



**RESULTADOS  
AÑO 2010  
(Enero – Diciembre)**

**Madrid, 24 de febrero de 2011**

**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 2010, el Grupo Telecinco ha concluido con éxito la operación de adquisición del 100% del capital social de “Sociedad General de Televisión Cuatro, S.A.U.” (“SOGECUATRO”) y del 22% de “DTS Distribuidora de Televisión Digital, S.A.” (“DIGITAL+”), consolidando así su liderazgo competitivo.**

Telecinco ha adquirido de “Prisa Televisión, S.A.U. (“PRISA TV”) el 22% de Digital+ por un precio en efectivo de 487.988.380 euros, mediante la emisión de 86.817.700 nuevas acciones ordinarias con derecho de suscripción preferente para los accionistas.

Asimismo, Prisa TV ha aportado en favor de Telecinco el 100% del capital social de Sogecuatro en concepto de suscripción y desembolso del aumento de capital con contraprestación no dineraria, acordado el 24 de diciembre de 2010 por la Junta General Extraordinaria de Telecinco. El indicado aumento de capital de Telecinco fue suscrito y desembolsado por Prisa mediante aportaciones no dinerarias consistentes en las acciones representativas del total capital social de Sogecuatro por un importe total efectivo de 572.534.586 euros, habiendo quedado emitidas 73.401.870 nuevas acciones ordinarias.

Así, Telecinco amplía capital hasta un total de 406.861.426 acciones de 0,50 euros de valor nominal cada una de ellas.

- **El Grupo Telecinco ha obtenido unos sólidos resultados en 2010 en un contexto incierto por la debilidad de la economía española. No obstante, el comienzo de recuperación del mercado publicitario en televisión ha favorecido la tendencia positiva de las TV en 2010.**  
**De los resultados consolidados a 31 de diciembre de 2010, destacamos:**

1. La eliminación de la publicidad en TVE ha permitido el crecimiento de ingresos de las televisiones comerciales, que han absorbido la totalidad de la inversión que estaba destinada a TVE. Asimismo, se ha iniciado un ajuste de precios del mercado publicitario en televisión, para intentar recuperar los niveles tras la salida de TVE del mercado publicitario.

En el ejercicio 2010 el sector de la televisión ha incrementado su cuota de inversión publicitaria. El Grupo Telecinco ha demostrado su capacidad para hacer frente a un entorno de creciente competencia en el sector de televisión en abierto, manteniéndose líder en volumen de facturación.

Los **ingresos totales netos de explotación** en 2010 alcanzan los 855,06 millones de Euros frente a los 656,26 millones de euros de 2009, un incremento del +30,3%. Los “Ingresos Publicitarios Brutos del Multiplex Telecinco” en el periodo suman 791,81 millones de Euros comparado con los 605,26 millones de Euros de 2009. Los “Ingresos Publicitarios de Otros Medios” alcanzan 43,08 millones de Euros, frente a los 14,04 millones de Euros en 2009. Esto hace un “Total de ingresos brutos de Publicidad” de 834,89 millones de Euros, un 34,8% superior al registro de 2009. Los “otros ingresos” ascienden a 60,50 millones de Euros, un -9,0% respecto a los 66,47 millones obtenidos en 2009, principalmente debido a una menor contribución de los ingresos procedentes del cine en la segunda mitad de 2010.

2. Los **costes operativos totales** del Grupo Telecinco de 635,62 millones de Euros, han crecido un 19,1%. Este incremento se debe fundamentalmente a los costes variables de venta de la publicidad y del cine, al impacto del impuesto del 3% sobre ingresos para financiar TVE (que este año opera en todo el ejercicio mientras que el año pasado afectó solamente al último cuatrimestre) y al efecto que en términos de comparativa interanual tiene la reversión de una provisión específica que tuvo lugar en 2009.

En términos de porcentaje, Telecinco ha incrementado sus márgenes operativos sobre ingresos netos, gracias a la recuperación de los precios de la publicidad a consecuencia de la eliminación de la publicidad en RTVE a partir del 1 de enero que ha afectado muy positivamente a los ingresos publicitarios. En efecto, el margen de **EBITDA Ajustado**<sup>1</sup> alcanza el 26,7% (19,9% en 2009) y el margen de **EBIT** 25,7% (18,7% en 2009). Estos márgenes sitúan a Telecinco entre las compañías de televisión más rentables en Europa.

La solidez de los márgenes operativos, el ajuste de precios del mercado publicitario, los buenos datos de audiencias y la tradicional gestión rigurosa de los costes son elementos de gran importancia para ayudar al desarrollo del negocio en un entorno económico donde la crisis de deuda soberana que atraviesa Europa, provoca incertidumbre sobre la evolución de los mercados.

En este sentido, Telecinco cuenta con una posición de privilegio debido a la singular robustez de su modelo de negocio y a su liderazgo de audiencias entre las cadenas comerciales, así como a su eficaz gestión de la comercialización de la publicidad.

3. El **resultado neto** a 31 de diciembre de 2010 asciende a 70,55 millones de Euros, frente a los 48,44 millones en 2009. A los efectos de una comparativa homogénea con el año anterior, si se aislara el impacto, neto de impuestos, del resultado del test de deterioro y de las amortizaciones de intangibles que se recoge dentro del resultado de sociedades participadas, el resultado neto ajustado mejoraría en 93,82 millones de Euros, alcanzando los 164,36 millones de Euros de resultado neto ajustado, con un margen sobre ingresos netos del 19,2%.

4. El **flujo libre de caja** alcanza 201,11 millones de Euros, con un ratio de conversión de los Ingresos netos en Flujos libres de Caja del 23,5%, un parámetro de singular importancia para calibrar la capacidad del Grupo para atender a sus necesidades financieras tanto corrientes como de inversión.

5. La **posición financiera neta** a 31 de diciembre de 2010 se sitúa en -28,05 millones de Euros, de los cuales 72,5 millones de Euros corresponde principalmente a un préstamo de Mediaset al Grupo para la adquisición del capital de la sociedad matriz del Grupo Endemol en 2007. Sin considerar este último, la posición financiera neta sería positiva de 44,45 millones de euros. Asimismo, se ha descontado el pago efectuado el 10 de marzo de 2010, de 48,44 millones de Euros en dividendos en proporción de €0,20 bruto por acción en circulación. Este dividendo representa la distribución del 100% de pay-out sobre el beneficio neto del año 2009.

