



**TELECINCO**

**RESULTADOS  
PRIMER TRIMESTRE 2008  
(Enero – Marzo)<sup>1</sup>**

**Madrid, 8 de Mayo de 2008**

**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

---

<sup>1</sup> Cifras 1er Trimestre 2008 y 2007 no auditadas



## 1. Principales magnitudes y hechos destacados

En los resultados consolidados acumulados a 31 de marzo, destacamos:

1. Los **ingresos totales netos de explotación** en el trimestre alcanzan los 248,98 millones de Euros frente a los 251,13 del mismo periodo del 2007, con una ligerísima flexión respecto al año anterior debida a la evolución del mercado publicitario en el trimestre. Las Elecciones Generales y la Semana Santa han impactado de manera muy especial las inversiones publicitarias del mes de marzo que, en nuestro caso, se han recuperado íntegramente en el mes de abril. Los “Ingresos Publicitarios Brutos de Telecinco” suman 237,97 millones de Euros mientras los “Ingresos Publicitarios de Otros Medios” alcanzan 4,19 millones de Euros. Los “otros ingresos” ascienden hasta los 17,25 millones de Euros, prácticamente en línea con los obtenidos en el 1er trimestre de 2007.
2. Con el 19,1% de **audiencia** media en los primeros tres meses del 2008, en total individuos (total día), Telecinco mantiene por vigésimo-quinto mes consecutivo su posición como primera cadena en audiencia a 2,3 puntos de diferencia de TVE-1 (16,8%). Antena 3 (16,5%) se coloca en la tercera posición del ranking, a 2,6 puntos de distancia.

Telecinco alcanza en total individuos “prime time”<sup>2</sup> una audiencia realmente notable del 20,6% distanciando a Antena 3, segundo del ranking, de 4,2 puntos y superando el registro alcanzado en 2007. Teniendo en cuenta la fragmentación de la audiencia y el peso del “prime time” en los ingresos publicitarios totales, este dato es de mayor relevancia. También y una vez más, Telecinco se consolida como líder en los segmentos de audiencia más atractivos para los anunciantes y consigue una audiencia total individuos en “target comercial”<sup>3</sup> del 20,8% en total día y del 22,8% en prime time distanciando respectivamente de 4,2 puntos y de 6,7 puntos a Antena 3.

La **parrilla de programación** continúa demostrando su estabilidad con audiencias elevadas en las diferentes franjas horarias siendo líderes en la practica totalidad de ellas. Destacamos las audiencias<sup>4</sup> de los programas: “Yo Soy Bea” (24,8%) y “Aída” (31,1%). Así como, “CSI Las Vegas” (24,4%), las Galas de “Supervivientes” (27,0%), “Camera Café” (21,2%) y “Escenas de Matrimonio” (21,4%). El campeonato de Gran Premio de Formula 1 ha conseguido, en este periodo, un share de 68,4% mejorando el dato registrado en mismo periodo de 2007.

---

<sup>2</sup> Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

<sup>3</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.

<sup>4</sup> Audiencia media de los programas para el periodo enero-marzo.



3. En el primer trimestre, el Grupo Telecinco reduce los **costes operativos totales** un 1,6%; registrando por este concepto 131,06 millones de Euros frente a los 133,16 del mismo periodo del 2007. Esta reducción se debe principalmente a un coste de parrilla contenido y a un menor coste de venta relacionado con los “Otros Ingresos”. Una vez más, Telecinco mejora sus márgenes operativos sobre ingresos netos que pasan del 47,5% al 48,3% en margen de **EBITDA Ajustado**<sup>5</sup> y del 47,0% al 47,4% en **EBIT**. Todo lo anterior confirma a Telecinco como una de las compañías de televisión más rentables en Europa.
  
4. El **resultado neto** alcanza los 81,48 millones de Euros en el periodo frente a los 86,06 en 2007; el margen de beneficio neto sobre ingresos totales llega al 32,7%. A los efectos de una comparativa homogénea con el año anterior, si se aislara el impacto, neto de impuestos, de las amortizaciones de intangibles resultado de la asignación del fondo de comercio derivado de la adquisición de Endemol (“Purchase Price Allocation” o PPA) entonces el resultado neto ajustado mejoraría en 6.36 millones de Euros alcanzando los 87.84 millones de Euros, un 2,1% más que en el primer trimestre de 2007 con un margen sobre ingresos netos del 35,3%
  
5. El **flujo libre de caja**, alcanza 104,77 millones de Euros (con un incremento de 4,44 millones de Euros respecto al mismo periodo del año anterior), destacando la positiva aportación del “Fondo de maniobra” que alcanza los 46,7 millones de Euros, 30 millones más que en el primer trimestre de 2007.
  
6. La **posición financiera neta** a 31 de marzo de 2008, se sitúa en 99,60 millones de Euros, y ello después de la inversión de 21,5 millones de Euros en la cadena de televisión hispanohablante de Estados Unidos “CaribeVision”.

