



TELECINCO

**RESULTADOS
PRIMER TRIMESTRE 2006
(Enero – Marzo)**

Madrid, 4 de Mayo de 2006

ÍNDICE:

1. Principales magnitudes y hechos destacados
2. Cuenta de Pérdidas y Ganancias
3. Generación de Cash-Flow
4. Balance de Situación
5. Evolución de la audiencia



1. Principales magnitudes y hechos destacados

En los resultados consolidados¹ acumulados a marzo, destacamos:

1. Los **ingresos publicitarios netos** aumentan un 8,1% comparados con el mismo periodo del año anterior, alcanzando 215,76 millones de euros. Ello se debe, fundamentalmente, al incremento en los ingresos publicitarios brutos de Telecinco (223,57 millones de euros) que han crecido un 8,2%. Los **ingresos totales netos de explotación**, de 227,81 millones de euros, aumentan un 6,8%.

En el primer trimestre del 2006 Telecinco ha vuelto a superar la cifra récord de facturación alcanzada en el mismo periodo del año anterior a pesar del incremento de la competencia debido a la entrada de nuevos operadores en el mercado de televisión en abierto. La política comercial de Publiespaña ha conseguido aprovechar la positiva evolución del mercado publicitario en España incluso en un entorno de mercado más difícil. Adicionalmente, la ausencia de la Semana Santa en el primer trimestre del año ha tenido un impacto positivo en los ingresos.

La **audiencia** media de los tres primeros meses del año en total individuos (total día), de 21,0% sitúa a Telecinco como segunda cadena en audiencia a tan sólo 0,1 puntos de diferencia con Antena 3TV (21,1%), mientras que TVE-1 mantiene el tercer puesto del ranking (19,2%). Telecinco ha mantenido su liderazgo en los segmentos de audiencia más atractivos para los anunciantes. La audiencia total individuos "prime time"² alcanza el 21,2% y en "target comercial"³ Telecinco consolida su histórico liderazgo con el 23,1% en total día y el 24,0% en prime time.

La **parrilla de programación** continua demostrando su fortaleza y estabilidad, con audiencias elevadas en todas sus franjas horarias. Destacamos las audiencias⁴ de "CSI" (26,7%), las series de ficción Hospital Central (28,9%), Los Serrano (26,8%) y El Comisario (25,5%), así como el "reality" Gran Hermano (29,0%), Camera Café (22,8%) y el "El Programa de Ana Rosa" (25,5%). El Gran Premio de Formula 1 ha conseguido en este primer trimestre superar las audiencias alcanzadas en el año anterior (74,8% GP Australia, 64,4% GP Malasia y 52,8% GP Bahrein).

2. Los **costes operativos**, de 126,17 millones de euros crecen en un +4,9%. Este crecimiento en costes corresponde al objetivo fijado para el año 2006, que prevé una evolución de los costes operativos del negocio televisivo en línea con la tasa de inflación de la economía española e incorpora los costes previstos para el desarrollo de los nuevos canales de TDT y la producción cinematográfica.

¹ Resultados presentados según Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), Datos no auditados

² Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 21:00h a 24:00h

³ Target Comercial: Grupo de audiencia compuesto por individuos entre 16 y 59 años que vive en poblaciones superiores a 10.000 habitantes y de todas las clases sociales excepto clase baja

⁴ Audiencia media de los programas para el periodo enero-marzo



3. El **EBITDA ajustado**⁵, de 103,61 millones de euros aumenta en un 9,0% y el margen operativo **EBIT** se sitúa en 101,64 millones de euros (+9,3%). Los márgenes operativos resultantes son para el EBITDA (aj.)/total ingresos netos de 45,5% y para EBIT/total ingresos netos de 44,6%.
4. El **resultado neto** después de impuestos alcanza los 73,31 millones de euros, aumentando en un 13,6 % respecto al primer trimestre de 2005.
5. El **flujo libre de caja**, alcanza 89,95 millones de euros, destacando la aportación del **cash-flow operativo** de 117,07 millones de euros (incremento de 13,12 millones de euros respecto al mismo periodo del año anterior).
6. La **posición financiera neta** a 31 de marzo 2006, se sitúa en 450,60 millones de euros antes de la distribución - el día 25 de abril - del dividendo de 290,31 millones de euros con cargo a los resultados de 2005.

2. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias⁶

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

Millones de €	1T06	1T05	Variación %
TOTAL INGRESOS NETOS	227,81	213,27	6,8%
Costes de personal	(17,93)	(17,40)	3,0 %
Consumo de derechos	(40,07)	(35,67)	12,3%
Otros costes operativos	(66,20)	(65,09)	1,7 %
EBITDA ajustado	103,61	95,10	9,0 %
Otras amortizaciones, provisiones	(1,98)	(2,07)	(4,7%)
EBIT	101,64	93,03	9,3 %
Resultado de participadas	0,15	0,22	(29,5%)
Resultado Financiero	2,55	1,29	97,8%
Beneficio antes de impuestos	104,34	94,53	10,4 %
Impuesto de Sociedades	(31,00)	(30,01)	3,3 %
Minoritarios	(0,03)	(0,00)	--
Beneficio Neto	73,31	64,52	13,6 %

⁵ EBITDA ajustado es después de consumo de derechos.

⁶ Datos no auditados



2.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

Millones de €	1T06	1T05	Variación %
Ingresos brutos de publicidad	225,36	208,46	8,1 %
- <i>Telecinco</i>	223,57	206,54	8,2 %
- <i>Otros</i>	1,79	1,91	(6,2 %)
Descuentos	(9,60)	(8,93)	7,6%
Ingresos netos de publicidad	215,76	199,53	8,1 %
Otros Ingresos	12,05	13,74	(12,3%)
TOTAL INGRESOS NETOS	227,81	213,27	6,8 %

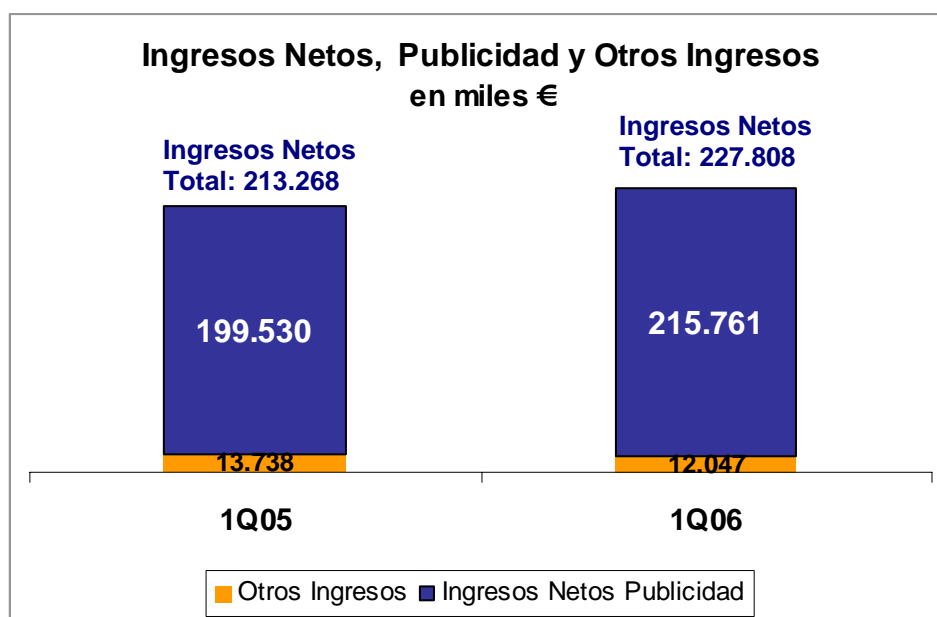
Los **ingresos brutos de publicidad** correspondientes al primer trimestre 2006 se han incrementado un 8,1%, alcanzando los 225,36 millones de euros.

