



**RESULTADOS  
EJERCICIO 2008  
(Enero – Diciembre)**

**Madrid, 26 de Febrero de 2009**

**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

De los resultados consolidados a 31 de diciembre, destacamos:

1. El año 2008 nos ha hecho ser testigos de una crisis profunda y cuyo alcance final todavía no se está en condiciones de determinar. El origen se puede situar a mediados del año 2007 en el mercado inmobiliario norteamericano y en su extensión al año 2008 afectando a los mercados financieros, empezando por las hipotecas “subprime”, y contagiándose a todo tipo de activos financieros generando una gran desconfianza entre los agentes económicos. El impacto directo de la crisis ha sido una fuerte contracción del consumo y su consecuencia ha sido la reducción de inversiones publicitarias. En España, según información publicada por Infoadex, en el año 2008 el mercado publicitario español se contrajo un 11,1%.

La evolución del mercado publicitario TV es negativa desde el mes de mayo y se ha ido agudizando hacia el final del año, de modo que la caída anual registrada fue de un 11%. Los **ingresos totales netos de explotación** en 2008, que se han visto afectados por las consecuencias de la crisis, alcanzan los 981,85 millones de Euros frente a los 1.081,65 del mismo período del año 2007, es decir una flexión del -9,2%. Los “Ingresos Publicitarios Brutos de Televisión” suman 916,93 millones de Euros comparado con los 1.036,86 millones de Euros de 2007 dato que nos permite mantener el liderazgo en el mercado publicitario con una cuota del 30,8%. Los “Ingresos Publicitarios de Otros Medios” alcanzan 17,92 millones de Euros, lo que representa un aumento significativo (respecto a 2007, +19,8%). Esto hace un “Total de ingresos brutos de Publicidad” de 934,84 millones de Euros, un 11,1% inferior al registro de 2007, en línea con el descenso experimentado por el mercado publicitario TV. Los “otros ingresos” ascienden a 89,29 millones de Euros, superando por un +18,2% los 75,53 millones obtenidos en el mismo período de 2007.

2. Con el 18,1% de **audiencia** media en el año 2008 en total individuos (total día), Telecinco se posiciona como primera cadena en audiencia con 1,2 puntos de diferencia sobre TVE-1 (16,9%). Antena 3 (16,0%) se coloca en la tercera posición del ranking, a 2,1 puntos de distancia. Telecinco se confirma por quinto año consecutivo como cadena líder, algo que nunca antes había conseguido una televisión privada en el panorama televisivo español.

La audiencia alcanzada por Telecinco en “*prime time*”<sup>1</sup> (total individuos) en el ejercicio es del 20,0%, distanciándose de TVE-1, segunda del ranking a 3,8 puntos y dejando a Antena 3 en tercera posición, a 4,8 puntos de distancia. Los resultados obtenidos por Telecinco en esta franja horaria se asemejan al registro alcanzado en 2007 (20,9%).

Este dato adquiere mayor relevancia cuando tenemos en cuenta la fragmentación de la audiencia y el peso del “prime time” en los ingresos publicitarios totales. Asimismo, Telecinco se consolida como el líder en los segmentos más atractivos para los anunciantes, alcanzando en 2008 su 10º año de liderazgo sin interrupciones y consiguiendo una audiencia total individuos en “target comercial”<sup>2</sup> del 19,6% en total día y del 21,5% en prime time lo que supone una distancia de 5,8 y 8,4 puntos con Antena 3 y Televisión Española, respectivamente.

<sup>1</sup> Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

<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.

La **parrilla de programación** continúa demostrando su fortaleza relativa en las diferentes franjas horarias, especialmente en Prime Time, siendo líderes todas las noches de la semana. Destacan las audiencias<sup>3</sup> de los programas: “Yo Soy Bea” (22,4%); “Aída” (29,9%); la serie “Sin tetas no hay paraíso”(23,7%); “CSI Las Vegas” (25,4%), las Galas de “Operación Triunfo” (26,8%), las Galas de “Supervivientes” (27,0%), “Camera Café” (19,4%) y “Escenas de Matrimonio” (19,5%).

Telecinco es la primera cadena de televisión en Europa en emitir la décima edición de Gran Hermano que alcanza destacados niveles de audiencia. Las galas del programa consiguieron una audiencia media notable del 25,6% mientras que para el debate el registro fue un 22,0%.

Los programas deportivos televisados por Telecinco han conseguido unos resultados de audiencia magníficos: destacando las retransmisiones de los Grandes Premios de Formula1 con un share de 42,5%, la Copa del Rey con un 37,1%, los partidos de Liga Española de Fútbol con un 29,1% y los partidos de Supercopa con un 32,4%.

3. En 2008, el Grupo Telecinco reduce los **costes operativos totales** un 0,2% registrando por este concepto 594,95 millones de Euros frente a los 596,39 de 2007. Esta contracción se debe fundamentalmente a una atenta política de control de costes de parrilla si bien es cierto que, como ya se había mencionado al cierre del primer semestre de 2008, se produjo la reversión de una provisión específica, relativa a derechos de autor en función de los acuerdos alcanzados con la entidad demandante que ha impactado positivamente sobre los costes.

En términos de porcentaje, Telecinco mantiene unos extraordinarios márgenes operativos sobre ingresos netos a pesar de la caída del mercado publicitario. En efecto, el margen de **EBITDA Ajustado**<sup>4</sup> alcanza el 40,2% (45,4% en 2007) y el margen de **EBIT** 39,4% (44,9% en 2007). Todo esto, confirma a Telecinco como una de las compañías de televisión más rentables en Europa.