---

<sup>5</sup> (EBITDA después de consumo de derechos)  
[www.inversores.telecinco.es](http://www.inversores.telecinco.es)



## 2. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias

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

	2008	2007	Variación %
<b>Millones de €</b>			
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>248,98</b>	<b>251,13</b>	<b>(0,9%)</b>
Consumo de derechos	(32,53)	(41,30)	(21,2%)
Costes de personal	(20,84)	(19,71)	5,8%
Otros costes operativos	(75,45)	(70,82)	6,5%
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>120,16</b>	<b>119,30</b>	<b>0,7%</b>
Otras amortizaciones, provisiones	(2,24)	(1,33)	68,1%
<b>EBIT</b>	<b>117,92</b>	<b>117,97</b>	<b>(0,0%)</b>
Resultado de participadas	(8,30)	0,48	nd
Resultado Financiero	0,62	4,18	(85,2%)
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>110,24</b>	<b>122,62</b>	<b>(10,1%)</b>
Impuesto de Sociedades	(29,74)	(36,52)	(18,6%)
Minoritarios	0,99	(0,05)	nd
<b>Beneficio Neto</b>	<b>81,48</b>	<b>86,06</b>	<b>(5,3%)</b>
<b>Beneficio Neto Ajustado</b>	<b>87,84</b>	<b>86,06</b>	<b>2,1%</b>

Como se explicado anteriormente, en condiciones homogéneas a las del resultado neto del mismo periodo de 2007 se presenta el Beneficio Neto Ajustado, que asciende a 87,84 millones de Euros.

La diferencia de 6,36 millones de Euros de debe enteramente al impacto (al neto de los impuestos) de la mayor amortización de intangibles en Endemol producto de la diferencia entre el precio pagado y el valor neto contable del Grupo, lo que se conoce como "Purchase Price Allocation" (PPA). 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 por lo que concierne a sus resultados operativos.



## 2.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

	2008	2007	Variación %
<b>Ingresos brutos de publicidad</b>	<b>242,16</b>	<b>244,40</b>	<b>(0,9%)</b>
- <i>Telecinco</i>	237,97	240,44	(1,1%)
- <i>Otros</i>	4,19	3,96	5,7%
<b>Descuentos</b>	<b>(10,43)</b>	<b>(10,84)</b>	<b>(3,8%)</b>
<b>Ingresos netos de publicidad</b>	<b>231,74</b>	<b>233,56</b>	<b>(0,8%)</b>
<b>Otros ingresos</b>	<b>17,25</b>	<b>17,56</b>	<b>(1,8%)</b>
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>248,98</b>	<b>251,13</b>	<b>(0,9%)</b>

Los **ingresos brutos de publicidad** correspondientes al primer trimestre 2008 han alcanzado 242,16 millones de Euros.

Los **ingresos brutos de publicidad** de Telecinco se sitúan en 237,97 millones de Euros respecto a los 240,44 millones del 2007; el efecto de las Elecciones Generales y de la Semana Santa son los principales responsables de esta ligerísima reducción que hace prácticamente repetir la cifra del año anterior y que ha impactado sobre el mes de marzo. Dicha situación, sin embargo, se ha compensado por la evolución de las ventas publicitarias el mes de abril, que ha visto como se ha recuperado la inversión retenida en marzo por las causas anteriormente citadas.

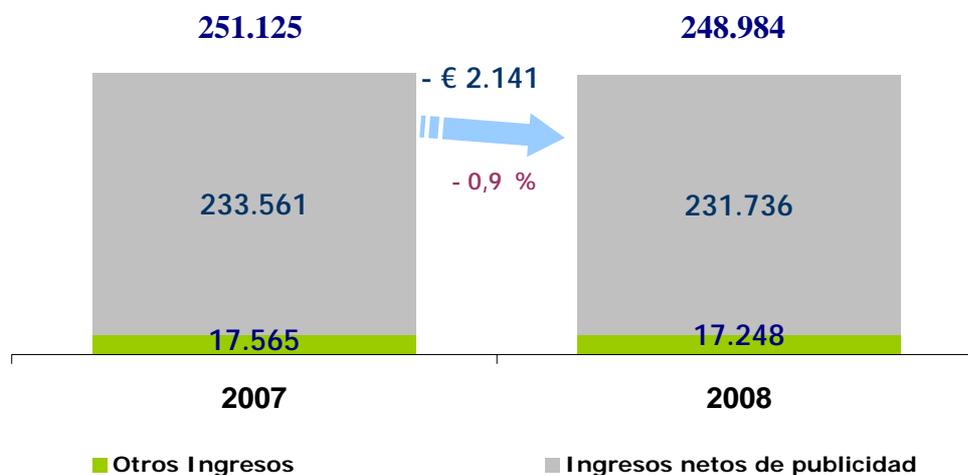
Los **Ingresos publicitarios de otros medios** alcanzan los 4,19 millones de Euros, incrementándose un 5,7% respecto al 2007. Estos últimos incluyen ingresos publicitarios de otros soportes televisivos como Internet, canales temáticos, canales digitales y teletexto.

Los **ingresos netos de publicidad**, después de comisiones y descuentos alcanzan los 231,74 millones de Euros.

“**Otros ingresos**” incluyen la venta de derechos de coproducción cinematográfica así como los ingresos por merchandising y de servicios de audio texto, se sitúan en 17,25 millones de Euros en línea con la cifra registrada en el primer trimestre de 2007.