---

<sup>1</sup> (EBITDA después de consumo de derechos)

6. La **audiencia** media del Grupo Telecinco en 2010, en total individuos (total día), se sitúa en el 17,7%, adelantando en 1,9 puntos el Grupo de canales de Antena3, que consigue un 15,8%. En cuanto a la audiencia en el periodo del canal Telecinco, en total individuos (total día), ha sido 14,6%, dato que sitúa a la cadena en primera posición de las cadenas comerciales, adelantando en 2,9 puntos a Antena3 (11,7%).

En cuanto a la audiencia media en target comercial<sup>2</sup> (total día), el Grupo Telecinco alcanza un 18,3%, 1,6 puntos por encima del Grupo Antena3 (16,7%). Teniendo en cuenta sólo la cadena Telecinco, la audiencia es de 14,9%, 3 puntos por encima de la audiencia de Antena3 (11,9%).

Respecto a los nuevos canales del grupo, LA SIETE, FACTORIA DE FICCION y BOING, la evolución de las audiencias siguen marcando récords, situándose la suma de los tres canales en el 3,1% en 2010, en total día, total individuos y en 3,4% en target comercial.

Telecinco ha sido la televisión más vista en España durante junio y julio gracias a la retransmisión de los partidos de la selección en el Mundial de Fútbol de Sudáfrica.

El Grupo Telecinco consolida en 2010 su liderazgo entre las cadenas comerciales aumentando la distancia con sus principales competidores.

---

<sup>2</sup> 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.

## 2. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias

**Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada**

<i>Millones de €</i>	2010	2009	Variación %
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>855,06</b>	<b>656,26</b>	<b>30,3%</b>
Consumo de derechos	(144,52)	(161,45)	(10,5%)
Costes de personal	(89,88)	(79,54)	13,0%
Otros costes operativos	(392,58)	(284,89)	37,8%
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>228,07</b>	<b>130,38</b>	<b>74,9%</b>
Otras amortizaciones, provisiones	(8,63)	(7,60)	13,6%
<b>EBIT</b>	<b>219,44</b>	<b>122,78</b>	<b>78,7%</b>
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	(186,00)	(123,13)	51,1%
Resultado Financiero	3,06	3,20	(4,5%)
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>36,50</b>	<b>2,85</b>	<b>-</b>
Impuesto de Sociedades	0,02	24,14	-
Minoritarios	34,02	21,45	58,6%
<b>Beneficio Neto</b>	<b>70,55</b>	<b>48,44</b>	<b>45,6%</b>
<b>Beneficio Neto Ajustado</b>	<b>164,36</b>	<b>112,64</b>	<b>45,9%</b>

Como se ha explicado anteriormente, en condiciones homogéneas a las del resultado neto de 2009, el Beneficio Neto Ajustado asciende a 164,36 millones de Euros (+45,9% respecto al resultado de 2009), lo que supone un margen de 19,2% sobre ingresos.

La diferencia de 93,82 millones de Euros entre el Resultado Neto y Resultado Neto Ajustado se debe fundamentalmente al impacto de las amortizaciones de intangibles (al neto de los impuestos) y del test de deterioro realizado sobre la participación en Edam en aplicación de las normas internacionales de contabilidad y que se ha recogido como write-off de la participación. Se trata, por lo tanto, de un resultado de naturaleza contable que no afecta ni al valor ni al "Cash Flow" del Grupo Endemol, que se mantiene sólido en lo que respecta a sus resultados operativos.

## 2.1. Ingresos

**Tabla 2: Ingresos**

	2010	2009	Variación %
<b>Ingresos brutos de publicidad</b>	<b>834,89</b>	<b>619,30</b>	<b>34,8%</b>
- <i>Multiplex Telecinco</i>	791,81	605,26	30,8%
- <i>Otros</i>	43,08	14,04	-
<b>Descuentos</b>	(40,33)	(29,51)	36,7%
<b>Ingresos netos de publicidad</b>	<b>794,56</b>	<b>589,79</b>	<b>34,7%</b>
<b>Otros ingresos</b>	60,50	66,47	(9,0%)
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>855,06</b>	<b>656,26</b>	<b>30,3%</b>

Los **ingresos brutos de publicidad** correspondientes a 2010 han alcanzado 834,89 millones de Euros, un 34,8% superior a los 619,30 millones de Euros registrados en 2009.

Los **ingresos brutos de publicidad del Multiplex Telecinco**, que incluyen los ingresos publicitarios tanto del canal TELECINCO como de LA SIETE, FACTORIA DE FICCION y BOING, alcanzan el total de 791,81 millones de Euros, respecto a los 605,26 millones de 2009, con un incremento del 30,8%.

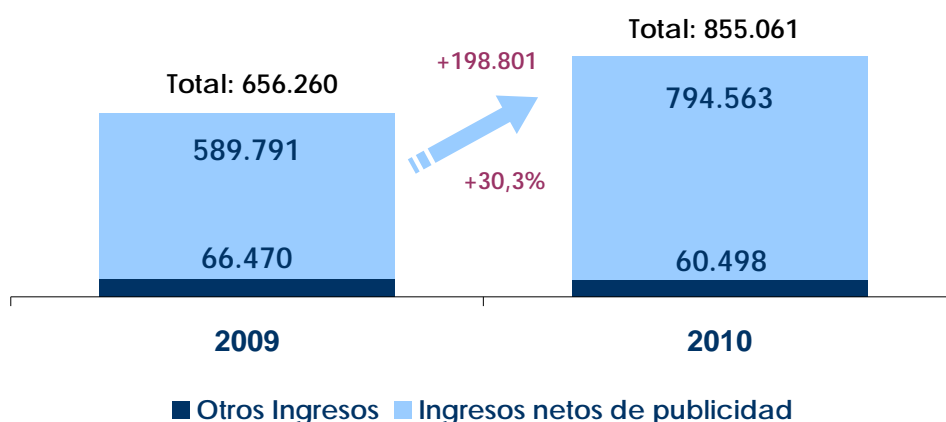
Los **Ingresos publicitarios de otros medios** alcanzan los 43,08 millones de Euros. Estos últimos incluyen ingresos publicitarios de otros soportes como canales temáticos, Internet y teletexto. La diferencia con 2009 se explica fundamentalmente por la incorporación de nuevos canales a lo largo del año.

