



**TELECINCO**

**RESULTADOS  
AÑO 2006  
(Enero – Diciembre)**

**Madrid, 1 de Marzo 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 consolidados<sup>1</sup> acumulados a diciembre, destacamos:

1. Los **ingresos totales netos de explotación** aumentan un 7,1% comparado con el mismo periodo del año anterior, alcanzando 997,55 millones de euros. Ello se debe al incremento en los ingresos publicitarios brutos de Telecinco (952,24 millones de euros) que han crecido un 5,7%, a la excelente evolución de los otros ingresos publicitarios (+48%, 13,19 millones de euros) y al significativo incremento de los otros ingresos (+24,2%) que alcanzan 74,74 millones de euros. Este incremento se debe en su mayoría a la actividad de coproducción de cine español y europeo.

En el ejercicio 2006 Telecinco ha demostrado su indiscutible fortaleza para hacer frente al incremento de la competencia en el sector de televisión en abierto, superando una vez más la cifra récord de facturación alcanzada en el año anterior. Publiespaña ha conseguido fortalecer su liderazgo en facturación publicitaria incluso en un entorno de mercado más difícil con la entrada de las nuevas cadenas Cuatro y La Sexta.

La **audiencia** media del año 2006 en total individuos (total día), de 21,2% sitúa a Telecinco como primera cadena en audiencia a 1,8 puntos de diferencia con Antena 3TV (19,4%). Esta diferencia es la mayor registrada desde el año 2003. TVE-1 mantiene el tercer puesto del ranking (18,3%). Telecinco ha consolidado su liderazgo en los segmentos de audiencia más atractivos para los anunciantes. La audiencia total individuos “prime time”<sup>2</sup> alcanza el 21,4% y en “target comercial”<sup>3</sup> Telecinco consolida su histórico liderazgo con el 23,1% en total día y el 23,7% en prime time.

La **parrilla de programación** continúa demostrando su fortaleza y estabilidad, con audiencias elevadas en todas sus franjas horarias. Destacamos las audiencias<sup>4</sup> de las series de ficción Hospital Central (30,0%), Aída (27,6%), Los Serrano (25,8%) y El Comisario (24,3%), Yo Soy Bea (30,5%), así como CSI NY (27,5%), Dolce Vita (24,6%), El Programa de Ana Rosa (25,1%) y Camera Café (22,9%). El campeonato de Gran Premio de Formula 1 ha conseguido en el año 2006 superar las audiencias alcanzadas en el año anterior con una audiencia media de 48,4%.

2. Los **costes operativos totales**, de 557,98 millones de euros crecen en un +7,7%, incluyendo los costes de la TDT y de la actividad cinematográfica. Excluyendo el impacto de estas dos actividades, los costes crecen en línea con la inflación.
3. El **EBITDA ajustado**<sup>5</sup>, de 445,27 millones de euros aumenta en un 5,2% y el margen operativo **EBIT** se sitúa en 439,57 millones de euros (+6,4%). Los márgenes operativos resultantes son para el EBITDA (aj.)/total ingresos netos

<sup>1</sup> Resultados presentados según Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y Normas Internacionales de Contabilidad (NIC).

<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-diciembre

<sup>5</sup> EBITDA ajustado es después de consumo de derechos.



de 44,6% y para EBIT/total ingresos netos de 44,1%. Una vez más, Telecinco se sitúa entre las compañías más rentables de su sector.

4. El **resultado neto** después de impuestos alcanza los 314,25 millones de euros, aumentando en un 8,2 % respecto al ejercicio 2005.
5. El **flujo libre de caja**, alcanza 336,18 millones de euros, destacando la aportación del **cash-flow operativo** de 498,71 millones de euros (incremento de 34,28 millones de euros respecto al mismo periodo del año anterior).
6. La **posición financiera neta** a 31 de diciembre 2006, se sitúa en 396,14 millones de euros después 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 Ganancias