Finalmente los **ingresos netos totales** suman 248,98 millones de Euros, prácticamente en línea (-0,9%) con el dato del año anterior.

### Total Ingresos Netos, Publicidad y Otros Ingresos (miles €)





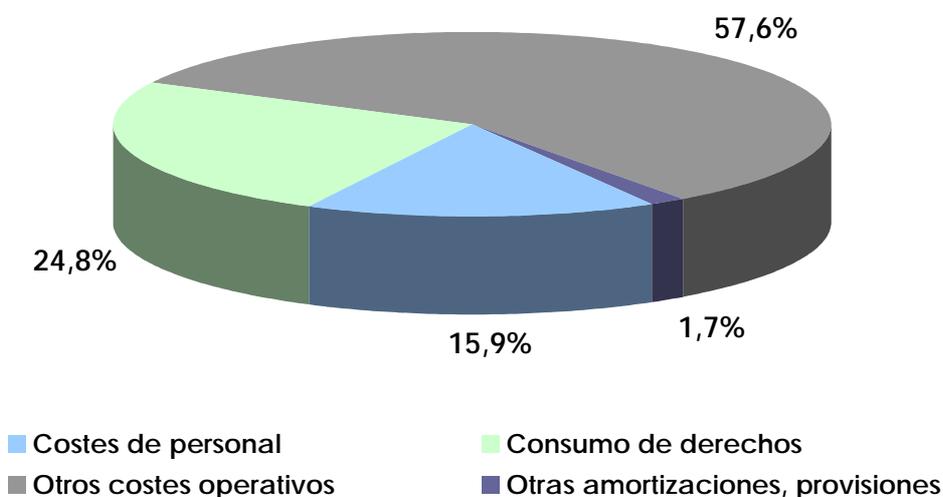
## 2.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales**, que ascienden a 131,06 millones de Euros, se han reducido en un 1,6% en el primer trimestre 2008 respecto al primer trimestre de 2007, principalmente debido a un coste de parrilla muy contenido y a un menor coste de ventas relativo a los ingresos no publicitarios.

**Tabla 3: Costes operativos**

Millones de €	2008	2007	Variación %
Costes de personal	20,84	19,71	5,8%
Consumo de derechos	32,53	41,30	(21,2%)
Otros costes operativos	75,45	70,82	6,5%
Otras amortizaciones, provisiones	2,24	1,33	68,1%
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>131,06</b>	<b>133,16</b>	<b>(1,6%)</b>

### Estructura de Costes Operativos



La producción propia continúa dominando la parrilla, en términos de horas de emisión, frente a los derechos de terceros. En el primer trimestre 2008, el 85,0% de la programación corresponde a producción propia y el 15,0% a programación de derechos de terceros (contra el 85,8% y el 14,2% respectivamente en el mismo periodo de 2007).



## 2.3 Resultado de Explotación y Márgenes

El Resultado bruto de explotación **EBITDA ajustado**<sup>6</sup> alcanzó 120,16 millones de Euros, aumentando 0,86 millones de Euros, es decir un 0,7%.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, ha alcanzado los 117,92 millones de Euros.

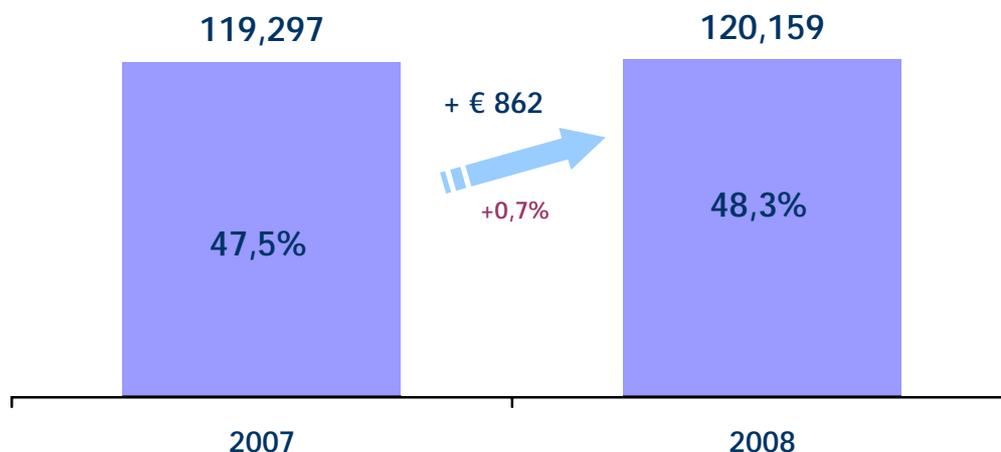
Los márgenes más significativos son los siguientes:

**Tabla 4: Márgenes**

Millones de €	2008	2007	Variación %
<b>Total ingresos netos</b>	248,98	251,13	(0,9%)
<b>EBITDA ajustado</b>	120,16	119,30	0,7%
<b>EBIT</b>	117,92	117,97	(0,0%)
<b>Beneficio Neto</b>	<b>81,48</b>	<b>86,06</b>	<b>(5,3%)</b>
<b>Beneficio Neto Ajustado</b>	<b>87,84</b>	<b>86,06</b>	<b>2,1%</b>
<b>EBITDA aj./ Total ingresos netos</b>	<b>48,3%</b>	<b>47,5%</b>	
<b>EBIT/ Total ingresos netos</b>	<b>47,4%</b>	<b>47,0%</b>	
<b>Beneficio Neto / Total ingresos netos</b>	<b>32,7%</b>	<b>34,3%</b>	
<b>Beneficio Neto Ajustado / Total ingresos</b>	<b>35,3%</b>	<b>34,3%</b>	