En el contexto de debilidad del mercado en el que nos encontramos y que muy probablemente no revertirá en los próximos meses, la solidez de los márgenes operativos y el estricto control de los costes son dos elementos de gran importancia para asegurar el desarrollo del negocio en medio de un entorno económico en crisis. En este sentido, Telecinco cuenta con una posición de privilegio debido a su tradicional manejo y control de los costes y a la singular robustez de sus márgenes.

4. El **resultado neto** alcanza los 211,28 millones de Euros en el período frente a los 353,06 en 2007; el margen de beneficio neto sobre ingresos totales llega al 21,5%. A los efectos de una comparativa homogénea con el año anterior, si se aislara el impacto, neto de impuestos, del test de deterioro de Endemol y las amortizaciones de intangibles y que se recoge dentro del resultado de sociedades participadas, el resultado neto ajustado mejoraría en 71,29 millones de Euros alcanzando los 282,57 millones de Euros; un resultado un 22,0% inferior respecto al mismo período de 2007 (362,1 millones de Euro) con un margen sobre ingresos netos del 28,8% respecto al 33,5% de 2007.

<sup>3</sup> Audiencia media de los programas para el período enero-diciembre.

<sup>4</sup> (EBITDA después de consumo de derechos)



5. El **flujo libre de caja**, alcanza 315,08 millones de Euros, con una reducción de 51,72 millones de Euros respecto al año anterior, debido fundamentalmente al impacto de una menor facturación publicitaria que se ha evidenciado con mayor intensidad en el segundo semestre de 2008.
  
6. La **posición financiera neta** a 31 de diciembre de 2008 se sitúa en -25,85 millones de Euros, después de la distribución de dividendo con cargo a los resultados del año 2007 que ascendió a 317,56 millones de euros. El dividendo ha representado un importe de 1,30 Euros por acción en circulación y un pay-out del 90% y se pagó con fecha 7 de mayo 2008. Asimismo, se incluye la inversión de 21,5 millones de Euros en la cadena de televisión hispanohablante de Estados Unidos "CaribeVision", realizada en el primer trimestre 2008.

## 2. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

Millones de €	2008	2007	Variación %
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>981,85</b>	<b>1.081,65</b>	<b>(9,2%)</b>
Consumo de derechos	(180,83)	(188,08)	(3,9%)
Costes de personal	(89,22)	(84,85)	5,1%
Otros costes operativos	(316,96)	(318,07)	(0,3%)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>394,85</b>	<b>490,64</b>	<b>(19,5%)</b>
Otras amortizaciones, provisiones	(7,94)	(5,39)	47,5%
<b>EBIT</b>	<b>386,90</b>	<b>485,25</b>	<b>(20,3%)</b>
Resultado de participadas	(175,85)	(3,14)	-
Resultado Financiero	(3,41)	5,33	-
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>207,65</b>	<b>487,44</b>	<b>(57,3%)</b>
Impuesto de Sociedades	(23,12)	(137,42)	(83,2%)
Minoritarios	26,75	3,04	-
<b>Beneficio Neto</b>	<b>211,28</b>	<b>353,06</b>	<b>(40,2%)</b>
<b>Beneficio Neto Ajustado</b>	<b>282,57</b>	<b>362,10</b>	<b>(22,0%)</b>

Como se ha explicado anteriormente, en condiciones homogéneas a las del resultado neto del mismo período de 2007, se presenta el Beneficio Neto Ajustado que asciende a 282,57 millones de Euros (-22,0% respecto al resultado del mismo período de 2007).

La diferencia de 71,29 millones de Euros entre el Resultado Neto y Resultado Neto Ajustado se debe fundamentalmente al impacto del test de deterioro realizado dentro del Grupo Endemol en aplicación de las normas internacionales de contabilidad y que se ha recogido como menor valor 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

	2008	2007	Variación %
<b>Ingresos brutos de publicidad</b>	<b>934,84</b>	<b>1.051,81</b>	<b>-11,1%</b>
- <i>Televisión</i>	916,93	1.036,86	-11,6%
- <i>Otros</i>	17,92	14,95	19,8%
<b>Descuentos</b>	<b>(42,28)</b>	<b>(45,70)</b>	<b>-7,5%</b>
<b>Ingresos netos de publicidad</b>	<b>892,56</b>	<b>1.006,12</b>	<b>-11,3%</b>
<b>Otros ingresos</b>	<b>89,29</b>	<b>75,53</b>	<b>18,2%</b>
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>981,85</b>	<b>1.081,65</b>	<b>-9,2%</b>

Los **ingresos brutos de publicidad** correspondientes al año 2008 han alcanzado 934,84 millones de Euros, un 11,1% inferior a los 1.051,81 millones de Euros registrados en 2007.

Los **ingresos brutos de publicidad de Televisión** se sitúan en 916,93 millones de Euros respecto a los 1.036,86 millones del 2007, con una flexión del 11,6%.