Los **ingresos netos de publicidad** después de descuentos alcanzan los 794,56 millones de Euros, un 34,7% superior a los 589,79 millones de Euros en 2009.

“**Otros ingresos**” incluyen una amplia variedad de los mismos, principalmente la venta de derechos de co-producción cinematográfica así como los ingresos por merchandising, SMS, Call TV y de servicios de audiotex. Dichos ingresos se sitúan en 60,50 millones de Euros, siendo un 9,0% inferior a la cifra registrada en 2009, principalmente por los menores ingresos obtenidos en último trimestre de los derechos de las películas (en 2009 se obtuvieron importantes ingresos de los estrenos de “Agora”, “Celda 211” y “Spanish Movie”), y la caída de ingresos procedentes de SMS y Call TV, como consecuencia del cambio en la regulación y de la situación de la economía española, que ha reducido el consumo en este tipo de productos.

Finalmente, los **ingresos netos totales** suman 855,06 millones de Euros, un 30,3% superiores a los 656,26 millones de Euros del año anterior.

**Total Ingresos Netos, Publicitarios y Otros Ingresos, en miles de €**



## 2.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales**, a 31 de diciembre de 2010, ascienden a 635,62 millones de Euros, lo que representa un incremento del 19,1% respecto a 2009; este incremento de costes se debe principalmente al incremento de costes variables vinculados a la venta de publicidad y vinculados con una mayor generación de ingresos, al incremento de costes de ventas del cine, al impuesto del 3% sobre ingresos para financiar TVE, a la mayor inversión destinada a los nuevos canales, LA SIETE, FACTORIA DE FICCION y BOING y a una comparativa no enteramente homogénea con respecto al año anterior debido a las reversiones de unas provisiones específicas de 2009.

Si aislamos el impacto excepcional de las reversiones de provisiones tanto en este ejercicio (10,7 millones de euros) como en el anterior (42,5 millones de euros), los costes se habrían incrementado un 10,1%.

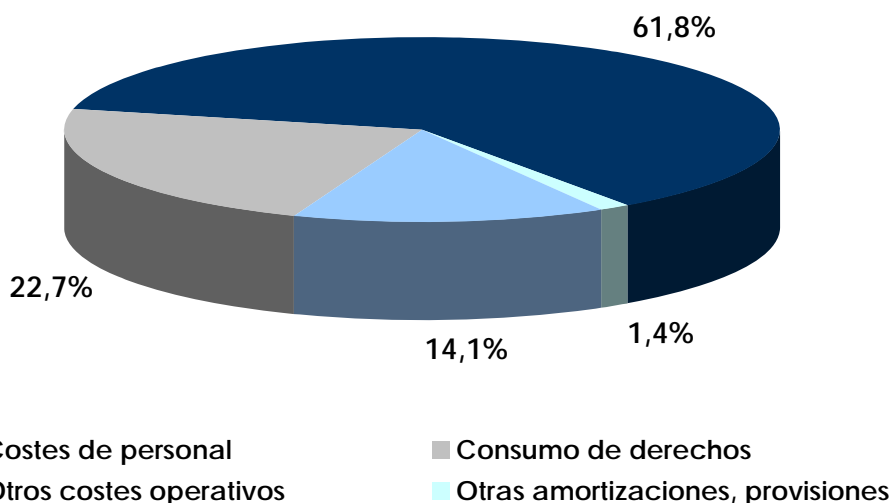
**Tabla 3: Costes operativos**

<i>Millones de €</i>	2010	2009	Variación %
<b>Costes de personal</b>	89,88	79,54	13,0%
<b>Consumo de derechos</b>	144,52	161,45	(10,5%)
<b>Otros costes operativos</b>	392,58	284,89	37,8%
<b>Otras amortizaciones, provisiones</b>	8,63	7,60	13,6%
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>635,62</b>	<b>533,48</b>	<b>19,1%</b>

La producción propia continúa dominando la parrilla, en términos de horas de emisión, frente a los derechos de terceros. En 2010, el 88,0% de la programación del canal Telecinco corresponde a producción propia y el 12,0% a programación de derechos de terceros (frente al 85,4% y al 14,6% de 2009, respectivamente).

En cuanto a los canales secundarios la parrilla de LA SIETE está también dominada por los contenidos de producción propia (86,0%) respecto a los derechos de terceros (14,0%); el canal FACTORIA DE FICCIÓN tiene una parrilla más igualada, con un 37,5% de producción propia frente a un 62,5% de derechos de terceros; el recién lanzado canal infantil BOING, en sus primeros meses de emisión, muestra una preponderancia de los contenidos de terceros.

### Estructura de Costes Operativos



### 2.3 Resultado de Explotación y Márgenes

El Resultado bruto de explotación, **EBITDA ajustado**, alcanzó 228,07 millones de Euros, con un incremento del 74,9% respecto a 2009. Representa un margen sobre ingresos netos del 26,7%.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, ha alcanzado los 219,44 millones de Euros, lo que supone un incremento del 78,7% comparado con el año anterior. Representa un margen sobre ingresos netos del 25,7%, lo que demuestra la capacidad de la compañía de capitalizar el apalancamiento operativo que es consustancial al sector cuando se producen crecimientos en la línea de ingresos.