A pesar de que, como se ha explicado más arriba, el comportamiento de los ingresos netos en el trimestre ha sido muy plano, se han podido, sin embargo, incrementar los márgenes operativos (EBITDA y EBIT) en términos porcentuales, lo que demuestra la efectividad del modelo de negocio en lo que se refiere a capacidad de control de costes y de sostenimiento de márgenes en circunstancias de mercado diversas.

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



<sup>6</sup> (EBITDA después de consumo de derechos)  
[www.inversores.telecinco.es](http://www.inversores.telecinco.es)



## 2.4. Financieros, Resultado de Participadas

El **resultado financiero** obtenido es de 0,62 millones de Euros (-85,2% respecto al mismo periodo de 2007); la reducción se explica por la inversión realizada en 2007 para la adquisición de la participación en Endemol por parte del Grupo Telecinco que tuvo lugar en el tercer trimestre del año. Esta inversión se ha efectuado con recursos financieros propios y, por consiguiente, ha reducido tanto el volumen de las inversiones financieras de tesorería como los ingresos financieros generados con posterioridad.

Se ha registrado un resultado negativo de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**<sup>7</sup> de 8,30 millones de Euros. Este importe se explica fundamentalmente por el impacto de la parte proporcional de la pérdida contable de Edam, la sociedad “holding” del Grupo Endemol. Esta pérdida, a su vez y como se ha explicado anteriormente, se debe al impacto de la amortización de intangibles a los que se asigna una parte importante del fondo de comercio que se origina en la operación. 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 por lo que concierne a sus resultados operativos.

## 2.5. Resultado del ejercicio

El **beneficio antes de impuestos**, correspondiente al primer trimestre 2008, alcanza los 110,24 millones de Euros frente a los 122,62 millones de Euros del mismo periodo de 2007, lo que representa una reducción de 12,39 millones de Euros (-10,1%) producto principalmente de los menores ingresos financieros y del impacto de los resultados de las sociedades participadas.

Tras contabilizar el gasto por impuesto de sociedades de 29,74 millones de Euros (frente a 36,52 millones de Euros en 2007), el **beneficio neto** del ejercicio, después de minoritarios, asciende a 81,48 millones de Euros. Esto supone un decremento de 4,58 millones de Euros frente al mismo periodo del año anterior (-5,3%).

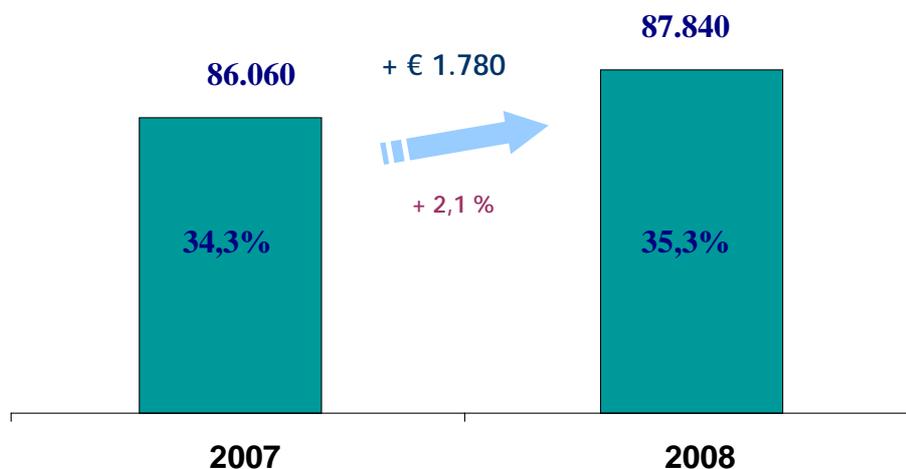
Como se ha explicado anteriormente, esta caída obedece enteramente al impacto de la mayor amortización de intangibles de Endemol producto de la diferencia entre el precio pagado y el valor neto contable del Grupo, lo que se conoce como “Purchase Price Allocation” (PPA), que al neto de los impuestos, asciende a 6,3 millones de Euros. Por ello, en condiciones homogéneas a las de 2007 el Resultado Neto Ajustado en el periodo habría ascendido a 87,8 millones de Euros.

---

<sup>7</sup> Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Premiere Megaplex S.A. (50% de participación), Canal Factoría Ficción S.A. (40%), Arok Imagen S.L. (40% participación indirecta) y Publici Televisión S.A. (50% participación indirecta), Producciones Mandarina S.L. (30% participación indirecta), La Fábrica de la Tele S.L. (30% participación indirecta), Edam Acquisition Holding Coö (33% participación indirecta).



