”** la segunda mejor taquilla de los estrenos españoles.

Finalmente, los **ingresos netos** suman **€971,93 millones**, lo que suponen **€39,84 millones** más que en **2014**, un incremento del **4,3%**.



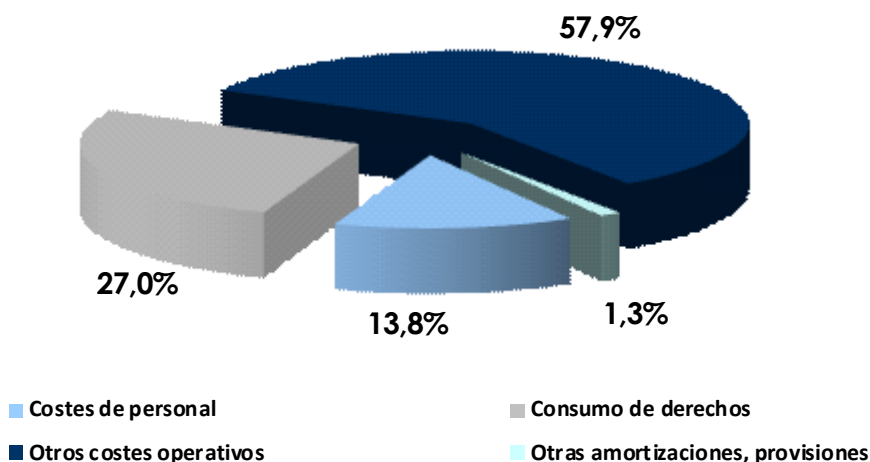
## 1.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales** en 2015 se han reducido a **€758,75 millones**, un ahorro de **€20,58 millones (-2,6%)** en comparación con 2014. Este ahorro está relacionado, fundamentalmente, con una reducción en costes de **programación y retransmisión**.

Tabla 3: Costes operativos

Millones de €	2015	2014	Variación %
Costes de personal	105,04	106,19	(1,1%)
Consumo de derechos	205,16	199,22	3,0%
Otros costes operativos	439,06	462,81	(5,1%)
Otras amortizaciones, provisiones	9,49	11,12	(14,7%)
<b>Total Costes Operativos</b>	<b>758,75</b>	<b>779,33</b>	<b>(2,6%)</b>
Amortización PPA	8,00	8,00	-
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>766,75</b>	<b>787,33</b>	<b>(2,6%)</b>

### Estructura de Costes Operativos



**Mediaset España** continúa en 2015 con un **estricto control** de costes, lo que ha permitido a la compañía **reducir los mismos** de forma notable, **-21,7% (€210,69 millones de ahorro)** en comparación al **2010**, a pesar de **operar actualmente un mayor número de canales** (6 canales frente a los **4 canales en 2010**).

€ millones	2010*	2011	2012	2013	2014	2015	Var.
Costes Operativos	969,44	824,12	829,93	748,65	779,33	758,75	-21,7%

\*Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IFRS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogucuatro

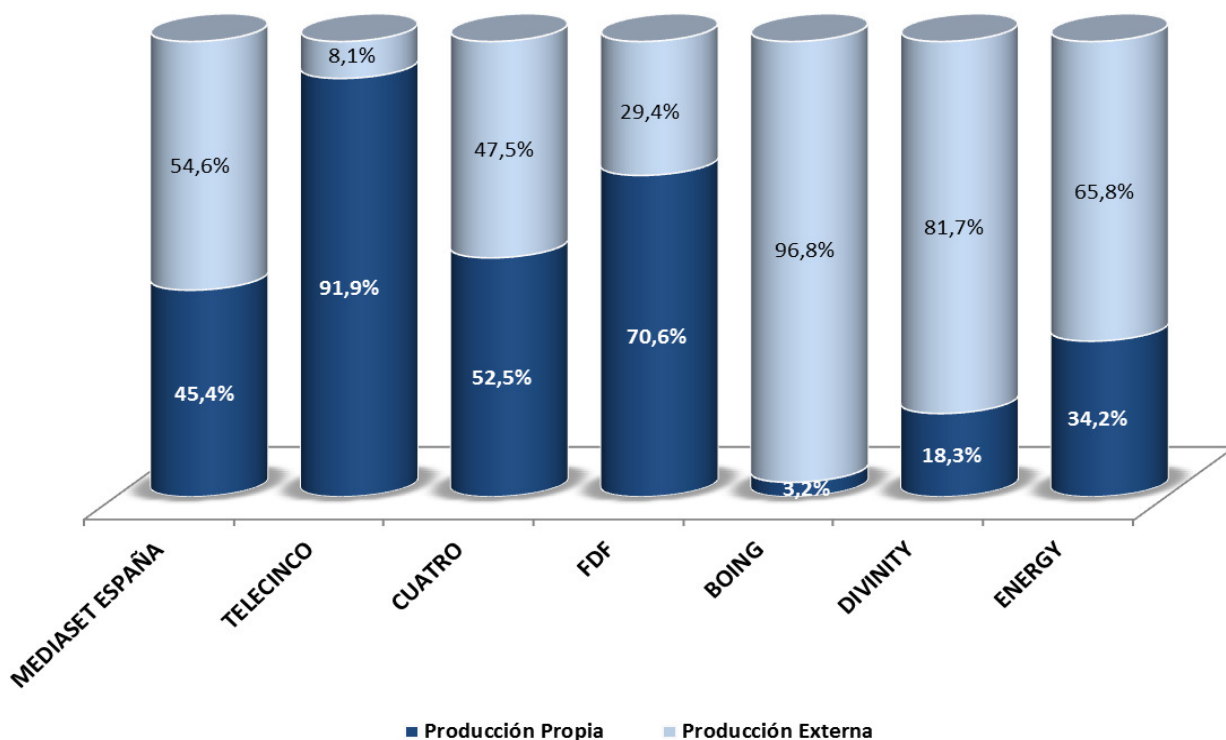
## Contenido

**Mediaset España** operó seis canales a lo largo del 2015, con la siguiente asignación de horas de programación: **producción propia 45,4%** y **54,6% producción ajena**.

En **2015**, el canal **Telecinco**, destinó el **91,9%** de sus horas de emisión a la **producción propia**, en línea con el porcentaje del **2014 (93,0%)**, mientras que **el resto de las horas de emisión, 8,1%**, se asignaron a la **producción externa**.

**Cuatro** asignó un **52,5%** de su parrilla a la **producción propia** y un **47,5%** a la **producción externa** frente al **56,9%** y **43,1%** respectivamente, del **mismo periodo 2014**.

Respecto del resto de canales, **FACTORIA DE FICCION** tiene un **70,6%** de producción propia frente a un **29,4%** de producción externa, el canal **BOING** es el canal más intensivo en producción externa, dedicando un **96,8%** de su parrilla a la misma y **DIVINITY** presenta un mix **18,3%** de producción propia y **81,7%** de producción externa. Finalmente **ENERGY** presenta un consumo de producción propia del **34,2%** y del **65,8%** en producción externa.



## 1.3. Resultado de Explotación y Márgenes

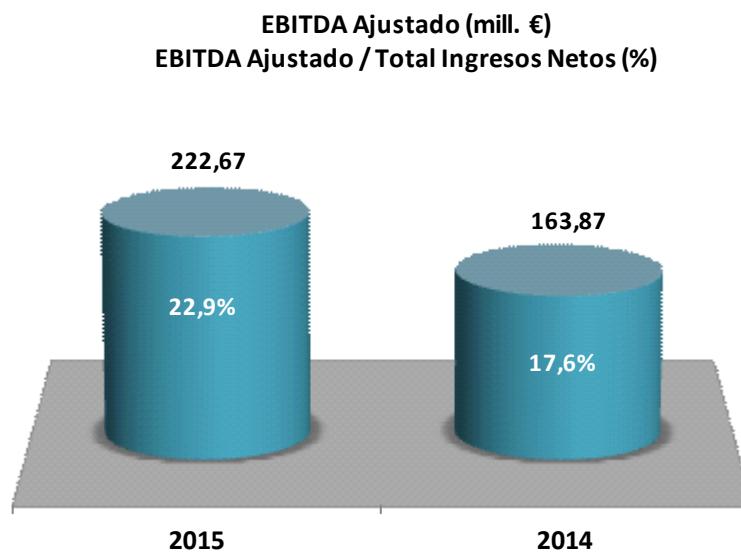
En 2015, el **Resultado Bruto de Explotación (EBITDA ajustado)**, asciende a un total de **€222,67 millones**, lo que supone un incremento de **€58,80 millones** comparado con el **2014**. El elevado apalancamiento operativo de la compañía, conduce a una expansión de márgenes, donde el margen EBITDA alcanza un **22,9%** de los ingresos publicitarios netos, **5.3 puntos superior al 2014 (17,6%)**. *Mediase España* ha incrementado sustancialmente sus márgenes operativos en los últimos tres años, **15.6 puntos (2012 margen EBITDA 7,3%)**.

El **Resultado Neto de Explotación (EBIT)**, en 2015, alcanza la cifra de **€205,18 millones**, lo que supone un **margen del 21,1%**, una **mejora de 5.6 puntos** en comparación con el **2014 (15,5%)**.