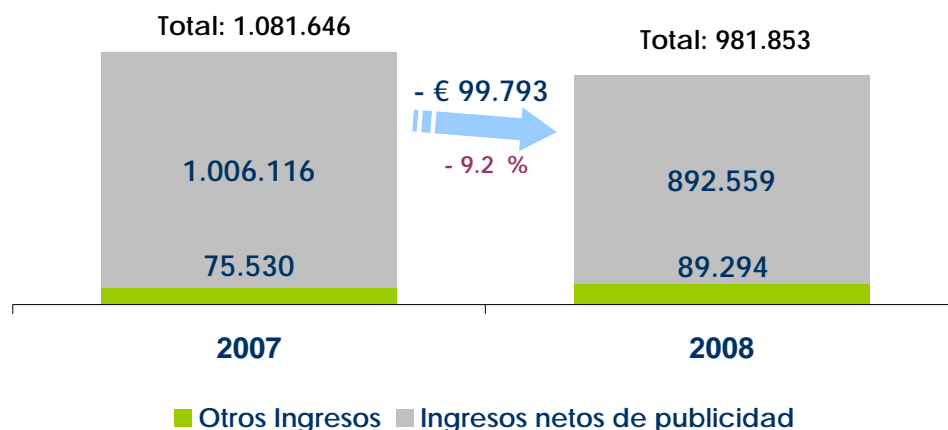
Los **Ingresos publicitarios de otros medios** alcanzan los 17,92 millones de Euros, con un incremento del 19,8% respecto al 2007. Estos últimos incluyen ingresos publicitarios de otros soportes como Internet, canales temáticos, canales digitales y teletexto.

Los **ingresos netos de publicidad**, después de comisiones y descuentos alcanzan los 892,56 millones de Euros, un 11,3% inferiores a los 1.006,12 millones de Euros en 2007.

“**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 y de servicios de audio texto. Dichos ingresos se sitúan en 89,29 millones de Euros, siendo un 18,2% superiores a la cifra registrada en 2007, principalmente por el impacto de los derechos de coproducción y de la venta de servicios accesorios.

Finalmente, los **ingresos netos totales** suman 981,85 millones de Euros, por debajo (-9,2%) del dato del año anterior (1.081,65 millones de Euros).

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



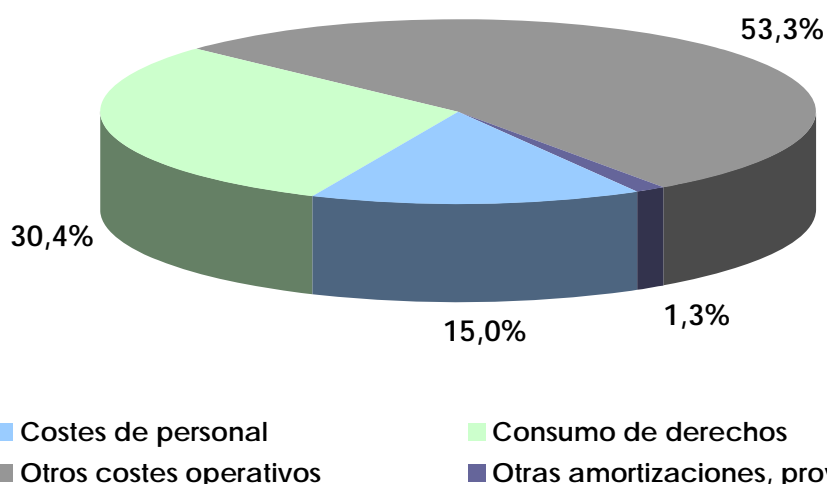
## 2.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales**, ascienden a 594,95 millones de Euros, lo que representa una reducción de 0,2% en 2008 respecto a 2007; esta reducción de costes se debe una vez más a nuestra tradicional política de gestión de costes, muy atenta al coste de la parrilla. Debemos señalar también que en el ejercicio se procedió a la reversión parcial de una provisión específica de naturaleza legal y relativa a un contencioso existente con cierta asociación de derechos. Si aislamos el impacto excepcional de la reversión de dicha provisión, los costes se habrían incrementado en un 0,7%.

**Tabla 3: Costes operativos**

<i>Millones de €</i>	2008	2007	Variación %
Costes de personal	89,22	84,85	5,1%
Consumo de derechos	180,83	188,08	(3,9%)
Otros costes operativos	316,96	318,07	(0,3%)
Otras amortizaciones, provisiones	7,94	5,39	47,5%
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>594,95</b>	<b>596,39</b>	<b>(0,2%)</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 año 2008, el 85,8% de la programación corresponde a producción propia y el 14,2% a programación de derechos de terceros (frente al 83,6% y al 16,4% de 2007, respectivamente).

### 2.3 Resultado de Explotación y Márgenes

El Resultado bruto de explotación, **EBITDA ajustado**<sup>5</sup>, alcanzó 394,85 millones de Euros con una caída del -19,5% (95,79 millones de Euros) respecto a 2007.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, ha alcanzado los 386,90 millones de Euros, con una reducción de 20,3% comparado con el año anterior.

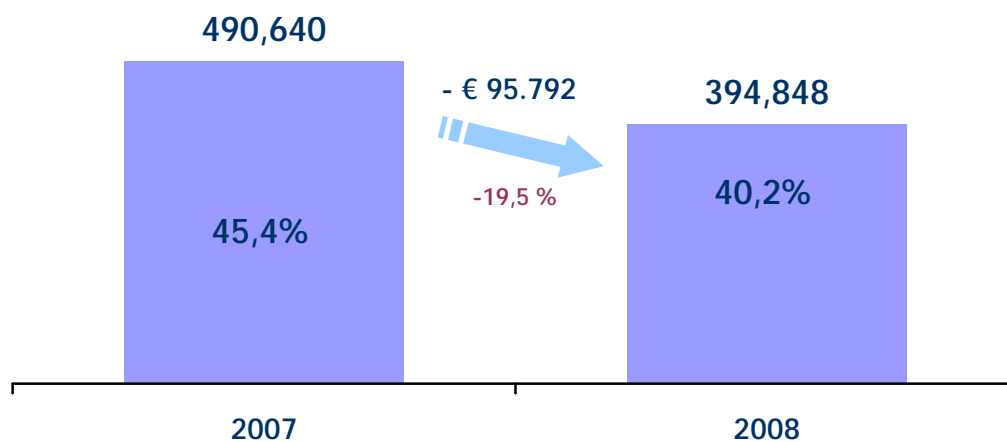
Es pertinente resaltar cómo los márgenes más significativos de la compañía se mantienen en niveles muy elevados, a pesar del contexto del mercado publicitario, que viene marcado por una caída pronunciada que se inició en el mes de mayo y cuya flexión se ha agudizado a partir del mes de septiembre. El margen de **EBITDA** sobre ingresos en 2008 se sitúa en un reseñable 40,2% y el margen de **EBIT** en un 39,4%.