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

Millones de €	2006	2005	Variación %
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>997,55</b>	<b>931,11</b>	<b>7,1%</b>
Costes de personal	(79,48)	(75,09)	5,8 %
Consumo de derechos	(163,71)	(151,80)	7,8%
Otros costes operativos	(309,08)	(280,95)	10,0 %
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>445,27</b>	<b>423,26</b>	<b>5,2 %</b>
Otras amortizaciones, provisiones	(5,70)	(10,00)	(43,0%)
<b>EBIT</b>	<b>439,57</b>	<b>413,26</b>	<b>6,4 %</b>
Resultado de participadas	0,97	(0,19)	-
Resultado Financiero	10,03	8,39	19,5%
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>450,58</b>	<b>421,46</b>	<b>6,9 %</b>
Impuesto de Sociedades	(136,22)	(131,07)	3,9%
Minoritarios	(0,10)	(0,07)	--
<b>Beneficio Neto</b>	<b>314,25</b>	<b>290,33</b>	<b>8,2 %</b>



## 2.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

Millones de €	2006	2005	Variación %
<b>Ingresos brutos de publicidad</b>	<b>965,42</b>	<b>909,98</b>	<b>6,1 %</b>
- <b>Telecinco</b>	952,24	901,07	5,7 %
- <b>Otros medios</b>	13,19	8,91	48,0 %
<b>Comisiones y descuentos</b>	(42,61)	(39,03)	9,2%
<b>Ingresos netos de publicidad</b>	<b>922,81</b>	<b>870,95</b>	<b>6,0 %</b>
<b>Otros Ingresos</b>	74,74	60,16	24,2%
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>997,55</b>	<b>931,11</b>	<b>7,1 %</b>

Los **ingresos brutos de publicidad** correspondientes al ejercicio 2006 se han incrementado un 6,1%, alcanzando los 965,42 millones de euros.

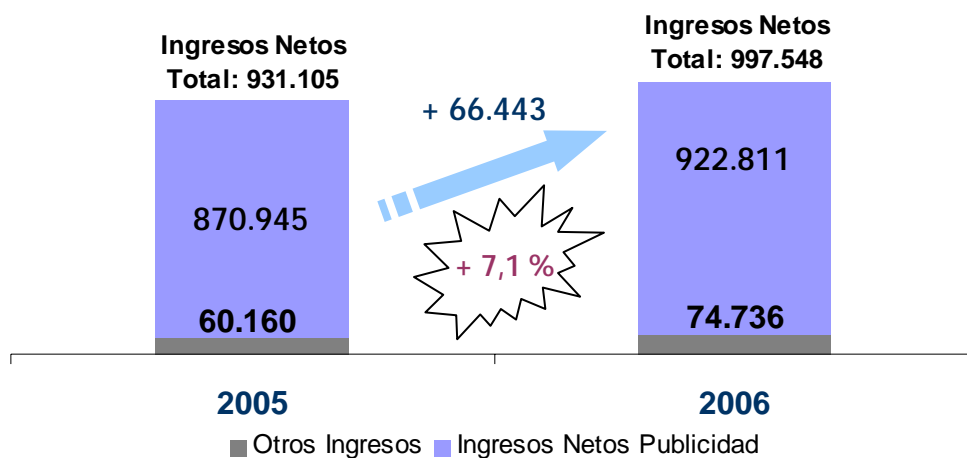
Los **ingresos brutos de publicidad** del canal Telecinco aumentan en un 5,7% situándose en 952,24 millones de euros. Telecinco alcanza una cuota de mercado de inversión publicitaria del 30,9%<sup>6</sup> consolidando su liderazgo aumentando la ventaja (3.8 pp) frente a Antena 3. Los **otros ingresos publicitarios** alcanzan los 13,19 millones de euros. Estos últimos incluyen ingresos publicitarios de otros soportes televisivos como canales temáticos y digitales, e Internet y teletexto.

Los **ingresos netos de publicidad**, después de comisiones y descuentos, aumentan en un 6,0% situándose en 922,81 millones de euros.

Los “**otros ingresos**” se sitúan en 74,74 millones de euros, mostrando un aumento significativo la explotación de los derechos asociados a la coproducción cinematográfica, así como, entre otros, los ingresos por merchandising. De esta forma se incrementa la base de ingresos independiente de la publicidad que aporta el 7,5% de la facturación total neta

Finalmente los **ingresos netos totales** de 997,55 millones de euros representan un aumento de 66,44 millones de euros, un 7,1% respecto al año anterior.