El **Beneficio Neto**, asciende en 2015, a **€166,17 millones** y **casi triplica** la cifra del **2014 de €59,49 millones**, obteniéndose un **margen del 17,1%** en comparación con el **6,4%** del **2014** (10,7 puntos superior).

Tabla 4: Márgenes

Millones de €	2015	2014
<b>Total ingresos netos</b>	<b>971,93</b>	<b>932,09</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>222,67</b>	<b>163,87</b>
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>22,9%</i>	<i>17,6%</i>
<b>EBIT</b>	<b>205,18</b>	<b>144,75</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>21,1%</i>	<i>15,5%</i>
<b>Beneficio Neto</b>	<b>166,17</b>	<b>59,49</b>
<i>Margen Beneficio Neto</i>	<i>17,1%</i>	<i>6,4%</i>



## 1.4. Financieros, Resultado de Participadas

El resultado financiero del periodo supone un ingreso de **€0,06 millones**.

El resultado de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia<sup>1</sup>**, arroja un resultado positivo de **€13,90 millones**, que se deben principalmente a los resultados de las compañías participadas así como el beneficio obtenido tras la salida de **La Nevera Roja (€5,4 millones)** y los **€10 millones de ingresos contingentes (earn out)**, como resultado de la venta por **Prisa a Telefónica** de la participación de la primera en DTS.

## 1.5. Resultado del ejercicio

El **Resultado antes de Impuestos** para el 2015 es de **€219,14 millones** y el **Beneficio Neto**, después de impuestos y minoritarios, asciende a **€166,17 millones (€59,49 millones en 2014)**.

El **margen del Beneficio Neto** alcanza un **17,1%** sobre los ingresos totales **en 2015**.

---

<sup>1</sup> Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Pegaso Televisión Inc. (43,7%), A.I.E. (Furia de titanes 2) (34%), Supersport TV, S.L. (30%), , Producciones Mandarina S.L. (30%), La Fábrica de la Tele S.L. (30%), Aprop Imagen S.L. (3%), Megamedia TV (30%), S.L. and EDICA 8TV (40%).



## 2. GENERACIÓN DE CASH FLOW

El **flujo libre de caja operativo** registra **€218,68 millones** en comparación con los **€144,67 millones en 2014**, un incremento de **€74,01 millones**, una mejora del **51,2%**.

**Mediaset España** ha adquirido en 2015, acciones propias por importe de **€238,59 millones**. Del último **programa de compra de acciones**, aprobado el **28 de octubre 2015** por un importe **máximo de €150 millones**, se ha **ejecutado, a 31 de diciembre 2015 €44,49 millones**. Este plan ha estado **vigente hasta el 20 de febrero 2016**. La compañía, además ha distribuido un **dividendo en 2015** por importe total de **€47,54 millones**.

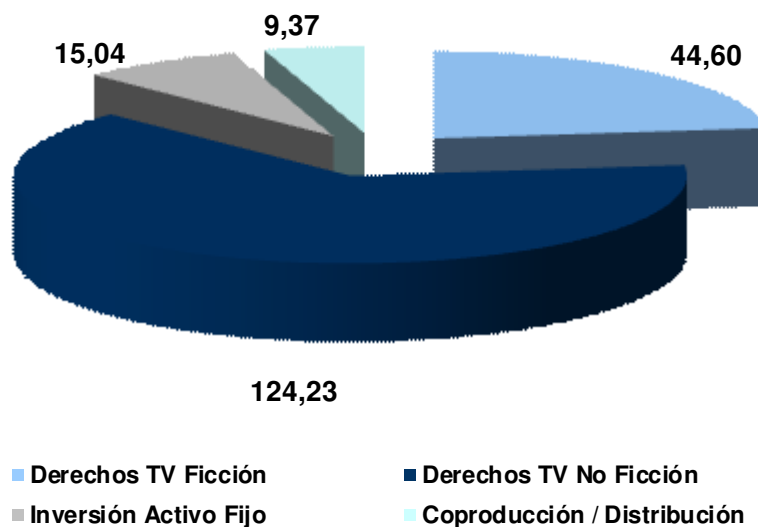
Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	2015	2014	Variación en € millones
Beneficio Neto antes de minoritarios	165,95	55,56	110,39
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	222,21	216,49	5,73
- Consumo Derechos	205,16	199,22	5,94
- Amortizaciones	17,06	17,27	(0,21)
Provisiones	0,05	1,78	(1,73)
Otros	32,29	82,75	(50,46)
<b>CASH FLOW OPERATIVO</b>	<b>420,51</b>	<b>356,58</b>	<b>63,93</b>
Inversión en Derechos	(178,19)	(195,14)	16,95
Inversiones, otras	(15,04)	(8,18)	(6,86)
Variación Fondo de Maniobra	(8,60)	(8,59)	(0,01)
<b>CASH FLOW LIBRE OPERATIVO</b>	<b>218,68</b>	<b>144,67</b>	<b>74,01</b>
Compra acc. Propias	(238,59)	(307,51)	68,93
Movimientos Patrimonio	1,10	9,94	(8,84)
Inversiones/Desinversiones financieras	(9,05)	323,23	(332,28)
Dividendos cobrados	2,10	1,90	0,19
Pago de Dividendos	(47,54)	0,00	(47,54)
Variación Neta de Tesorería	(73,30)	172,23	(245,53)
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL</b>	<b>265,71</b>	<b>93,48</b>	<b>172,23</b>
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL</b>	<b>192,41</b>	<b>265,71</b>	<b>(73,30)</b>