**Tabla 4: Márgenes**

	2008	2007	Variación %
<i>Millones de €</i>			
Total ingresos netos	981,85	1.081,65	(9,2%)
EBITDA ajustado	394,85	490,64	(19,5%)
EBIT	386,90	485,25	(20,3%)
<b>Beneficio Neto</b>	<b>211,28</b>	<b>353,06</b>	<b>(40,2%)</b>
<b>Beneficio Neto Ajustado</b>	<b>282,57</b>	<b>362,10</b>	<b>(22,0%)</b>
EBITDA aj/ Total ingresos netos	40,2%	45,4%	
EBIT/ Total ingresos netos	39,4%	44,9%	
Beneficio Neto / Total ingresos netos	21,5%	32,6%	
Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos	28,8%	33,5%	

A pesar de la caída de los ingresos netos en este año, se han podido, mantener los márgenes operativos (**EBITDA y EBIT**) en términos porcentuales en el entorno de un excelente 40%, lo que demuestra la efectividad del modelo de negocio, en cuanto a la capacidad de sostenimiento de márgenes en circunstancias de mercado en claro deterioro.

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



<sup>5</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 -3,41 millones de Euros, frente a los 5,33 millones de Euros en el 2007; dicha reducción se explica fundamentalmente por la existencia de una mayor tesorería en 2007 hasta la inversión en Endemol, que tuvo lugar en el tercer trimestre de 2007.

Por otro lado, se ha registrado un resultado negativo de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**<sup>6</sup> de 175,85 millones de Euros. Este importe se explica casi en su totalidad por las pérdidas de la sociedad participada Edam Acquisition Holding Coop. que incluyen el resultado del preceptivo test de deterioro ("impairment test") que ha de practicarse en cada una de las unidades generadoras de caja del Grupo conforme las normas contables internacionales.

## 2.5. Resultado del ejercicio

El **beneficio antes de impuestos**, correspondiente al año 2008, alcanza los 207,65 millones de Euros frente a los 487,44 millones de Euros en 2007, lo que representa una reducción de 279,79 millones de Euros (-57,3%) respecto al año 2007 producto principalmente, de la valoración de las pérdidas en sociedades participadas a las que se ha hecho mención más arriba y a la ya comentada contracción del mercado publicitario.

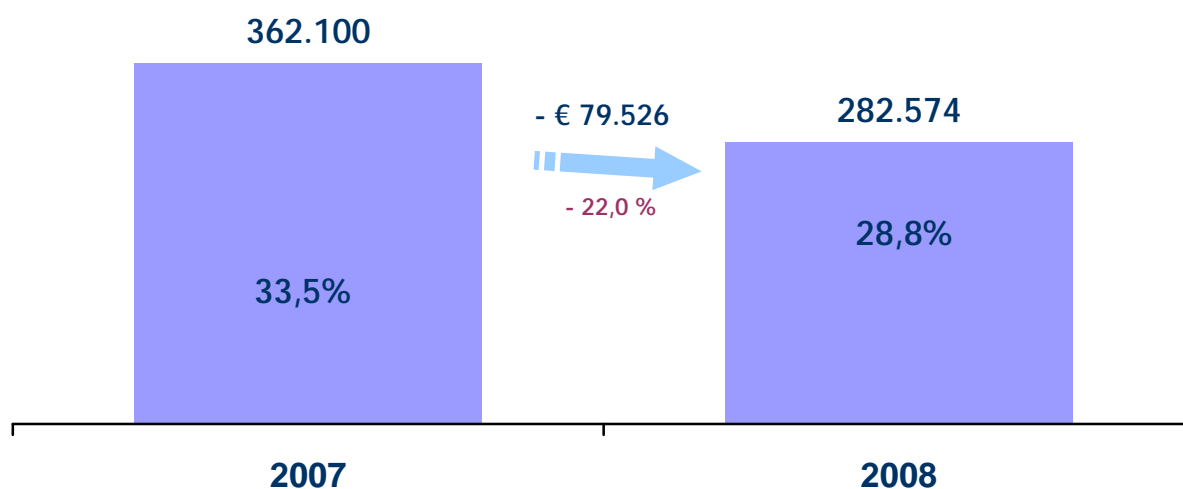
Tras contabilizar el gasto por impuesto de sociedades en 23,12 millones de Euros (frente a 137,42 millones de Euros en 2007) calculado sobre la base del tipo oficial vigente, el **beneficio neto** del ejercicio, después de minoritarios, asciende a 211,28 millones de Euros. Esto supone un decremento de 141,78 millones de Euros frente al año anterior (-40,2%).