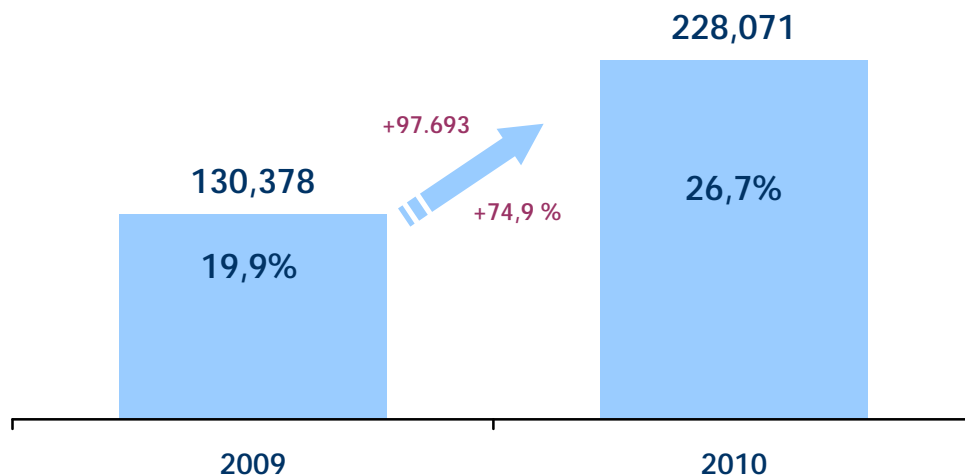
El nuevo contexto del mercado publicitario, tras la eliminación de la publicidad en TVE y la fortaleza del Grupo tanto en términos de audiencia como en capacidad publicitaria, así como una gestión rigurosa de los costes, ha permitido incrementar los niveles de los márgenes más significativos de la compañía a través de una recuperación de los precios de venta de la publicidad que ha impactado de manera muy positiva en la generación de ingresos.

**Tabla 4: Márgenes**

	2010	2009	Variación %
<b>Millones de €</b>			
<b>Total ingresos netos</b>	855,06	656,26	30,3%
<b>EBITDA ajustado</b>	228,07	130,38	74,9%
<b>EBIT</b>	219,44	122,78	78,7%
<b>Beneficio Neto</b>	<b>70,55</b>	<b>48,44</b>	<b>45,6%</b>
<b>Beneficio Neto Ajustado</b>	<b>164,36</b>	<b>112,64</b>	<b>45,9%</b>
<b>EBITDA aj./ Total ingresos netos</b>	<b>26,7%</b>	<b>19,9%</b>	
<b>EBIT/ Total ingresos netos</b>	<b>25,7%</b>	<b>18,7%</b>	
<b>Beneficio Neto / Total ingresos netos</b>	<b>8,3%</b>	<b>7,4%</b>	
<b>Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos</b>	<b>19,2%</b>	<b>17,2%</b>	

Los márgenes operativos (**EBITDA aj. y EBIT**) en términos porcentuales se sitúan en el 26,7% y 25,7% respectivamente (aproximadamente 7 puntos porcentuales por encima de los márgenes de 2009), lo que demuestra la efectividad del modelo de negocio en cuanto a la capacidad de generación de márgenes, así como de la capacidad de gestión de la compañía para evolucionar teniendo en cuenta tanto el nuevo marco publicitario como el entorno multicanal que se dibuja a partir del apagón analógico que tuvo lugar la pasada primavera, lo que nos permite seguir mejorando los márgenes operativos.

**EBITDA ajustado (miles €)**  
**EBITDA/Total Ingresos Netos (%)**



## 2.4. Financieros, Resultado de Participadas

El **resultado financiero** obtenido es de 3,06 millones de Euros, debido principalmente a los ingresos procedentes de activos financieros a largo plazo reconocidos bajo el principio de “amortized cost” y a un menor uso de líneas de crédito gracias a los sólidos flujos de caja que se han generado en el periodo.

Por otro lado, se ha registrado un resultado negativo de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia<sup>3</sup> y por depreciación de activos financieros** de 186,00 millones de Euros. Este importe se explica por el write-off de 178,70 millones de Euros de la participación en Endemol como resultado del preceptivo test de deterioro (“impairment test”) llevado a cabo por el Grupo en aplicación de las normas contables en vigor.

## 2.5. Resultado del ejercicio

El **beneficio antes de impuestos y de minoritarios**, se ha incrementado considerablemente en 2010, alcanzando los 36,50 millones de Euros frente a los 2,85 millones de Euros en 2009.

El **beneficio neto** del ejercicio, después de minoritarios, asciende a 70,55 millones de Euros.

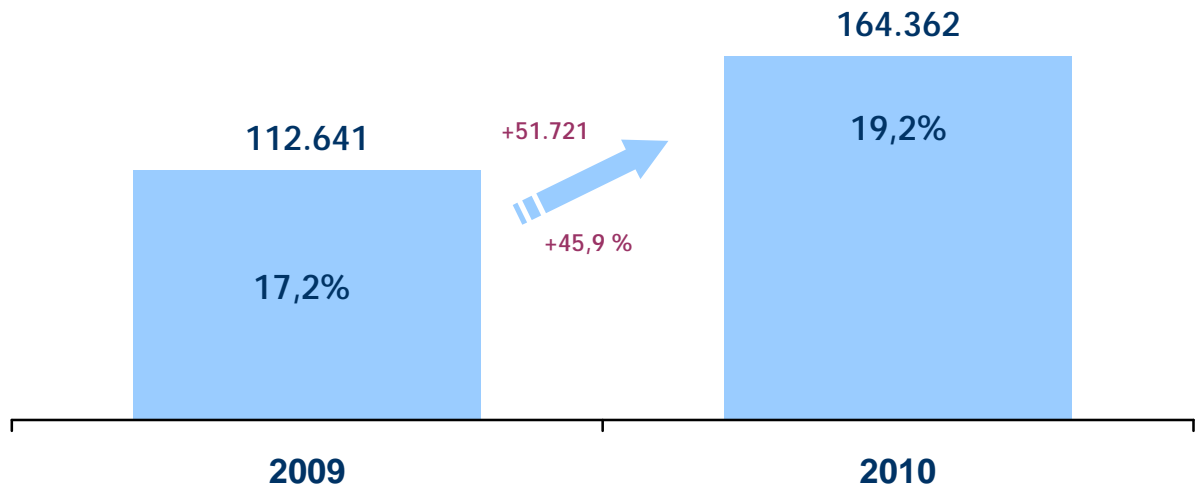
En condiciones homogéneas a las de 2009, el **resultado neto ajustado**, excluyendo el impacto sobre el resultado de las sociedades participadas (singularmente Endemol) y de la amortización de activos intangibles derivados de la asignación del precio de adquisición y de las pruebas de deterioro, que no forman parte de los resultados operativos de las anteriormente mencionadas y que ascienden a 93,82 millones de Euros, éste se habría cifrado en 164,36 millones de Euros.