La **inversión total**, a 31 de diciembre 2015, alcanzó los **€193,23 millones** frente a los **€203,32 millones** del 2014.

En 2015, la inversión en **producción ajena** ha sido de **€124,23 millones**, mientras que en series de **ficción nacional** ha invertido **€44,60 millones** y en **Co-producción & Distribución** un total de **€9,37 millones**. Finalmente las inversiones en **activos fijos tangibles e intangibles** fueron **€15,04 millones**, principalmente debidas al proceso de digitalización **hacia la tecnología HD** que la compañía lleva a cabo actualmente.

## Inversión Neta 2015 193,23 millones €



### 3. BALANCE DE SITUACIÓN

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	2015	2014
<b>Inmovilizado</b>	<b>581,11</b>	<b>569,55</b>
- Inm. Financiero	317,82	303,61
- Otro Inmovilizado	263,29	265,94
<b>Derechos y Anticipos</b>	<b>201,24</b>	<b>228,64</b>
- Terceros	163,82	182,49
- Ficción	22,80	25,74
- Coproducción / Distribución	14,62	20,41
<b>Impuesto Anticipado</b>	<b>134,51</b>	<b>164,78</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>916,86</b>	<b>962,97</b>
Activo corriente	257,74	246,36
Activo financiero y tesorería	211,55	277,09
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>469,29</b>	<b>523,45</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.386,15</b>	<b>1.486,42</b>
<b>FONDOS PROPIOS</b>	<b>1.069,90</b>	<b>1.189,41</b>
Provisiones	10,39	9,68
Acreedores no corrientes	8,48	10,43
Pasivo financiero no corriente	7,54	11,15
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>26,41</b>	<b>31,26</b>
Acreedores corrientes	278,22	265,51
Pasivo financiero corrientes	11,61	0,24
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>289,84</b>	<b>265,75</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.386,15</b>	<b>1.486,42</b>

El balance de *Mediaset España* refleja una sólida posición financiera, con el **adecuado equilibrio** entre **activos y pasivos corrientes**. La sólida **posición de caja de la compañía** se traduce en un **ratio de liquidez del 161,91%** a final del **2015**.

La composición de la **librería** en el balance, muestra la combinación de los distintos tipos de producción que **optimiza las necesidades de programación** de la compañía, y que **ofrece gran flexibilidad** a la hora de realizar cambios en caso que la programación así lo requiera.

Los **Fondos Propios** del Grupo han disminuido en **€119,51 millones** principalmente debido a la adquisición **de autocartera** a lo largo del 2015.