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



### 3. Generación de Cash Flow

La generación de flujo de caja se ha visto afectada por la evolución muy positiva del Fondo de Maniobra. La generación de **flujo libre de caja operativo** asciende, en el primer trimestre 2008, a 104,77 millones de Euros, lo que supone un aumento de 4,44 millones de Euros, respecto al mismo periodo del año anterior.

**Tabla 5: Cash Flow**

Millones de €	2008	2007	Variación en € millones
<b>Beneficio Neto</b>	81,48	86,06	(4,58)
<b>Consumo de Derechos y Amortizaciones:</b>	34,07	42,52	(8,45)
- Consumo Derechos	32,53	41,29	(8,76)
- Amortizaciones	1,54	1,23	0,31
<b>Provisiones</b>	0,70	0,10	0,60
<b>Otros</b>	(4,05)	3,11	(7,16)
<b>CASH FLOW OPERATIVO</b>	<b>112,20</b>	<b>131,79</b>	<b>(19,59)</b>
<b>Inversión en Derechos</b>	<b>(53,01)</b>	<b>(46,53)</b>	<b>(6,48)</b>
<b>Inversiones, otras</b>	<b>(1,07)</b>	<b>(1,08)</b>	<b>0,01</b>
<b>Variación Fondo de Maniobra</b>	<b>46,65</b>	<b>16,15</b>	<b>30,50</b>
<b>CASH FLOW LIBRE OPERATIVO</b>	<b>104,77</b>	<b>100,33</b>	<b>4,44</b>
<b>Movimientos Patrimonio</b>	<b>4,89</b>	<b>(0,03)</b>	<b>4,92</b>
<b>Inversiones financieras</b>	<b>(23,22)</b>	<b>1,49</b>	<b>(24,71)</b>
<b>Dividendos cobrados</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Pago de Dividendos</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Incremento Neto de Tesorería</b>	<b>86,45</b>	<b>101,79</b>	<b>(15,34)</b>
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL</b>	<b>13,15</b>	<b>396,14</b>	<b>(382,99)</b>
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL</b>	<b>99,60</b>	<b>497,93</b>	<b>(398,34)</b>



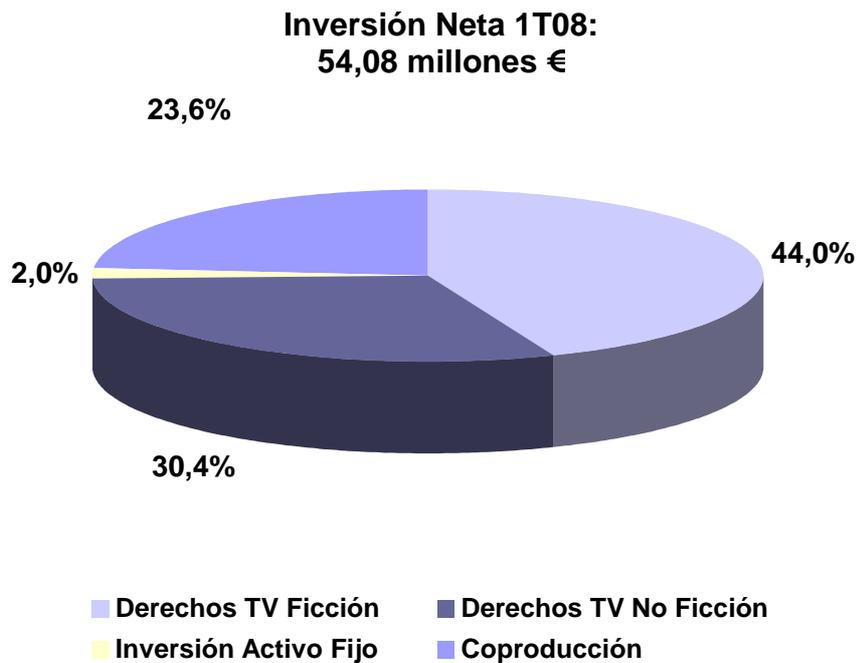
La generación de **flujo libre de caja operativo** ha permitido conseguir un excelente ratio de conversión de ingresos (total ingresos netos) en flujo libre de caja, alcanzando un nivel del 42,1%.



Destaca la Inversión Financiera en CaribeVision por un importe global de € 21,5 millones. CaribeVision es una cadena, de nueva creación, que opera en Miami, Nueva York y Puerto Rico; con el objetivo de dirigirse al mercado hispanohablante de Estados Unidos. Telecinco detiene indirectamente el 29,24% de la cadena



En el primer trimestre 2008, la **inversión neta total** alcanzó los 54,08 millones de Euros. El incremento ha sido de 6,47 millones de Euros, frente al mismo periodo de 2007, principalmente por mayor inversión en coproducciones y en series de ficción nacional (+20,57 millones de Euros), todo lo cual se ve compensado, de manera coherente con la estrategia de negocio de la cadena, por una caída de la inversión en producción ajena (-14,09 millones de Euros), como se puede observar en el cuadro y explicación siguientes:





#### 4. Balance de Situación

Tabla 6: Balance de Situación

<i>Millones de €</i>	<i>Marzo 2008</i>	<i>Diciembre 2007</i>
<b>Inmovilizado</b>	<b>552,89</b>	<b>532,80</b>
<b>Derechos y Anticipos</b>	<b>206,14</b>	<b>186,12</b>
- Terceros	113,42	104,67
- Ficción	29,05	29,34
- Coproducción / Distribución	63,67	52,11
Impuesto Anticipado	15,91	19,56
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>774,94</b>	<b>738,48</b>
Activo corriente	218,80	269,14
Activo financiero y tesorería	161,88	74,84
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>380,68</b>	<b>343,98</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.155,62</b>	<b>1.082,46</b>
Fondos Propios	748,86	662,49
Provisiones	82,92	90,09
Acreedores no corrientes	0,99	0,67
Pasivo financiero no corriente	61,36	60,60
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>145,27</b>	<b>151,37</b>
Acreedores corrientes	260,56	267,51
Pasivo financiero corrientes	0,93	1,10
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>261,49</b>	<b>268,61</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.155,62</b>	<b>1.082,46</b>

La evolución de la **librería** está en línea con la estrategia de negocio y la política de inversión de la compañía. Muestra un nivel estable de los derechos de ficción española (producción propia) y un incremento en los derechos de co-producción que se originan en la obligación de invertir en cine español y europeo, así como una reducción de los derechos de televisión de producción ajena.

El **total activo corriente se incrementa** principalmente por una mayor posición de tesorería generada por la actividad normal de negocio del Grupo en el periodo.

El **pasivo corriente** disminuye muy ligeramente principalmente por una deuda con los proveedores comerciales algo menor.

La **posición financiera neta** ha alcanzado, al finalizar el mes de marzo de 2008, la cifra de 99,60 millones de Euros y ello, después de la adquisición de la participación en CaribeVision mencionada más arriba.



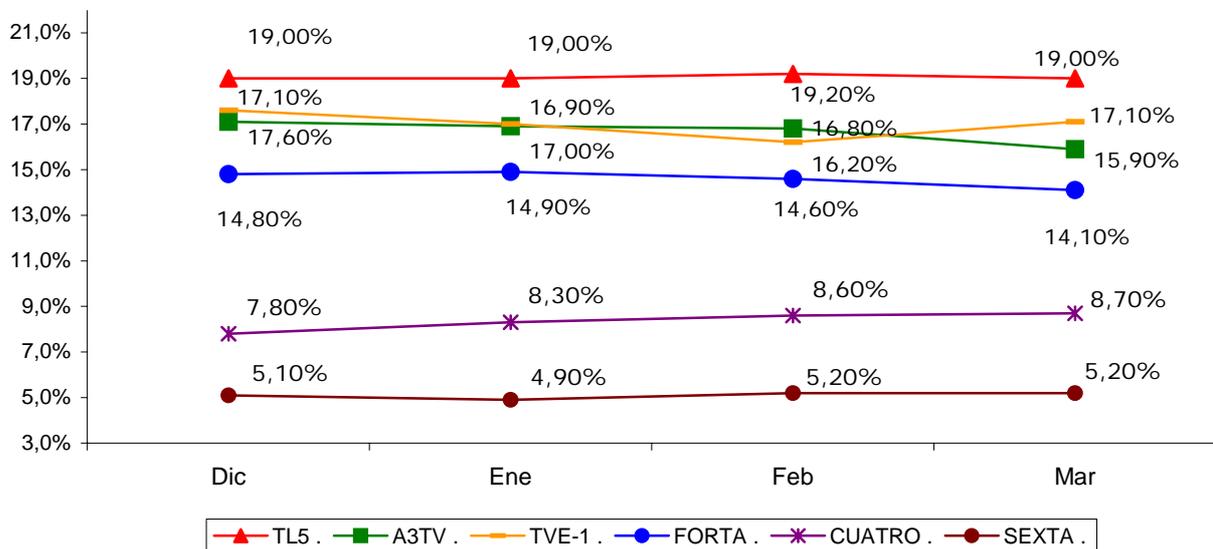
## 5. Evolución de la audiencia

Tabla 7: Audiencia media periodo Enero-Marzo

	2008	2007
<b>Total Individuos</b>		
<b>Total Día</b>	<b>19,1%</b>	<b>20,3%</b>
<b>PRIME TIME</b>	<b>20,6%</b>	<b>20,4%</b>
<b>DAY TIME</b>	<b>18,3%</b>	<b>20,2%</b>
<b>Target Comercial</b>		
<b>Total Día</b>	<b>20,8%</b>	<b>22,4%</b>
<b>PRIME TIME</b>	<b>22,8%</b>	<b>23,3%</b>
<b>DAY TIME</b>	<b>19,7%</b>	<b>21,9%</b>

Telecinco ha cerrado el primer trimestre de 2008 liderando la audiencia total individuos con 19,1% de “share”, con significativa ventaja por delante de TVE (16,8%) y Antena 3TV (16,5%). Telecinco ha conseguido el liderazgo y mantiene el diferencial con los principales competidores, de manera que a finales de marzo de 2008 y durante 25 meses consecutivos, se sitúa en primera posición.