Dicho resultado neto ajustado supone un margen del 19,2% sobre los ingresos netos totales, lo que demuestra la capacidad de Telecinco para continuar desarrollando el negocio y crecer en un entorno económico delicado.

---

<sup>3</sup> Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Premiere Megaplex S.A. (50% de participación), Pegaso Television Inc. (43,7%), DTS Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (22%), Big Bang Media S.L. (30% participación indirecta), Producciones Mandarina S.L. (30% participación indirecta), La Fábrica de la Tele S.L. (30% participación indirecta), Aprók Imagen S.L. (3% participación indirecta), Edam Acquisition Holding Coöp (33% participación indirecta).

Beneficio Neto Ajustado (miles €)  
Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos Netos (%)



### 3. Generación de Cash Flow

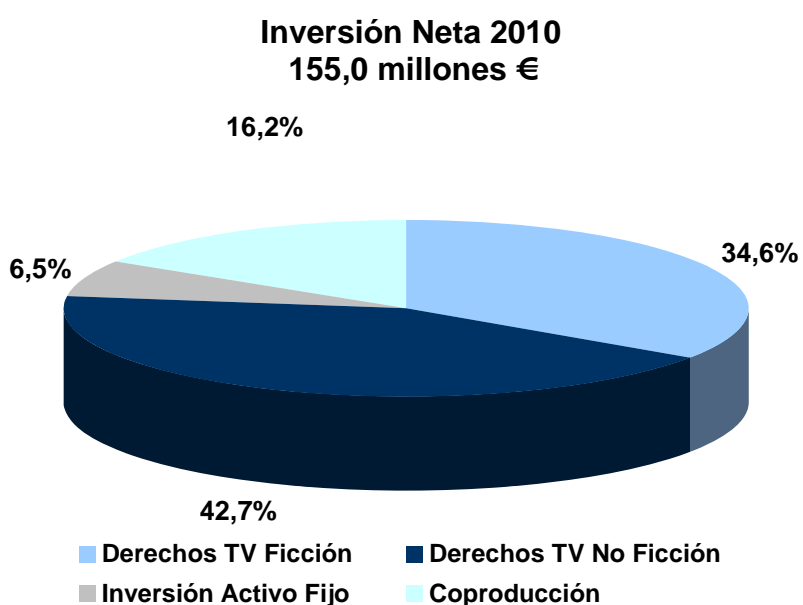
El **flujo libre de caja operativo** en 2010, asciende a 201,11 millones de Euros, respecto a los 94,41 millones de Euros del año anterior. El incremento de 106,70 millones se explica fundamentalmente por los cobros procedentes de mayores ingresos de la venta de publicidad.

Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	2010	2009	Variación en € millones
<b>Beneficio Neto antes de minoritarios</b>	36,52	26,99	9,54
<b>Consumo de Derechos y Amortizaciones:</b>	152,49	168,66	(16,17)
- Consumo Derechos	144,52	161,45	(16,93)
- Amortizaciones	7,97	7,20	0,76
<b>Provisiones</b>	0,66	0,36	0,31
<b>Otros</b>	200,88	109,46	91,42
<b>CASH FLOW OPERATIVO</b>	<b>390,55</b>	<b>305,46</b>	<b>85,10</b>
<b>Inversión en Derechos</b>	<b>(144,91)</b>	<b>(169,05)</b>	<b>24,14</b>
<b>Inversiones, otras</b>	<b>(10,08)</b>	<b>(5,17)</b>	<b>(4,90)</b>
<b>Variación Fondo de Maniobra</b>	<b>(34,45)</b>	<b>(36,82)</b>	<b>2,37</b>
<b>CASH FLOW LIBRE OPERATIVO</b>	<b>201,11</b>	<b>94,41</b>	<b>106,70</b>
<b>Movimientos Patrimonio</b>	<b>1.075,92</b>	<b>(2,25)</b>	<b>1.078,16</b>
<b>Inversiones financieras</b>	<b>(1.101,64)</b>	<b>(13,84)</b>	<b>(1.087,81)</b>
<b>Dividendos cobrados</b>	<b>1,02</b>	<b>1,79</b>	<b>(0,77)</b>
<b>Pago de Dividendos</b>	<b>(48,44)</b>	<b>(210,27)</b>	<b>161,83</b>
<b>Variación Neta de Tesorería</b>	<b>127,96</b>	<b>(130,15)</b>	<b>258,11</b>
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL</b>	<b>(156,01)</b>	<b>(25,85)</b>	<b>(130,15)</b>
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL</b>	<b>(28,05)</b>	<b>(156,01)</b>	<b>127,96</b>

En 2010, la **inversión neta total** alcanzó los 155,0 millones de Euros, lo que supone una disminución de 19,2 millones de Euros, frente a 2009.

La menor inversión en series de ficción nacional (-46,2 millones de Euros) se ve parcialmente compensada con una mayor inversión en co-producciones cinematográficas (+15,4 millones de Euros) y en producción ajena (+6,7 millones de Euros), como se puede observar en el cuadro siguiente:



#### 4. Balance de Situación

**Tabla 6: Balance de Situación**

<i>Millones de €</i>	<i>Diciembre 2010</i>	<i>Diciembre 2009</i>
<b>Inmovilizado</b>	<b>1.149,78</b>	<b>221,70</b>
- Inm. Financiero	1.094,89	168,67
- Otro Inmovilizado	54,88	53,03
<b>Derechos y Anticipos</b>	<b>264,86</b>	<b>193,99</b>
- Terceros	190,36	121,27
- Ficción	32,12	37,12
- Coproducción / Distribución	42,38	35,60
<b>Impuesto Anticipado</b>	<b>154,05</b>	<b>108,21</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>1.568,69</b>	<b>523,91</b>
Activo corriente	295,83	199,48
Activo financiero y tesorería	116,39	10,70
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>412,22</b>	<b>210,18</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.980,91</b>	<b>734,09</b>
Fondos Propios	1.376,10	291,61
Provisiones	31,98	21,32
Acreedores no corrientes	0,75	0,26
Pasivo financiero no corriente	73,10	90,67
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>105,83</b>	<b>112,26</b>
Acreedores corrientes	427,63	254,19
Pasivo financiero corrientes	71,34	76,03
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>498,97</b>	<b>330,23</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.980,91</b>	<b>734,09</b>

La evolución de la **librería** muestra estabilidad en la composición por tipología de acuerdo con la estrategia de negocio del Grupo, percibiéndose un aumento en los derechos de terceros por la incorporación de los activos de Cuatro al balance.