## 4. EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA<sup>2</sup>

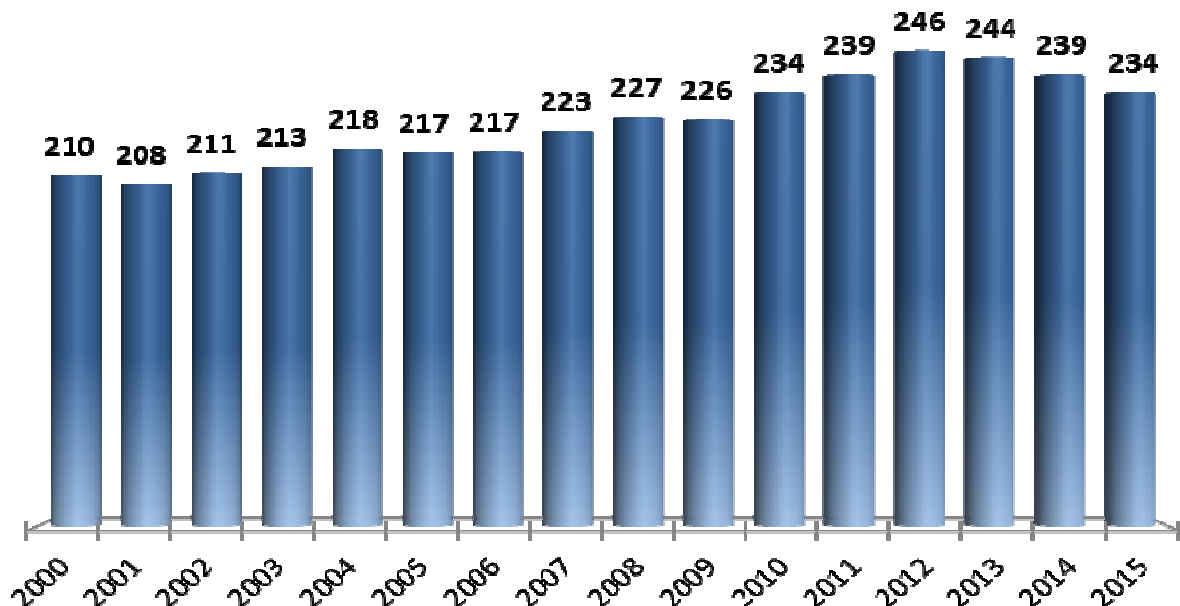
### 4.1. Consumo Televisión

Años	Minutos	Miles
2000	210	5.642
2001	208	5.664
2002	211	5.759
2003	213	5.830
2004	218	6.170
2005	217	6.210
2006	217	6.275
2007	223	6.506
2008	227	6.691
2009	226	6.848
2010	234	7.149
2011	239	7.319
2012	246	7.513
2013	244	7.401
2014	239	7.366
2015	234	7.249

El promedio de **consumo televisivo** del 2015 se mantiene en casi **cuatro horas persona/día**, y se sitúa en niveles del 2010. El motivo detrás de la reducción en el consumo de televisión se debe a la mejora de la economía y de los datos de empleo.

El **promedio diario de espectadores**, alcanza los **7,25 millones**, dato que se mantiene elevado en comparación con periodos anteriores.

El **consumo no lineal** de televisión, al cierre del ejercicio **2015**, se sitúa en **3 minutos persona/día**.



<sup>2</sup> Fuente: Kantar Media  
[www.mediaset.es/inversores/es](http://www.mediaset.es/inversores/es)

## 4.2. Grupo

Tabla 7: Audiencia media Mediaset España período enero-diciembre 2015

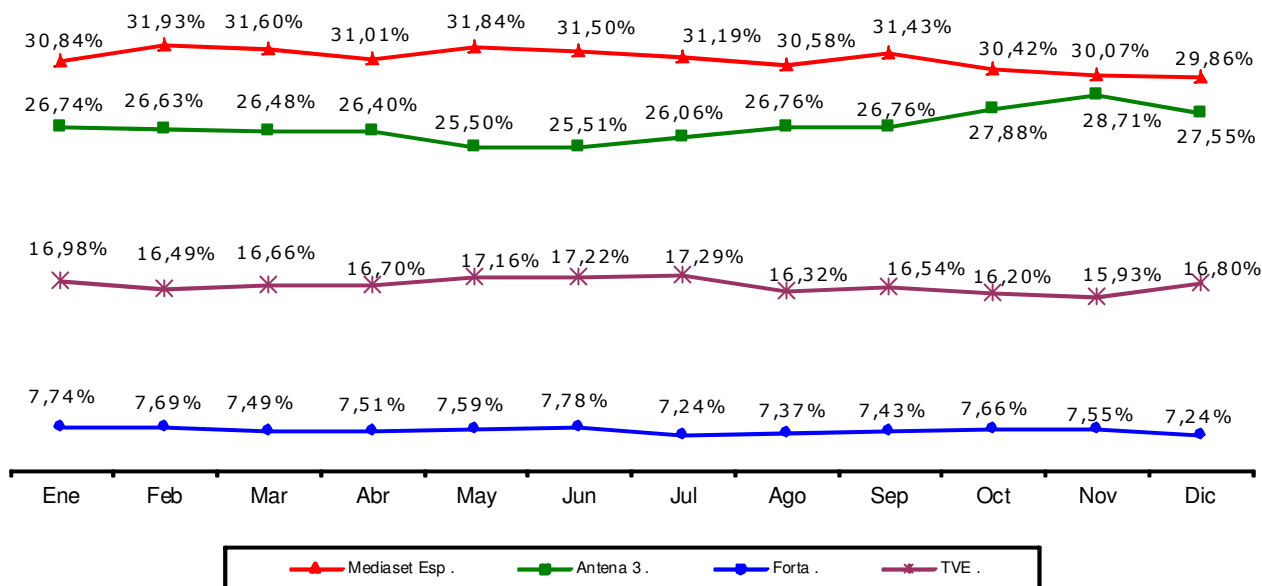
		2015	2014
Total Individuos	Total Día	31,0%	30,7%
	PRIME TIME	29,9%	29,6%
	DAY TIME	31,5%	31,2%
Target Comercial	Total Día	33,1%	32,9%
	PRIME TIME	31,2%	31,0%
	DAY TIME	33,9%	33,7%

**Mediaset España** consigue en 2015 un **31,0%** de cuota de audiencia en **total día total individuos total día**, su **mejor registro en su histórico** y **4.2 puntos por delante** de su inmediato competidor, a pesar de la falta de eventos deportivos Premium.