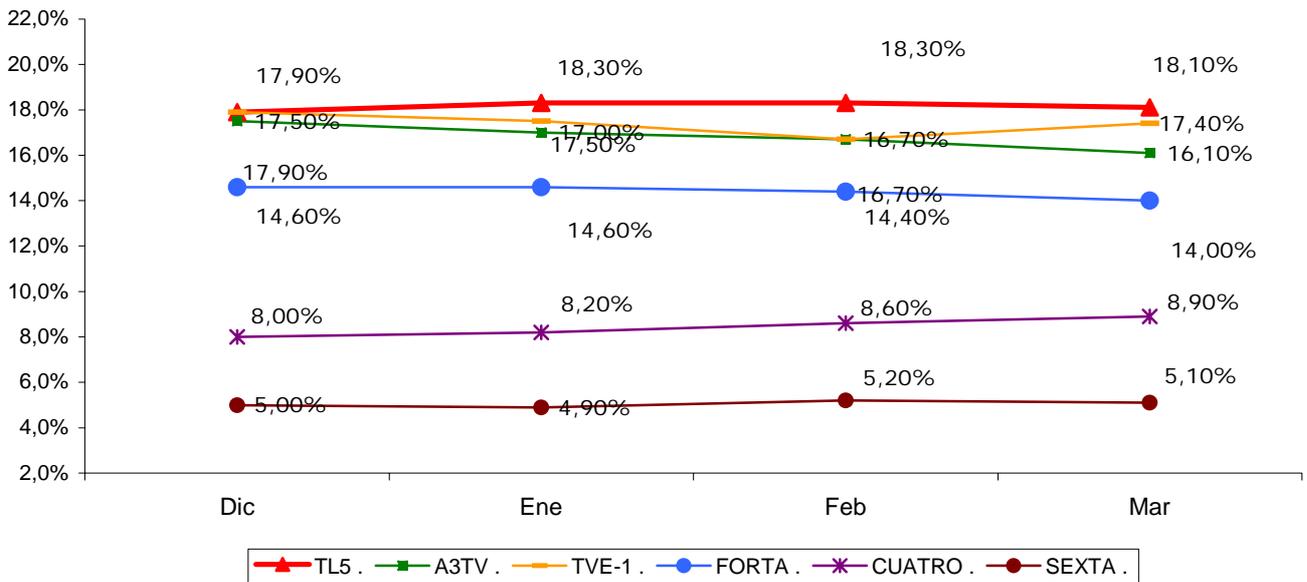
Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



Con respecto a la cuota de audiencia en “day time”, total individuos, Telecinco ha ido estabilizando su liderazgo en torno al 18% desde inicios de 2008 y cierra el trimestre con una media de audiencia de 18,3%, manteniendo la posición competitiva frente a las demás cadenas.

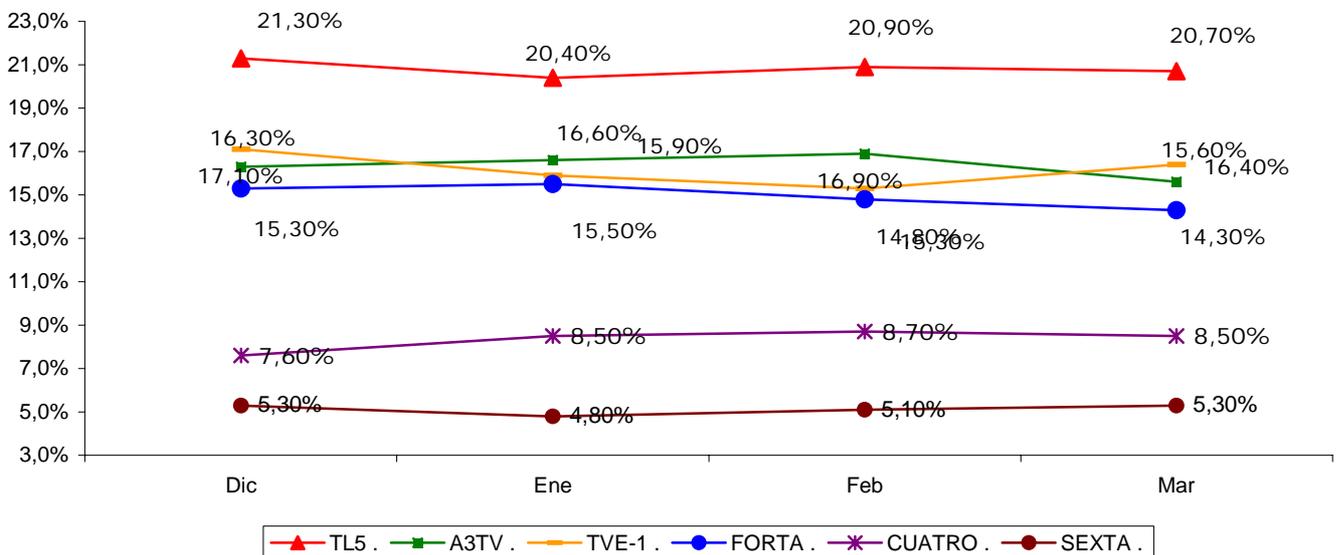


### Audiencias, Day Time, Total Individuos en %



Telecinco continúa liderando en prime time, total individuos a gran distancia de sus competidores. Es la única cadena que supera una cuota de 20%. En la media de los primeros meses del año 2008, el diferencial, con su inmediato competidor, se amplió a 4,2 puntos.