En condiciones homogéneas a las de 2007 el Resultado Neto Ajustado, excluyendo el impacto sobre el resultado de las sociedades participadas (singularmente Endemol) de las pruebas de deterioro y de asignación del precio de adquisición, que no forman parte de los resultados operativos de las anteriormente mencionadas y que ascienden a 71,29 millones de Euros, se habría cifrado en 2008 en 282,57 millones de Euros; esto implica una reducción del 22,0% respecto al mismo período del año anterior. Dicho resultado neto ajustado supone un margen del 28,8% (33,5% en 2007) que demuestra la capacidad de resistencia y reacción del modelo de negocio de Telecinco a las circunstancias de mercado adversas.

---

<sup>6</sup> Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Premiere Megaplex S.A. (50% de participación), Pegaso Television Inc. (35%), Aprok Imagen S.L. (40% participación indirecta) y Publieci 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 Coöp (33% participación indirecta).  
[www.inversores.telecinco.es](http://www.inversores.telecinco.es)

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



### Generación de Cash Flow

El **flujo libre de caja operativo** asciende, en 2008, a 315,08 millones de Euros, respecto a los 366,79 millones del año anterior. La diferencia de 51,72 millones de Euros se explica fundamentalmente por el impacto en los cobros de clientes debida a la contracción experimentada en la demanda publicitaria a partir del segundo trimestre 2008.

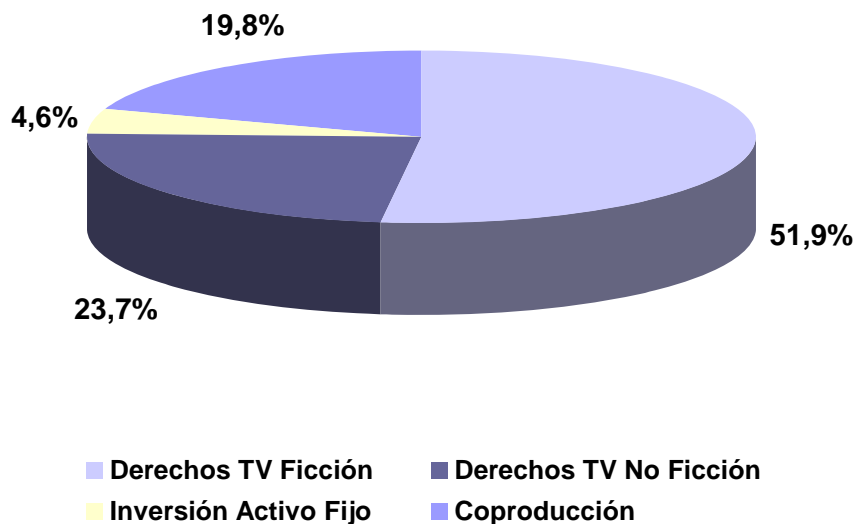
**Tabla 5: Cash Flow**

Millones de €	2008	2007	Variación en € millones
<b>Beneficio Neto antes de minoritarios</b>	184,52	350,02	(165,50)
<b>Consumo de Derechos y Amortizaciones:</b>	186,87	192,78	(5,91)
- Consumo Derechos	180,83	188,08	(7,26)
- Amortizaciones	6,05	4,70	1,35
Provisiones	1,90	0,69	1,21
Otros	135,32	23,16	112,16
<b>CASH FLOW OPERATIVO</b>	<b>508,61</b>	<b>566,65</b>	<b>(58,04)</b>
Inversión en Derechos	(186,80)	(173,72)	(13,08)
Inversiones, otras	(9,02)	(11,53)	2,51
Variación Fondo de Maniobra	2,28	(14,61)	16,89
<b>CASH FLOW LIBRE OPERATIVO</b>	<b>315,08</b>	<b>366,79</b>	<b>(51,72)</b>
Movimientos Patrimonio	(1,34)	27,74	(29,08)
Inversiones financieras	(36,82)	(464,49)	427,67
Dividendos cobrados	1,64	1,21	0,43
Pago de Dividendos	(317,56)	(314,25)	(3,31)
Variación Neta de Tesorería	(39,00)	(382,99)	343,99
<b>POSICIÓN FINANCIERA NET A INICIAL</b>	<b>13,15</b>	<b>396,14</b>	<b>(382,99)</b>
<b>POSICIÓN FINANCIERA NET A FINAL</b>	<b>(25,85)</b>	<b>13,15</b>	<b>(39,00)</b>

El “cash flow” patrimonial incluye el pago de 317,56 millones de Euros en dividendo efectuado a principio de mayo de 2008, así como la inversión financiera en CaribeVision por un importe global de € 21,5 millones.

En el año 2008, la **inversión neta total** alcanzó los 195,8 millones de Euros. El incremento ha sido de 10,5 millones de Euros, frente al mismo período del año anterior, principalmente por una mayor inversión en co-producciones cinematográficas, a las que estamos obligados por Ley (+13,2 millones de Euros) y en series de ficción nacional (+2,1 millones de Euros). Este último se ve compensado de manera coherente con la estrategia de negocio de la cadena, por una caída de la inversión en producción ajena (-2,3 millones de Euros), como se puede observar en el cuadro y explicación siguientes:

**Inversión Neta 2008:  
195,82 millones €**



#### 4. Balance de Situación

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	Diciembre 2008	Diciembre 2007
<b>Inmovilizado</b>	<b>323,61</b>	<b>510,68</b>
- Inm. Financiero	264,49	450,12
- Otro Inmovilizado	59,12	60,55
<b>Derechos y Anticipos</b>	<b>190,74</b>	<b>186,12</b>
- Terceros	96,57	104,67
- Ficción	27,26	29,34
- Coproducción / Distribución	66,90	52,11
<b>Impuesto Anticipado</b>	<b>26,31</b>	<b>19,56</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>540,66</b>	<b>716,35</b>
Activo corriente	251,79	269,14
Activo financiero y tesorería	35,11	74,84
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>286,90</b>	<b>343,98</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>827,56</b>	<b>1.060,33</b>
Fondos Propios	461,47	640,81
Provisiones	43,80	90,09
Acreedores no corrientes	0,22	0,23
Pasivo financiero no corriente	59,81	60,59
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>103,83</b>	<b>150,91</b>
Acreedores corrientes	261,10	267,51
Pasivo financiero corrientes	1,15	1,10
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>262,25</b>	<b>268,61</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>827,56</b>	<b>1.060,33</b>

El **Inmovilizado Financiero** se reduce €185,63 millones, fundamentalmente por efecto del impacto de las pérdidas en el ejercicio de la participada Edam Acquisition, que reduce su valor contabilizado en los libros del Grupo.

La evolución de la **librería** está en línea con la estrategia de negocio y la política de inversión de la compañía. En efecto, 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 y cuyos desembolsos presentan un alto perfil de volatilidad.

El **total activo corriente** se reduce, principalmente por una menor posición de tesorería y también por un menor saldo de clientes producto de la ya reseñada caída de la facturación que ha afectado especialmente a los últimos meses del ejercicio.

El **pasivo no corriente** baja producto de la reclasificación de una provisión de largo a corto plazo y en cuanto al **pasivo corriente**, aislando el efecto de la citada reclasificación, su saldo se reduce significativamente en 2008 debido principalmente a un menor peso de las provisiones por impuesto de sociedades en consonancia con un menor resultado tributable.

La **posición financiera neta** ha alcanzado, al finalizar el año 2008, la cifra de -25,85 millones de Euros después de haber distribuido 317,56 millones de Euros en concepto de dividendo y de la adquisición de la participación en CaribeVision antes mencionada.

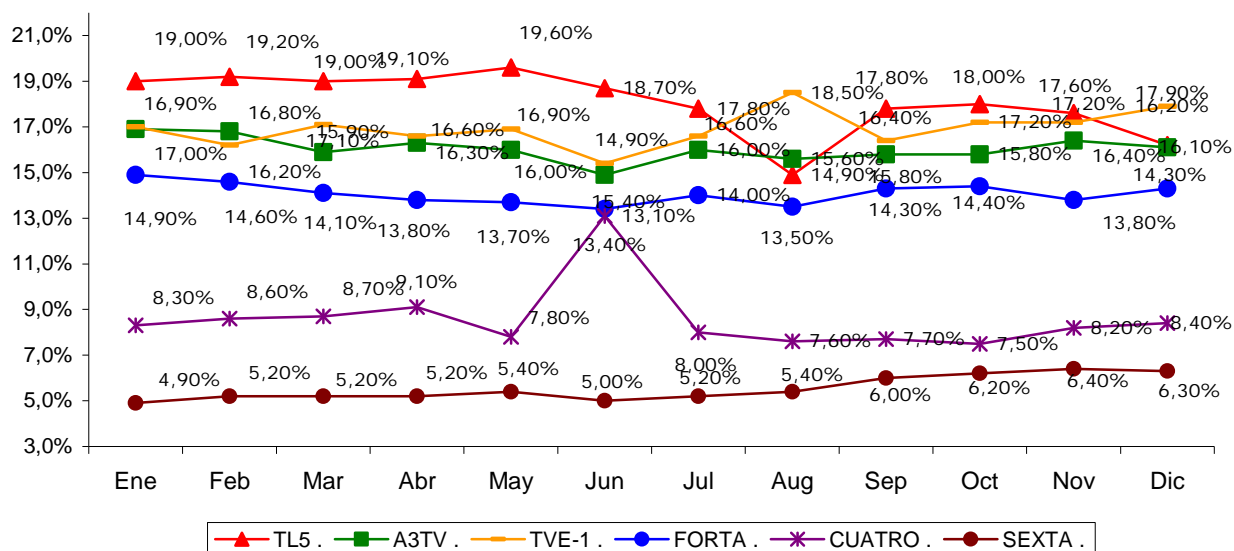
## 5. Evolución de la audiencia

Tabla 7: Audiencia media período Enero-Diciembre

	2008	2007
<b>Total Individuos</b>		
<b>Total Día</b>	<b>18,1%</b>	<b>20,3%</b>
<b>PRIME TIME</b>	<b>20,0%</b>	<b>20,9%</b>
<b>DAY TIME</b>	<b>17,2%</b>	<b>20,0%</b>
<b>Target Comercial</b>		
<b>Total Día</b>	<b>19,6%</b>	<b>22,5%</b>
<b>PRIME TIME</b>	<b>21,5%</b>	<b>23,5%</b>
<b>DAY TIME</b>	<b>18,6%</b>	<b>22,0%</b>