En relación al **target comercial**, **Mediaset España** alcanzó una cuota de **33,1%** en **2015 en total día** mejorando su registro del **2014 (32,9%)**. En la franja de **Prime Time**, **Mediaset España** es el **único grupo televisivo en abierto** que incrementa su **target comercial, 31,2%**, en comparación con **2014 (+0,2 puntos)**.

En 2015, **Mediaset España** consigue un buen registro en sus **canales TDT** que alcanzan una audiencia del **8,7%**.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en % por Grupos



## 4.3 Canales Principales

Tabla 8: Audiencia media Telecinco y Cuatro período enero-diciembre 2015

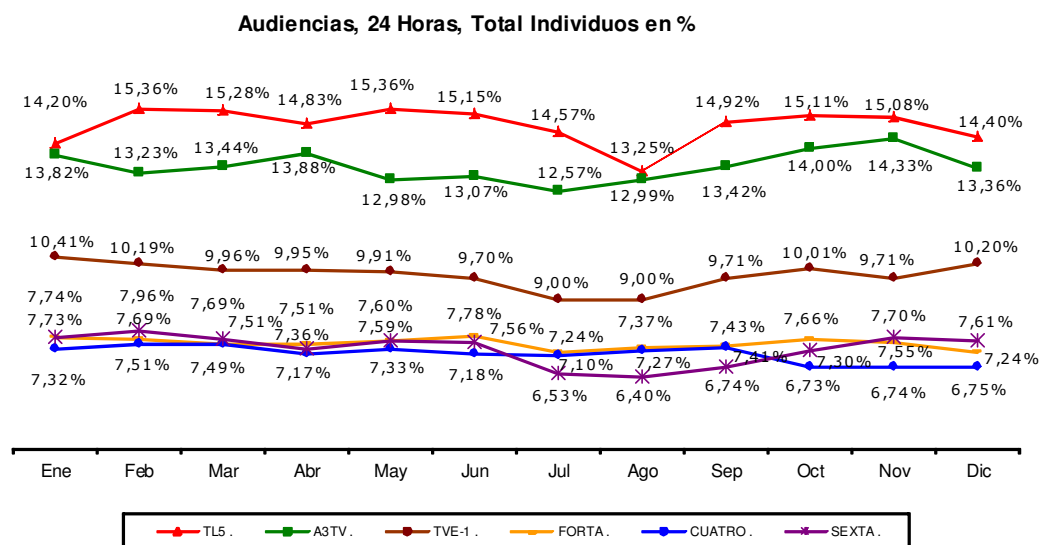
	TL5		CUATRO	
	2015	2014	2015	2014
<b>Total Individuos</b>				
Total Día	14,8%	14,5%	7,2%	6,7%
PRIME TIME	15,2%	15,2%	6,4%	6,1%
DAY TIME	14,6%	14,2%	7,5%	7,1%
<b>Target Comercial</b>				
Total Día	14,4%	14,0%	8,2%	8,1%
PRIME TIME	14,2%	14,3%	7,7%	7,4%
DAY TIME	14,5%	13,8%	8,5%	8,4%

El canal **Telecinco** alcanza, en **2015**, un promedio el **14,8%** de audiencia **en total día total individuos** y lidera en **248 de los 365 días del año**. En cuanto al **target comercial**, el canal **Telecinco** alcanza un **14,4%** en 2015, su mejor registro desde 2010.

El canal **Cuatro** alcanza una cuota de audiencia del **7,2%** en **total día total individuos** y el **8,2%** en **target comercial**, mejorando ambos registros **+0,5 puntos y +0,1 puntos**, respectivamente.

En “**prime time**”<sup>3</sup>, **Telecinco** registra una audiencia del **15,2 %**, en **total día total individuos**, su mejor registro desde **2009** y **1.7 puntos** por delante de su inmediato competidor (**13,5%**).