El **total activo corriente** aumenta en 2010 por un incremento de los activos financieros y la tesorería debido a la mejora en los flujos libres de caja.

El **pasivo corriente** se incrementa con respecto al nivel alcanzado al 31 de diciembre de 2009, debido principalmente por la incorporación al balance de los acreedores comerciales de Cuatro.

La **posición financiera neta** ha alcanzado, a 31 de diciembre de 2010, la cifra de -28,05 millones de Euros.

## 5. Evolución de la audiencia

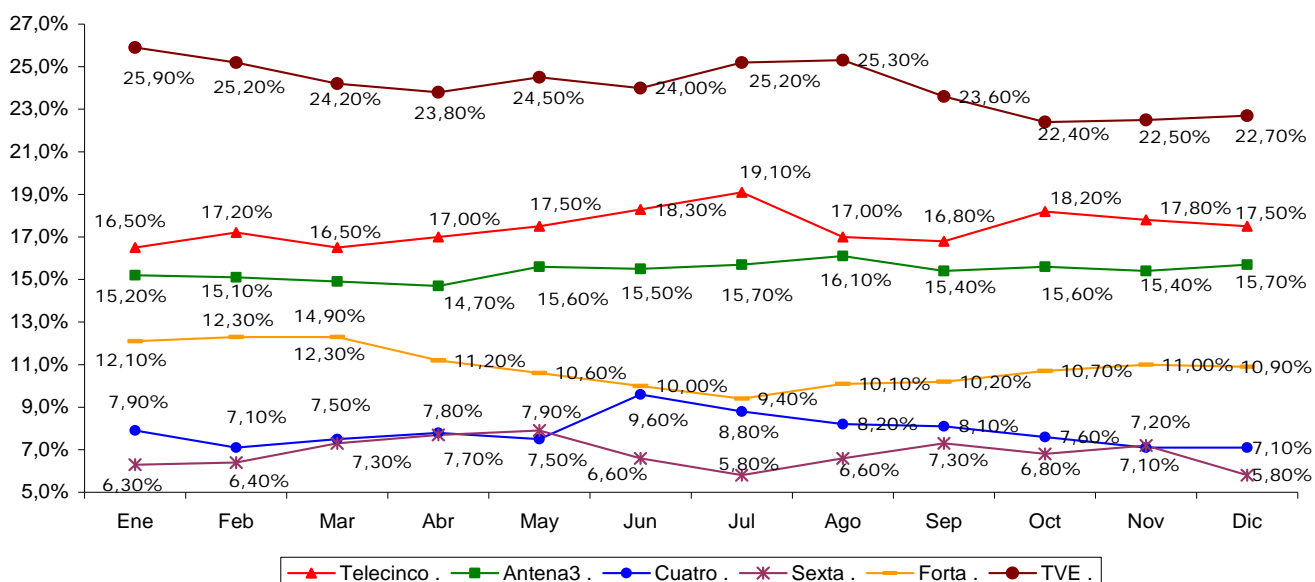
**Tabla 7: Audiencia media GRUPO Telecinco período Enero-Diciembre**

	2010	2009	
<b>Total Individuos</b>	<b>Total Día</b>	<b>17,7%</b>	<b>16,2%</b>
	<b>PRIME TIME</b>	<b>17,8%</b>	<b>17,3%</b>
	<b>DAY TIME</b>	<b>17,7%</b>	<b>15,6%</b>
<b>Target Comercial</b>	<b>Total Día</b>	<b>18,3%</b>	<b>16,8%</b>
	<b>PRIME TIME</b>	<b>17,9%</b>	<b>17,6%</b>
	<b>DAY TIME</b>	<b>18,5%</b>	<b>16,4%</b>

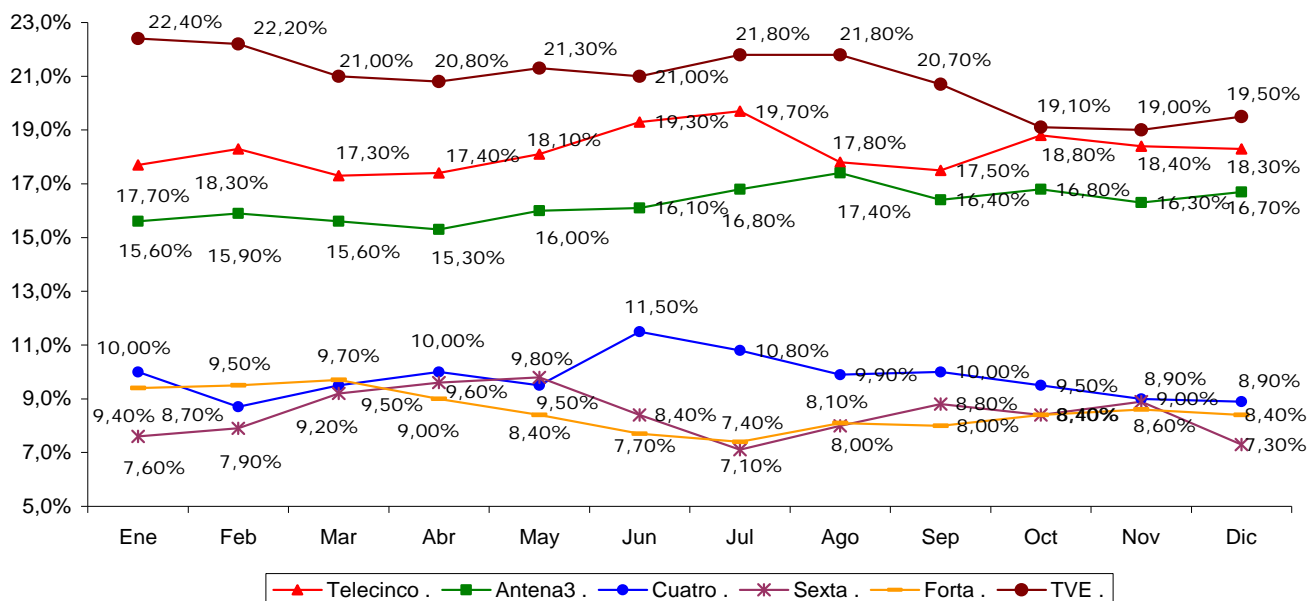
Los datos de audiencias de Grupo de 2010 consolidan al Grupo Telecinco como líder de las televisiones comerciales en el periodo. La audiencia en total día total individuos de 2010 se sitúa en 17,7%, adelantando en 1,9 puntos al Grupo de canales de Antena3, que consigue un 15,8%.