Los **ingresos brutos de publicidad** del canal Telecinco aumentan en un 8,2% situándose en 223,57 millones de euros y los **otros ingresos publicitarios** alcanzan los 1,79 millones de euros.

Los **ingresos netos de publicidad**, después de comisiones y descuentos, aumentan en un 8,1% situándose en 215,76 millones de euros.

Los “**otros ingresos**” se sitúan en 12,05 millones de euros.

Finalmente los **ingresos netos totales** de 227,81 millones de euros representan un aumento del 6,8% respecto al primer trimestre del año anterior.



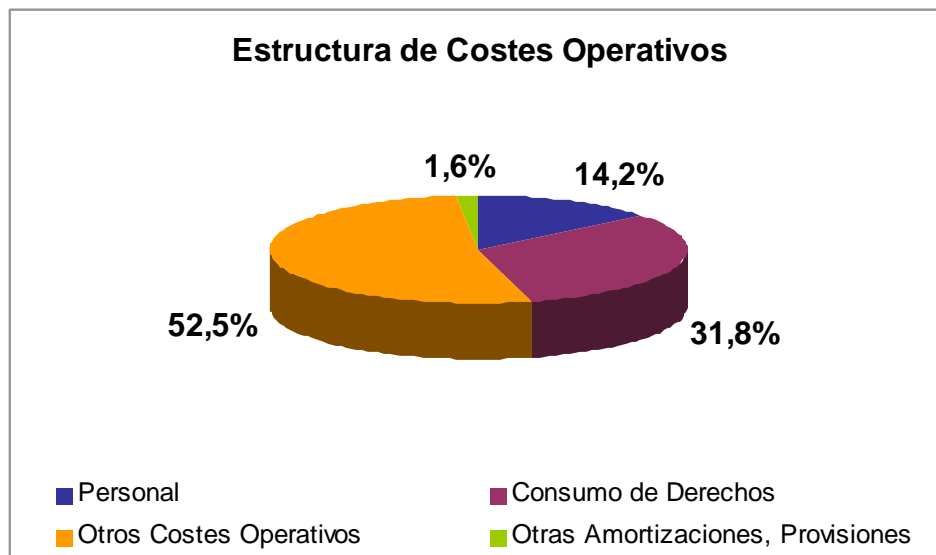


2.2. Costes operativos

Los **costes totales**, de 126,17 millones de euros, incluyendo consumo de derechos de emisión y amortización de inmovilizado, se han incrementado en un 4,9% en 1T06 (incluyendo costes asociados a los canales digitales de 2,7 millones de euros).

Tabla 3: Costes operativos

Millones de €	1T06	1T05	Variación %
Costes de personal	17,93	17,40	3,0%
Consumo de derechos	40,07	35,67	12,3%
Otros costes operativos	66,20	65,09	1,7 %
Otras amortizaciones y provisiones	1,98	2,07	(4,7%)
TOTAL COSTES	126,17	120,24	4,9 %



Como ha sido comentado anteriormente, la evolución de los costes operativos cumple con el objetivo de evolución de costes operativos totales fijado para el año 2006. Este objetivo prevé que los costes asociados al negocio de televisión tradicional evolucionen en línea con la inflación. Adicionalmente se ha fijado un objetivo de costes asociados a los nuevos canales de TDT (aprox. 15 millones de euros) y a la producción cinematográfica (incremento del consumo de derechos en 8-12 millones de euros asociada a la consecución de ingresos por explotación cinematográfica en cantidad similar).

En términos de horas de emisión, el peso en la parrilla de la producción propia frente a los derechos de producción ajena ha aumentado. En el primer trimestre del año 2006, el 83,5% de la programación corresponde a producción propia y el 16,5 % restante a producción ajena (vs. 82,3% y 17,7% respectivamente en el 1T05).



2.3 Resultado de Explotación y Márgenes operativos

El **EBITDA ajustado** (EBITDA después de consumo de derechos) alcanzó 103,61 millones de euros, aumentando 8,51 millones de euros, es decir un 9,0%.