El canal **Telecinco** ha sido el más visto **los 12 meses del año**. “**El príncipe**”, se convierte en la **serie de ficción** con más éxito del **2015** con una media del **24% de audiencia** y **4,6 millones de espectadores**. La **película “Ocho Apellidos Vascos”**, emitida simultáneamente en **Telecinco** y **Cuatro**, consiguió **8,3 millones de espectadores** y un **47,5% de audiencia**, siendo la película más vista de los últimos **20 años**. El canal **Telecinco** también ha emitido la **final del Eurobasket 2015 entre España-Lituania**, registrando un **44,5% de audiencia** y **6,1 millones de espectadores**, el mejor dato de la historia de un partido de baloncesto. **Moto GP** también registra buenos datos en las **carreras en directo**, donde alcanza una media de **3,1 millones de espectadores** y un **30,4% de audiencia**, y en 2015, son **las más vistas en la historia**.



<sup>3</sup> Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

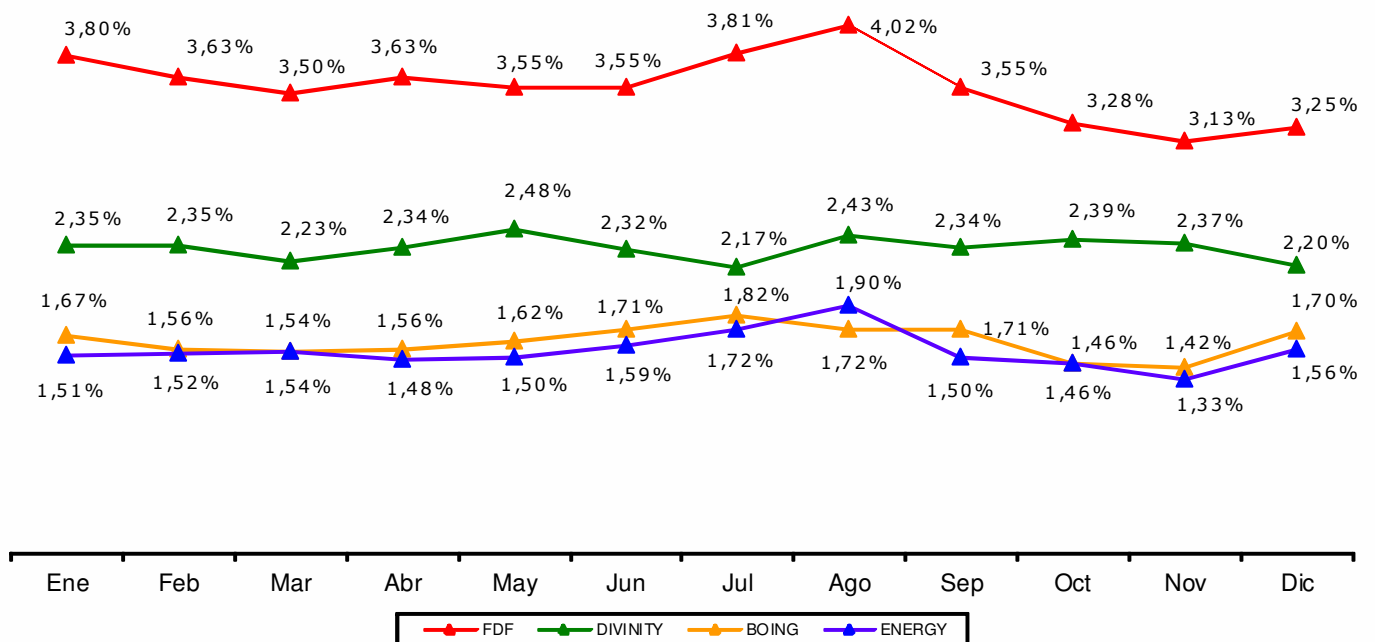
## 4.4. Canales Nueva Generación

Tabla 9: Audiencia media Canales Nueva Generación período enero-diciembre 2015

	2015		2014	
	Total Individuos	Target Comercial	Total Individuos	Target Comercial
<b>FDF</b>				
Total Día	3,5%	4,3%		
PRIME TIME	3,0%	3,5%		
<b>DIVINITY</b>				
Total Día	2,3%	3,0%		
PRIME TIME	2,4%	3,0%		
<b>BOING</b>				
Total Día	1,6%	1,2%		
PRIME TIME	1,3%	1,0%		
<b>ENERGY</b>				
Total Día	1,5%	1,9%		
PRIME TIME	1,6%	1,9%		

La audiencia de **FDF** en el **Total individuos** es de **3,5%**, mientras que en su target de **13-24 años** es del **9,3%** y para el grupo **25-34** es de **5,6%**. **Divinity** consigue un buen registro en su target mujeres **16-44 años** con un **3,7%** de la audiencia mientras que en el **Total individuos** su audiencia es del **2,3%**. **Energy** tiene una audiencia del **1,5%** en el **Total individuos**, mientras que en su target de hombres **25-44 años** consigue un registro del **2,2%**. **Boing**, el canal infantil registra una audiencia de **1,6%** en **Total individuos**, en su **target de 4-12 años** llega al **12,5%** de audiencia, **casi ocho veces su registro anterior**.