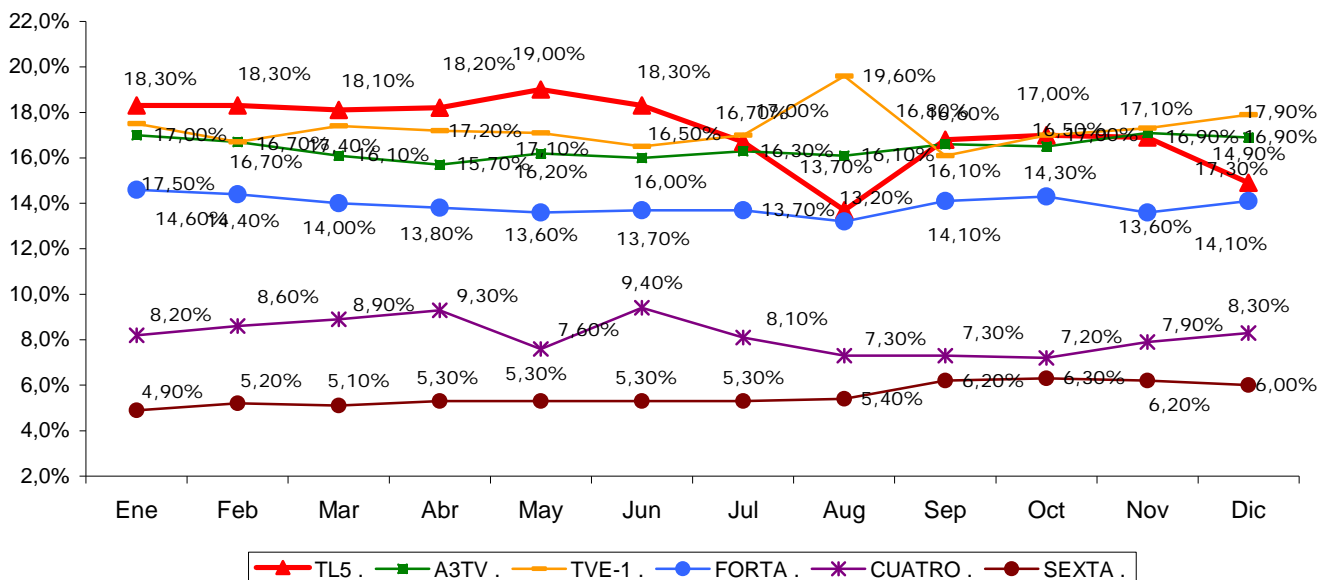
Telecinco ha cerrado el año 2008 liderando la audiencia total individuos con 18,1% de “share”, manteniendo una ventaja significativa respecto a TVE (16,9%) y a Antena 3TV (16,0%). Telecinco ha conseguido el quinto año consecutivo de liderazgo y mantiene el diferencial con los principales competidores. Destaca el resultado de Televisión Española en Agosto gracias a la retransmisión de los Juegos Olímpicos de Pekín, una vez acabado el evento las audiencias han vuelto a estabilizarse y Telecinco vuelve a ser líder tanto en 24 horas como en Day time. Cabe destacar como el dato del mes de diciembre está influenciado por las vacaciones y la consecuente modificación del perfil de audiencia gracias a la cual TVE1 volvió a liderar los registros.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



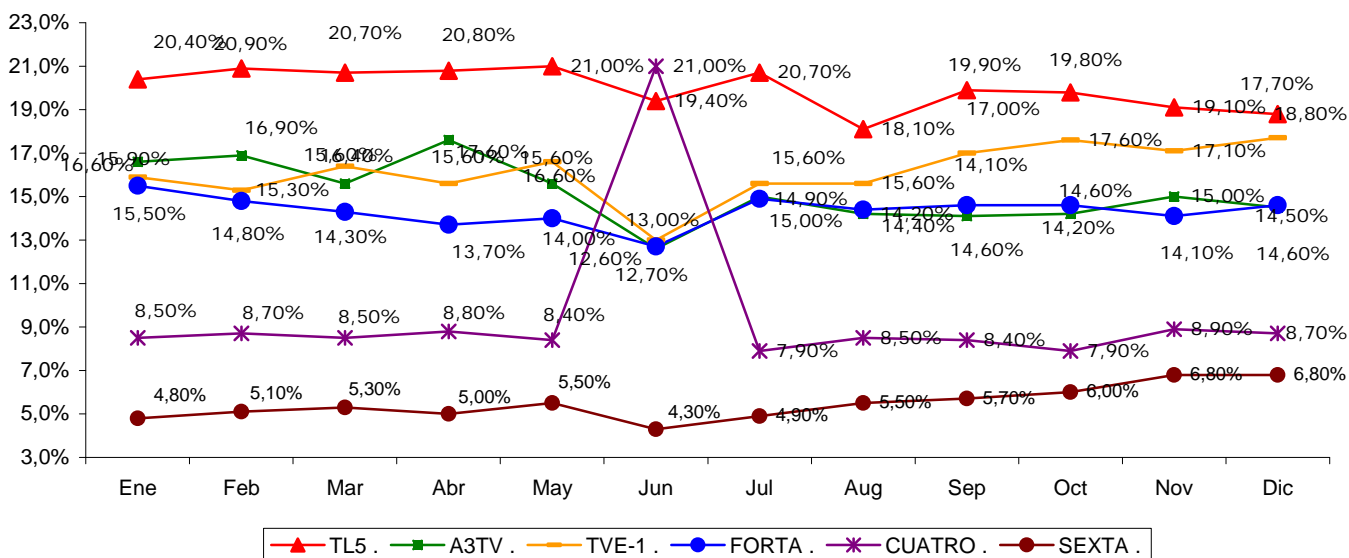
Con respecto a la cuota de audiencia en “day time”, total individuos, Telecinco ha ido estabilizando su liderazgo encima del 17% y cierra el período con una media de audiencia de 17,2%, conservando la posición competitiva frente a las demás cadenas.