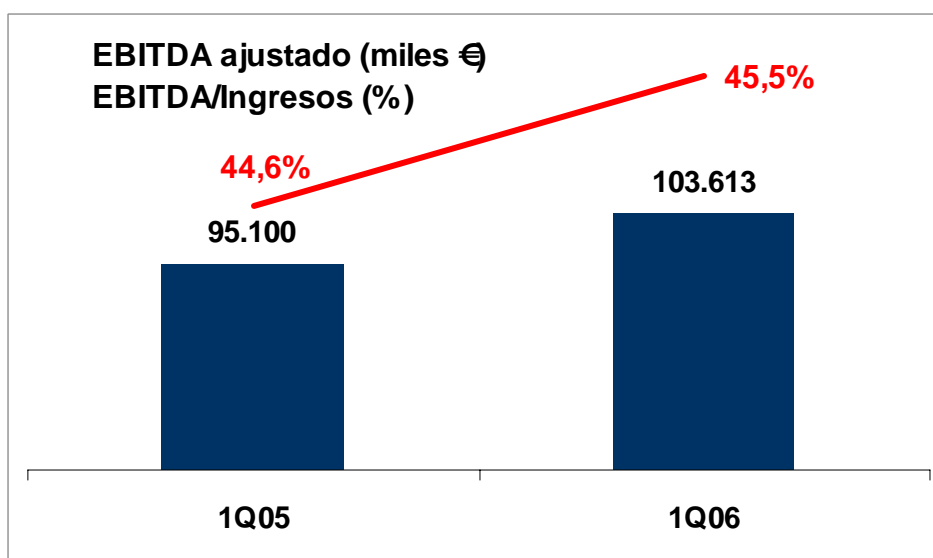
El **resultado neto de explotación, EBIT**, ha alcanzado los 101,64 millones de euros, lo que supone un crecimiento de 8,61 millones de euros en el primer trimestre (+ 9,3%).

Los márgenes operativos que resultan son los siguientes:

Tabla 4: Márgenes operativos

Millones de €	1T06	1T05	Variación %
Total ingresos netos	227,81	213,27	6,8 %
EBITDA ajustado	103,61	95,10	9,0 %
EBIT	101,64	93,03	9,3 %
Beneficio neto	73,31	64,52	13,6 %
EBITDA aj/ Total ingresos netos	45,5 %	44,6 %	-
EBIT/ Total ingresos netos	44,6 %	43,6 %	-
Beneficio Neto /Total ingresos netos	32,2 %	30,3 %	-

Los aumentos de los márgenes operativos demuestran una vez más la efectividad del modelo de negocio, que permite la mejora en los márgenes operativos gracias a un estricto control de los costes y a una política comercial efectiva en captación de inversión publicitaria. Ello ha permitido a la Compañía volver a incrementar la rentabilidad operativa y hacer frente a un entorno de mercado más difícil y competitivo.