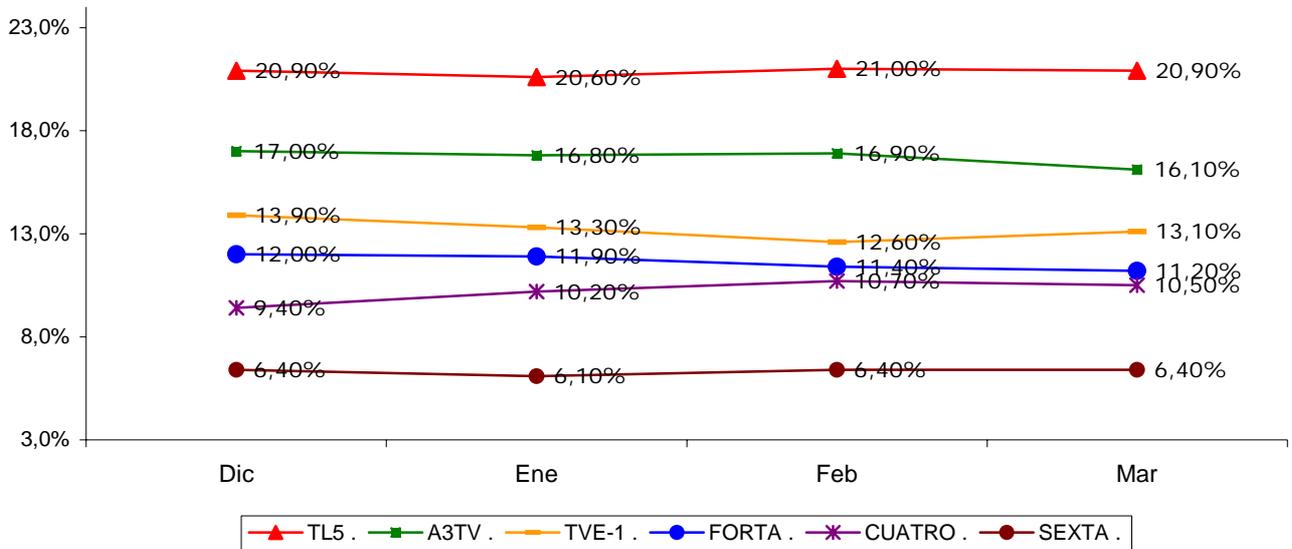
### Audiencias, Prime Time, Total Individuos en %



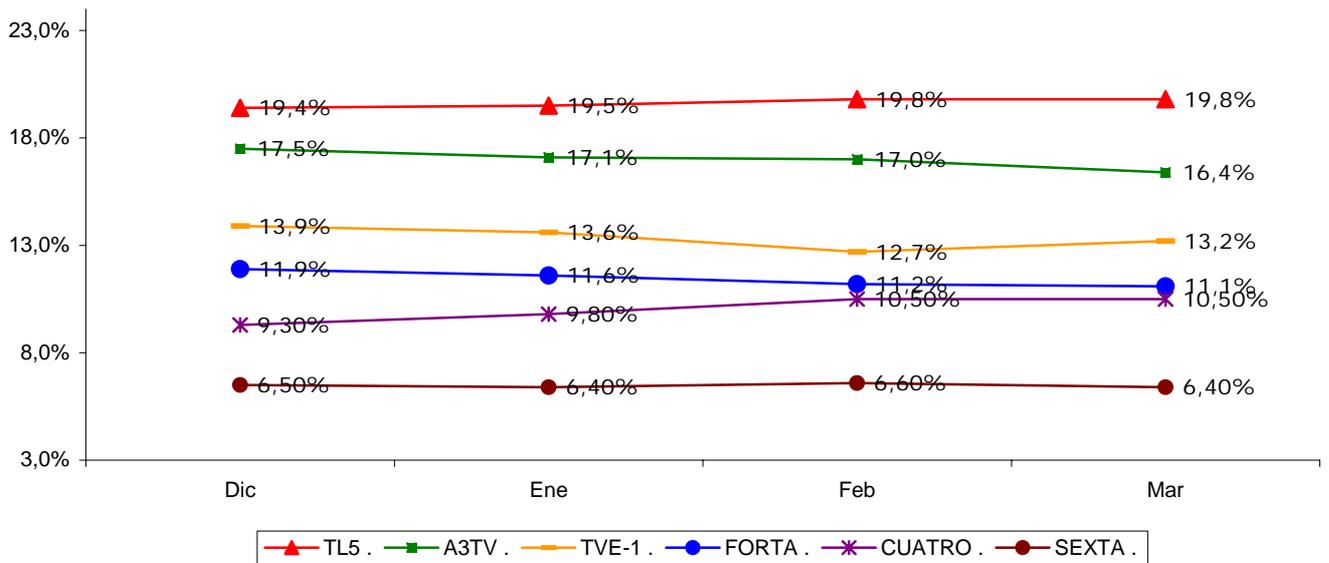
En cuanto al share de audiencia en target comercial, tanto para 24 horas como para prime time y day time, Telecinco mantiene su sólido liderazgo, reforzado con las audiencias conseguidas desde el inicio del año 2008.



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



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





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