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



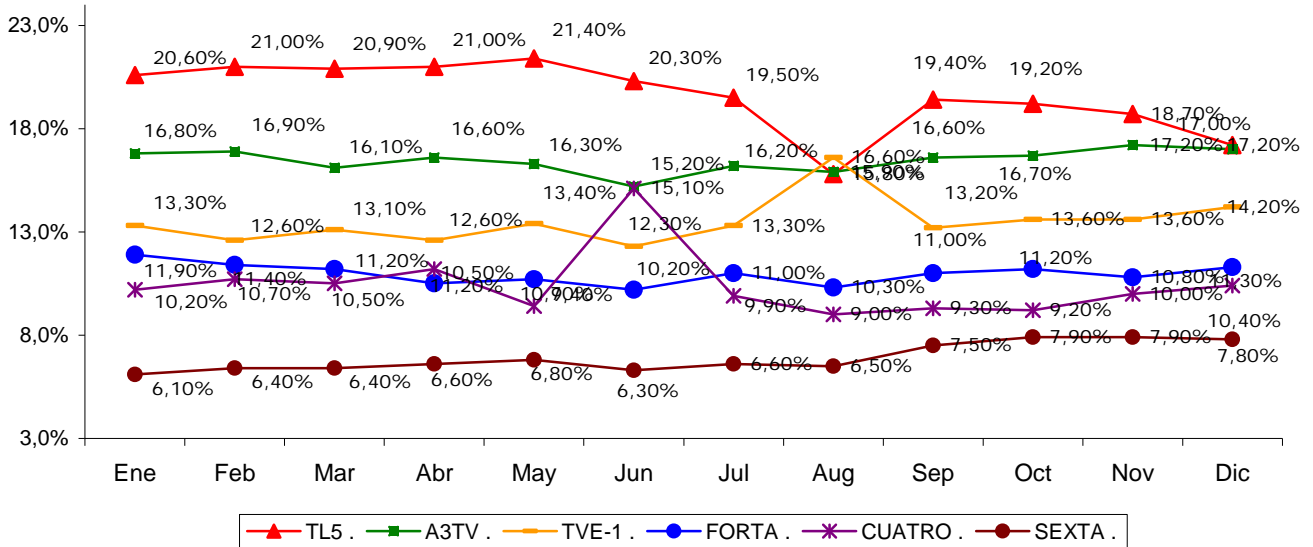
Telecinco continúa liderando en prime time (de total individuos) a gran distancia respecto de sus competidores y manteniendo los registros del mismo período de 2007, siendo la única cadena que consigue una cuota de 20% a finales de 2008. El diferencial con su inmediato competidor, TVE1, se amplió a 3,8 puntos mientras que la distancia con Antena3, tercera cadena, es de 4,8 puntos. Destaca el resultado de Cuatro en el mes de junio durante el cual la cadena emitió los partidos de la competición continental entre naciones EURO2008 que ha visto la victoria de España.

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

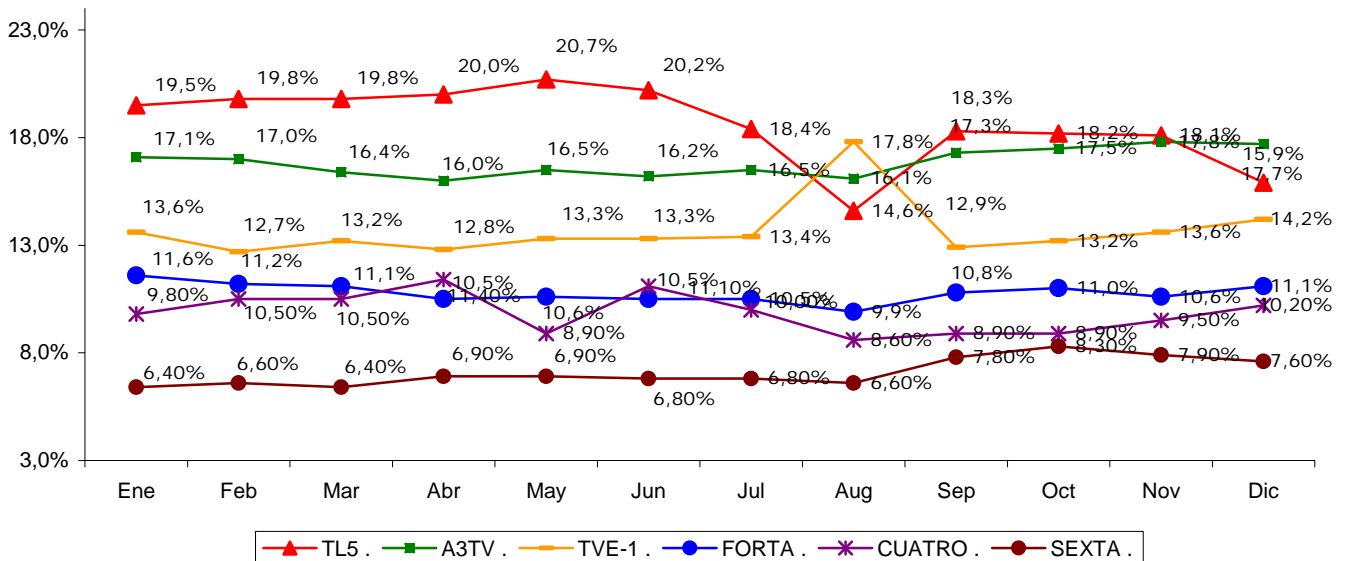


En cuanto al share de audiencia en target comercial, tanto para 24 horas como para prime time y day time, Telecinco mantiene su sólido liderazgo en el año 2008.

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



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



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