2.4. Financieros, Resultado de Participadas y Extraordinarios

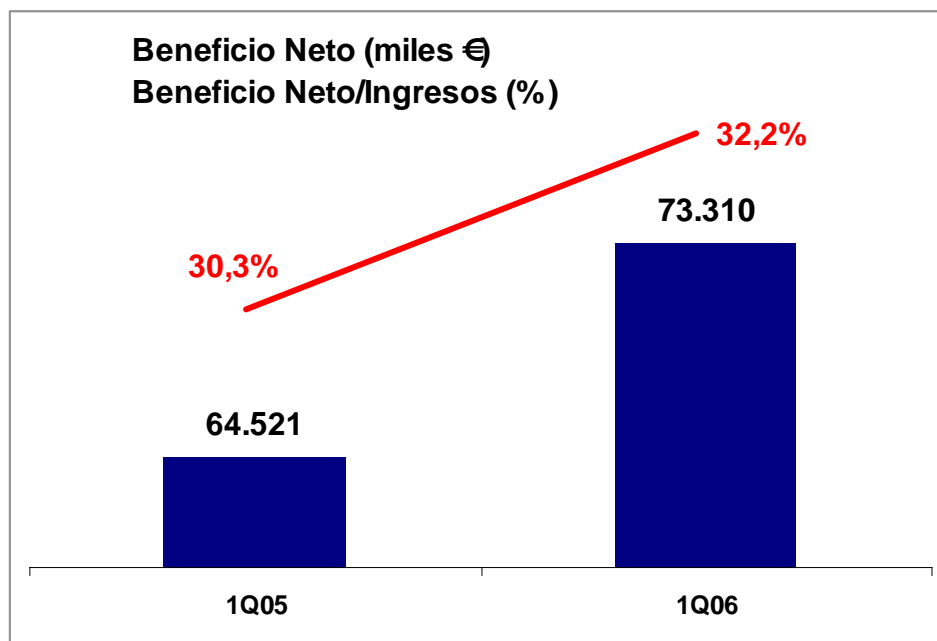
Dada la ausencia casi total de deuda financiera, se ha obtenido un **resultado financiero** positivo de 2,55 millones de euros resultante en su mayoría de los intereses obtenidos por la inversión del exceso de tesorería.

Se ha registrado un resultado positivo de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**⁷ de 0,15 millones de euros.

2.5. Resultado del ejercicio

El **beneficio antes de impuestos** correspondiente al primer trimestre 2006 alcanza los 104,34 millones de euros frente a los 94,53 millones de euros del mismo periodo de 2005, lo que representa una mejora de 9,81 millones de euros. (+10,4%).

Tras contabilizar el gasto por impuesto de sociedades (aplicando las correcciones y deducciones que proceden), de 31,00 millones de euros (frente a 30,01 millones de euros en 1T05), el **beneficio neto** del ejercicio después de minoritarios asciende a 73,31 millones de euros, lo que supone un incremento de 8,79 millones de euros frente al mismo periodo del año anterior (+13,6%).



⁷ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Premiere Megaplex S.A. (50% de participación), Canal Factoría Ficción S.A. (40%), Europortal Jumpy España S.A. (50%), Aproz Imagen S.L. (40% participación indirecta) y Publieci Televisión S.A. (50% part. Indirecta).



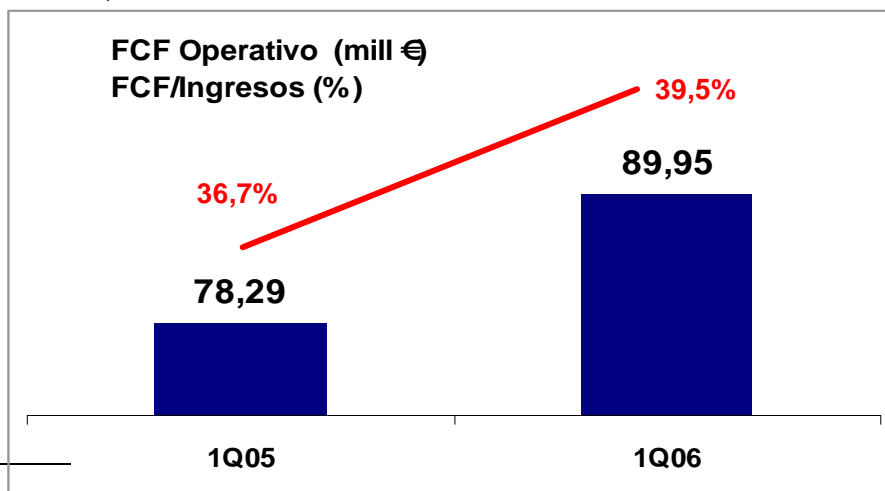
3. Generación de Cash Flow⁸

La generación de flujo de caja se ha visto impulsada una vez más por la positiva evolución de los márgenes operativos y la contribución del circulante. La generación de **flujo libre de caja operativo** asciende en el primer trimestre 2006 a 89,95 millones de euros, lo que supone un aumento de 11,66 millones de euros respecto al mismo periodo del año anterior.

Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	1T06	1T05	Variación en € millones
Beneficio Neto	73,31	64,52	8,79
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	41,95	37,61	4,34
- Consumo Derechos	40,07	35,67	4,40
- Amortizaciones	1,88	1,94	(0,06)
Provisiones	0,10	0,14	(0,04)
Otros	1,71	1,68	0,03
CASH FLOW OPERATIVO	117,07	103,95	13,12
Inversión en Derechos	(47,12)	(42,51)	(4,61)
Inversiones, otras	(0,90)	(0,58)	(0,32)
Variación Fondo de Maniobra	20,90	17,44	3,46
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	89,95	78,29	11,66
Movimientos Patrimonio	4,72	0,09	4,63
Inversiones financieras	(0,06)	(0,48)	0,42
Dividendos cobrados	0,17	0,00	0,17
Pago de Dividendos	0,00	0,00	--
Incremento Neto de Tesorería	94,78	77,90	16,88
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	355,82	244,35	111,47
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	450,60	322,25	128,35

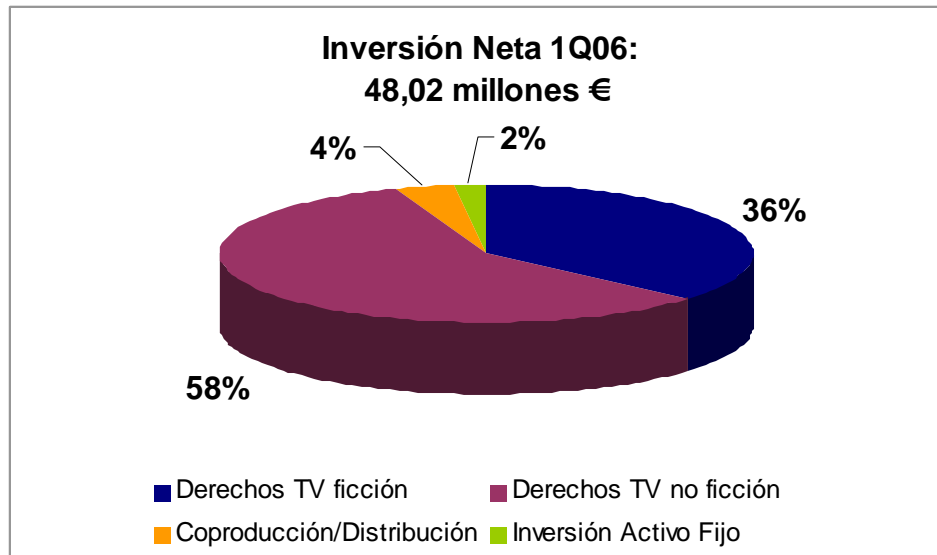
La generación de **flujo libre de caja operativo** ha permitido incrementar de forma significativa el ratio de conversión de ingresos (total ingresos netos) en flujo libre de caja, alcanzando un nivel del 39,5%.



⁸ Datos no auditados



La **inversión neta total** se ha visto incrementada en un 11,4% y está constituida en su mayoría por la inversión en derechos, que en el primer trimestre 2006 alcanzó los 47,12 millones de euros (+10,8%). Ésta incluye la inversión en derechos de ficción española de 17,49 millones de euros (+11,0%), la adquisición de derechos de terceros por 27,85 millones de euros (+63,3%) y la inversión en coproducción y distribución por 1,78 millones de euros.





4. Balance de Situación⁹

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	Marzo 2006	Diciembre 2005
Inmovilizado	63,59	65,21
Derechos y Anticipos	240,85	233,94
- Terceros	171,77	160,28
- Ficción	17,47	23,44
- Coproducción/Distribución	51,61	50,22
Impuesto Anticipado	17,81	19,36
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	322,25	318,51
Activo corriente	189,24	214,54
Activo financiero y tesorería	454,46	360,28
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	643,70	574,82
TOTAL ACTIVO	965,95	893,33
Fondos Propios	649,18	571,15
Provisiones	72,39	71,25
Acreedores no corrientes	3,84	1,45
Pasivo financiero no corriente	2,70	3,31
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	78,93	76,01
Acreedores corrientes	236,68	245,01
Pasivo financiero corrientes	1,16	1,16
TOTAL PASIVO CORRIENTE	237,84	246,17
TOTAL PASIVO	965,95	893,33

La evolución de la **librería** refleja principalmente el incremento en la adquisición de derechos de producción ajena ya que una gran parte de las compras previstas para el ejercicio 2006 se han producido en el primer trimestre del año.