Audiencias, Prime Time, Total Individuos en %



## 4.5. Audiencia en Internet<sup>4</sup>

**Mediaset España** lidera la audiencia en internet en su sector, y ha conseguido, en **2015**, un promedio mensual de **11 millones de usuarios únicos** y **94.9 millones de descargas de videos**, por delante en ambas magnitudes, de su inmediato competidor (**9,6 millones de usuarios únicos** y **79,9 millones de descargas** de videos ambos promedios mensuales) (fuente **ComsCore**).

Durante el **2015**, además **Mediaset España** obtiene una **promedio mensual de 351 millones de páginas vistas** y **33,9 millones de navegadores únicos**, que supone un **incremento del 12,6% y 29%** respectivamente respecto del **2014** (fuente OJD).

	Navegadores Únicos	Páginas vistas	Videos servidos
diciembre 2015	28.084.120	294.798.786	98.717.657
noviembre 2015	31.272.817	372.427.311	118.667.803
octubre 2015	33.247.189	424.172.413	118.404.880
septiembre 2015	33.622.451	393.137.885	99.568.833
agosto 2015	28.345.179	268.626.159	61.811.239
julio 2015	31.660.644	284.966.042	79.232.316
junio 2015	33.678.878	310.258.077	95.826.390
mayo 2015	34.469.769	333.761.539	103.754.337
abril 2015	34.907.590	318.336.515	104.278.752
marzo 2015	42.972.712	413.462.784	97.670.297
febrero 2015	36.176.701	398.648.452	79.683.294
enero 2015	38.139.054	400.421.299	80.772.404

La página web **Telecinco.es**, lidera en internet con un promedio de **9,8 millones de usuarios únicos/mes**, mientras que **Cuatro.es**, alcanza los **3,9 millones/mes** (fuente ComScore).

Las apps de **Mediaset España** registran en **2015 11 millones de descargas**, lo que supone un incremento del **42,9%** en comparación con el **2014** (7,7 millones de descargas). Las apps más populares de **Mediaset España** son **MiTele**, que registró **4,5 millones de descargas**, seguida de **Gran Hermano** con **2,6 millones** y **La Voz** con **1,6 millones de descargas**. **Mediaset España** quiere **ofrecer sus contenidos a la más amplia audiencia posible**, por lo que, y por este motivo, ha llegado a **acuerdos con importantes proveedores** para posicionar sus contenidos en **distintas plataformas**.

**Mediaset España** cuenta con una fuerte presencia en las redes sociales y a cierre del **2015** cuenta con más de **190 cuentas activas**, entre los proveedores más importantes: **Facebook, Twitter, Tuenti, Instagram** etc... Todas estas plataformas registran más de **31 millones** de seguidores de contenidos de **Mediaset España**, que representan el **57% de los comentarios de televisión** en internet. El programa más comentado en distintas plataformas, ha sido **Gran Hermano**, con casi **17 millones de comentarios** entre las fechas del **13 y 27 septiembre**.

**Radioset**, site de contenidos radiofónicos de **Mediaset España**, cuyo lanzamiento fue el pasado mes de septiembre, **consigue un excelente segundo puesto** entre las diferentes **radio webs** del país, según los últimos datos disponibles de **ComsCore**.

<sup>4</sup> Fuente: OJD Nielsen y ComScore  
[www.mediaset.es/inversores/es](http://www.mediaset.es/inversores/es)



## 5. Media for Equity

---

**Mediaset España** está trabajando con un número de **start-ups** a través de **acuerdos de Media for Equity**, con el **objetivo de invertir en las compañías más rentables** bajo criterios financieros y de inversión. **Mediaset España** diseña **soluciones a medida** para las start-ups que ven los beneficios de la televisión, ofreciendo **espacio publicitario en intercambio por una participación en la compañía o a través de campañas publicitarias por objetivos**. Los **ingresos publicitarios** de los acuerdos de intercambio de participación en compañías, se contabilizan en el momento del devengo y cuando se produce el “**exit**” de la inversión, se contabiliza el beneficio o la pérdida en la misma.

**Mediaset España** tiene actualmente varios acuerdos de Media for Equity: **Wimdu, Westing, Deporvillage, isalud, Modalia y Byhours** y continua trabajando en la obtención de más acuerdos. La compañía ha llevado a cabo una salida de su inversión en **La Nevera Roja**, en febrero 2015.

**Mediaset España** opera su negocio de Media for Equity a través de la marca **Ad4Ventures**.