En relación a la cuota de audiencia en target comercial, el Grupo Telecinco (18,3%) tiene un promedio anual 1,6 puntos por encima del Grupo Antena3 (16,7%).

**Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en % por Grupos**



### Audiencias, 24 Horas, Target Comercial en % por Grupos



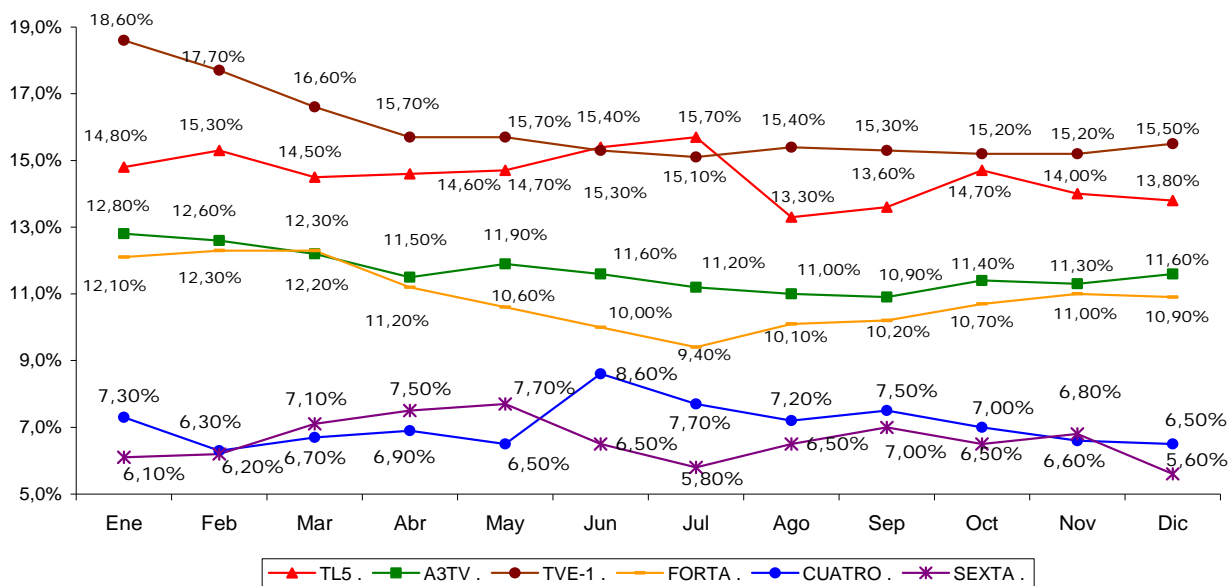
**Tabla 8: Audiencia media CANAL Telecinco período Enero-Diciembre**

	2010	2009
<b>Total Individuos</b>		
Total Día	14,6%	15,1%
PRIME TIME	14,4%	16,2%
DAY TIME	14,6%	14,5%
<b>Target Comercial</b>		
Total Día	14,9%	15,5%
PRIME TIME	14,3%	16,4%
DAY TIME	15,2%	15,1%

Telecinco ha cerrado 2010 en primera posición entre los canales comerciales en total día total individuos, con un promedio del 14,6%, adelantando por 2,9 puntos a Antena3 (11,7%).

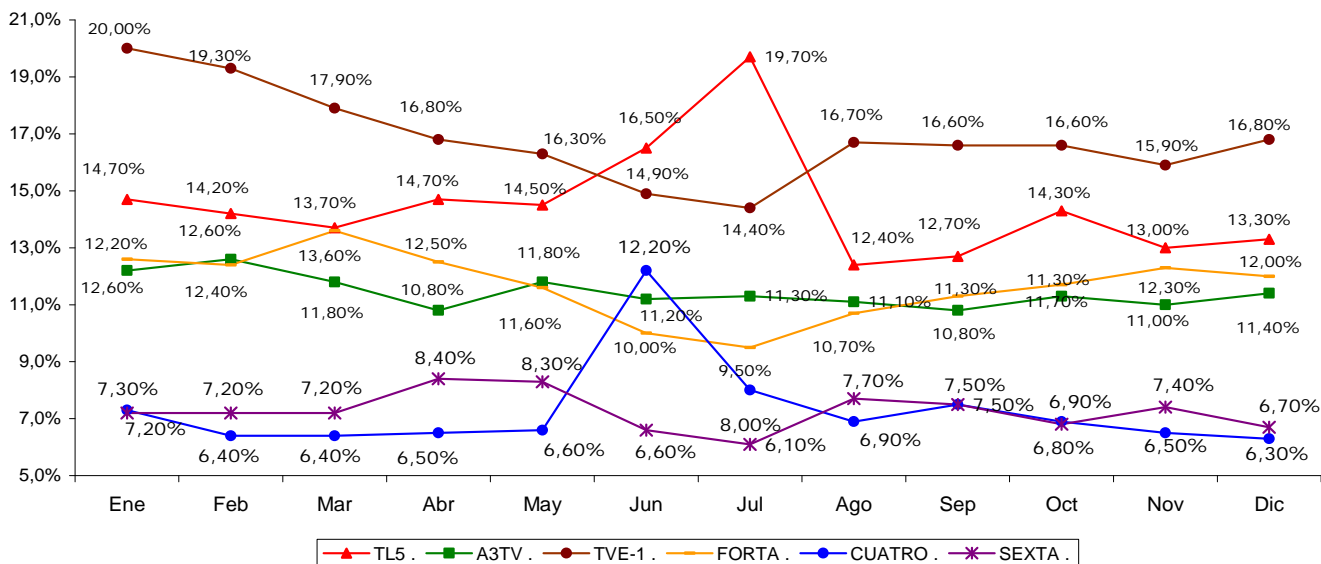
En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Telecinco (14,9%) tiene un promedio anual 3 puntos por encima de Antena3 (11,9%).

### Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



La emisión de los partidos de España del Mundial de fútbol de Sudáfrica en junio y julio, sitúa a Telecinco líder en 24h. y en "prime time"<sup>4</sup>, total individuos.

### Audiencias, Prime Time, Total Individuos en %

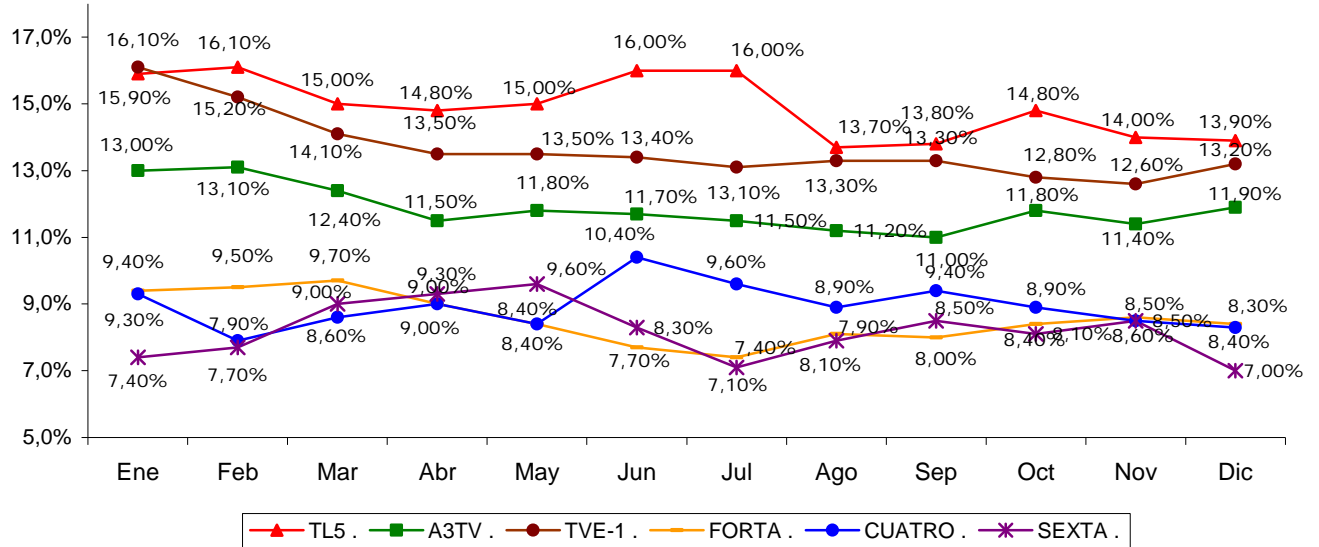


En cuanto al share de audiencia en target comercial, tanto para 24 horas como para prime time, Telecinco mantiene el liderazgo en 2010, aumentando la distancia con sus principales competidores.

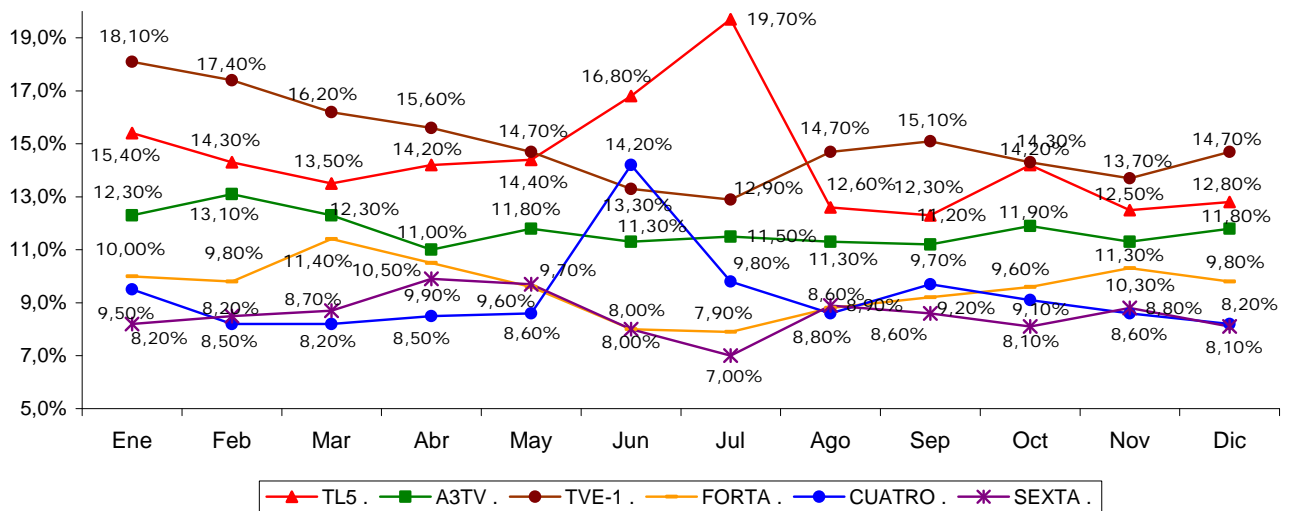
<sup>4</sup> Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.



### Audiencias, 24 Horas, Target Comercial en %



### Audiencias, Prime Time, Target Comercial en %



En 2010 continúa el desarrollo de los nuevos canales LA SIETE (7), FACTORIA DE FICCION (FDF) y el, recién lanzado canal infantil BOING, siguiendo la estrategia iniciada en septiembre de 2009.

En diciembre de 2010 FACTORIA DE FICCION ha alcanzado una cuota de audiencia total día del 2,1%, LA SIETE del 1,6% mientras que BOING, en solo cuatro meses de programación ha conseguido un notable 0,8%.

**Audiencias, 24 horas, TDT %**