Respecto al **activo corriente**, se produce un incremento que refleja, principalmente el aumento en la tesorería y activos financieros. El **pasivo corriente** disminuye por menor saldo de proveedores comerciales.

Destaca la **posición financiera neta** de 450,60 millones de euros que se ha alcanzado en el primer trimestre 2006 antes de la distribución de dividendo con cargo a los resultados del año 2005 de 290,31 millones de euros, que ha tenido lugar el día 25 de abril 2006.

⁹ Datos no auditados

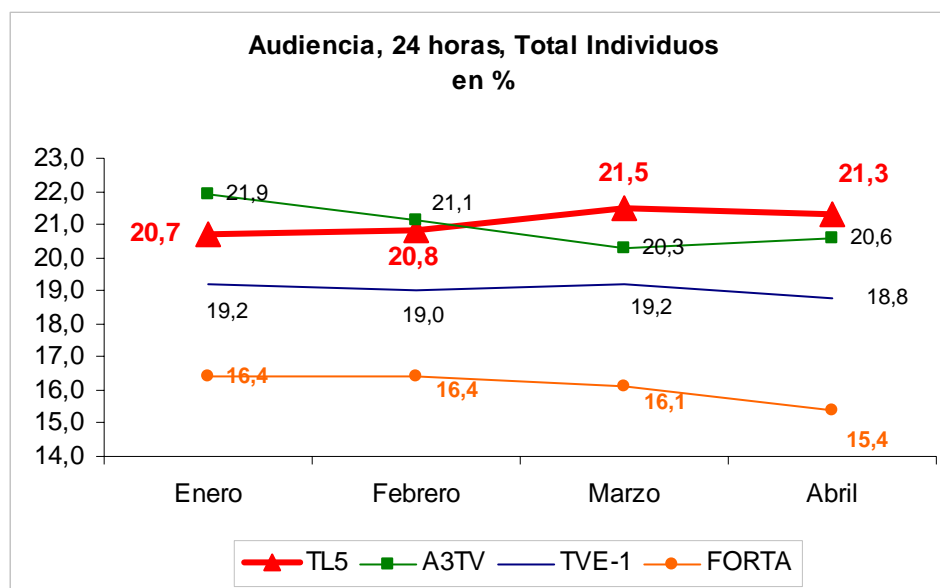


5. Evolución de la audiencia

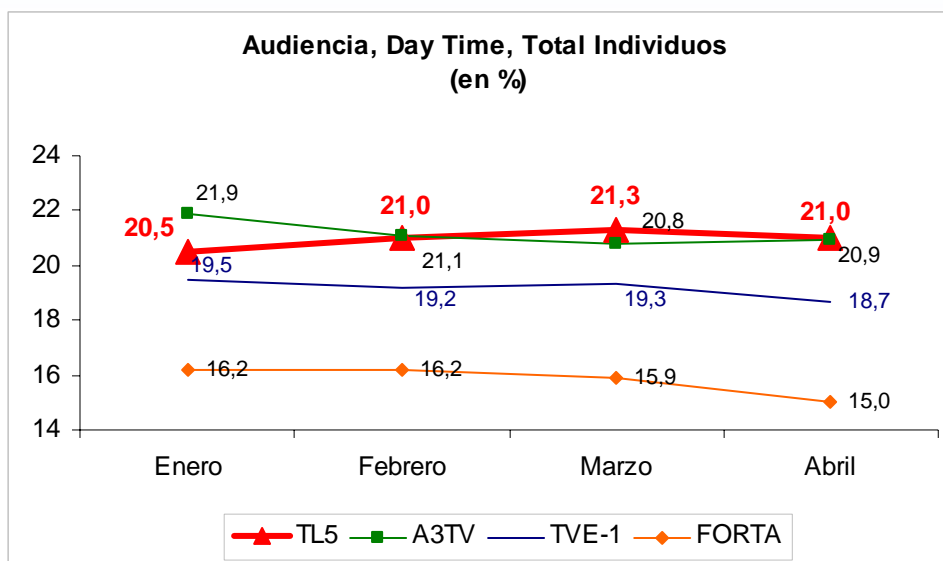
Tabla 7: Audiencia media periodo Enero-Marzo

Share	1T06	1T05
Total día	21,0 %	22,5 %
Day Time	20,9 %	22,0 %
Prime Time (21:00h-24:00h)	21,2 %	23,5 %
Total día, Target Comercial	23,1 %	24,8 %
Day Time, Target Comercial	22,7 %	24,3 %
Prime Time, Target Comercial	24,0 %	25,8 %

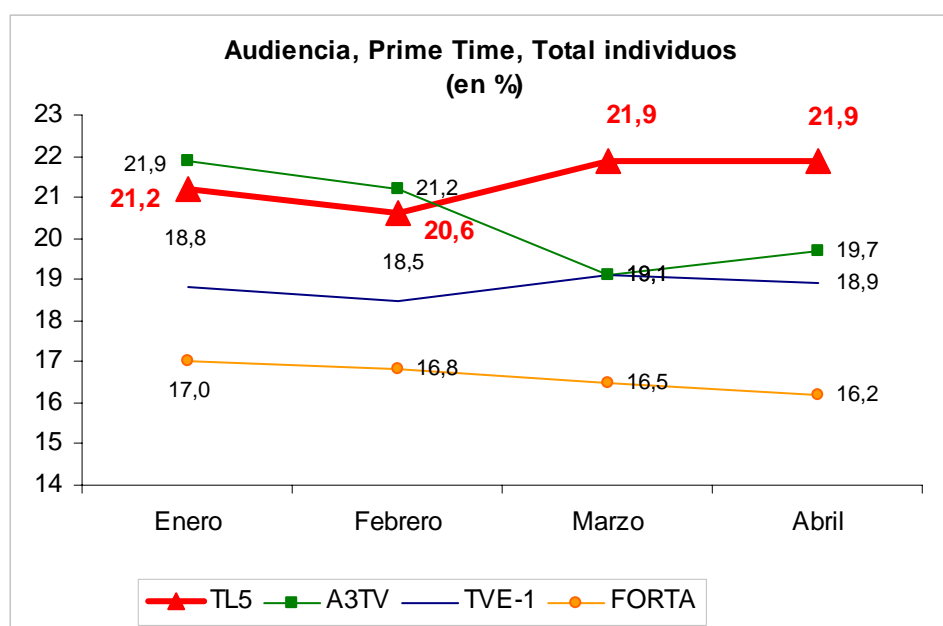
Telecinco ha cerrado el primer trimestre del año con una audiencia total individuos de 21,0% a muy escasa distancia de Antena 3TV, debido fundamentalmente a la fortaleza de las audiencias de Antena 3TV en las primeras semanas del 2006. Telecinco ha ido recuperando audiencia de forma progresiva a lo largo de los primeros meses del año, tendencia que se mantiene y que ha permitido cerrar el mes de abril como líderes con un 21,1% de audiencia en el periodo enero-abril.



Con respecto a la cuota de audiencia en "day time", total individuos, Telecinco ha ido recuperando progresivamente buenos niveles de audiencia y cierra el mes de abril con una audiencia acumulada para el periodo enero-abril de 21,0%.



Telecinco continúa liderando en prime time, total individuos a gran distancia de sus competidores.





En cuanto al share de audiencia en target comercial, tanto para 24 horas como para prime time, Telecinco mantiene su liderazgo.