### Total Ingresos Netos, Publicidad y Otros Ingresos, en miles €



<sup>6</sup> Infoadex

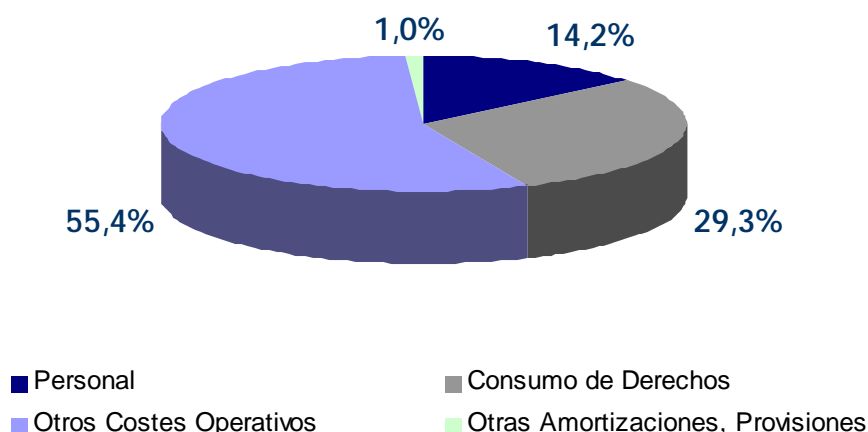
## 2.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales**, de 557,98 millones de euros, incluyendo consumo de derechos de emisión, amortización de inmovilizado, costes directos de programas y costes relacionados con la TDT y coproducción cinematográfica se han incrementado en un 7,7% en 2006.

**Tabla 3: Costes operativos**

Millones de €	2006	2005	Variación %
Costes de personal	79,48	75,09	5,8%
Consumo de derechos	163,71	151,80	7,8%
Otros costes operativos	309,08	280,95	10,0%
Otras amortizaciones y provisiones	5,70	10,00	(43,0%)
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>557,98</b>	<b>517,85</b>	<b>7,7 %</b>

**Estructura Costes Operativos**



Los costes operativos del año 2006 crecen en línea con el objetivo fijado para el ejercicio, por el cual los costes asociados al negocio de televisión tradicional evolucionan en línea con la inflación.

En términos de horas de emisión, continúa dominando en la parrilla la producción propia frente a los derechos de terceros. En el año 2006, el 80,7% de la programación corresponde a producción propia y el 19,3 % restante a producción ajena (vs. 81,0% y 19,0% respectivamente en el 2005).

### 2.3 Resultado de Explotación y Márgenes operativos

El **EBITDA ajustado** (EBITDA después de consumo de derechos) alcanzó 445,27 millones de euros, aumentando 22,01 millones de euros, es decir un 5,2%.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, ha alcanzado los 439,57 millones de euros, lo que supone un crecimiento de 26,31 millones de euros en el ejercicio (+ 6,4%).

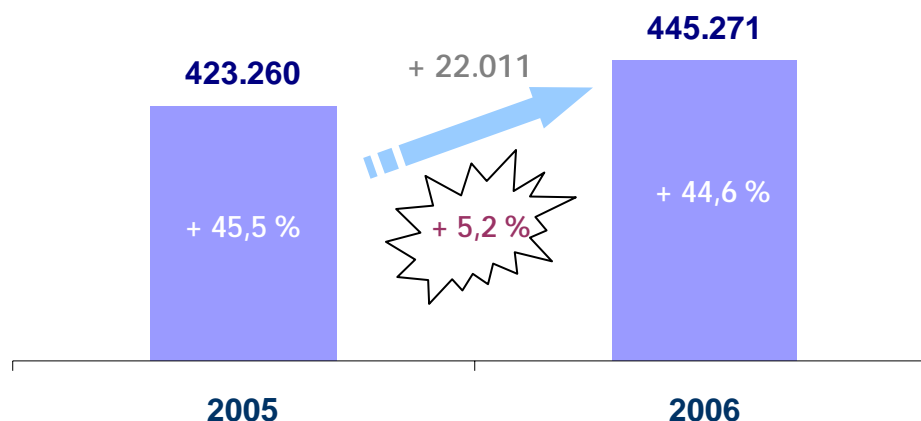
Los márgenes operativos que resultan son los siguientes:

**Tabla 4: Márgenes operativos**

Millones de €	2006	2005	Variación %
Total ingresos netos	997,55	931,11	7,1 %
EBITDA ajustado	445,27	423,26	5,2 %
EBIT	439,57	413,26	6,4 %
<b>Beneficio neto</b>	<b>314,25</b>	<b>290,33</b>	<b>8,2 %</b>
EBITDA aj./ Total ingresos netos	44,6 %	45,5 %	-
EBIT/ Total ingresos netos	44,1 %	44,4 %	-
Beneficio Neto /Total ingresos netos	31,5 %	31,2 %	-

El mantenimiento de altos márgenes operativos demuestra una vez más la efectividad del modelo de negocio, basado en un eficaz control de los costes y una política comercial efectiva en captación de inversión publicitaria. Ello ha permitido a la Compañía mantener una rentabilidad operativa excelente y hacer frente a un entorno de mercado más difícil y competitivo.

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





## 2.4. Financieros, Resultado de Participadas y Extraordinarios

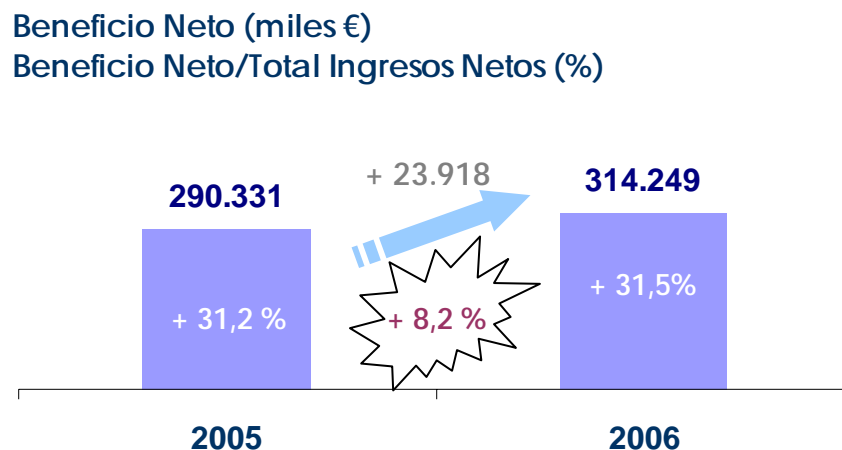
Dada la ausencia casi total de deuda financiera, se ha obtenido un **resultado financiero** positivo de 10,03 millones de euros resultante en su mayoría de los rendimientos obtenidos por la inversión de la tesorería (+ 19,5% respecto al año 2005).

Se ha registrado un resultado positivo de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**<sup>7</sup> de 0,97 millones de euros.

## 2.5. Resultado del ejercicio

El **beneficio antes de impuestos** correspondiente al ejercicio 2006 alcanza los 450,58 millones de euros frente a los 421,46 millones de euros del año 2005, lo que representa una mejora de 29,12 millones de euros (+6,9%).

Tras contabilizar el gasto por impuesto de sociedades de 136,22 millones de euros (frente a 131,07 millones de euros en 2005), el **beneficio neto** del ejercicio después de minoritarios asciende a 314,25 millones de euros, lo que supone un incremento de 23,92 millones de euros frente al mismo periodo del año anterior (+8,2%).



<sup>7</sup> 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%), Aprok Imagen S.L. (40% participación indirecta) y Publieci Televisión S.A. (50% part. Indirecta), Producciones Mandarina S.L. (30%), Hormigas Blancas Producciones S.L. (30%)  
[www.inversores.telecinco.es](http://www.inversores.telecinco.es)



### 3. Generación de Cash Flow

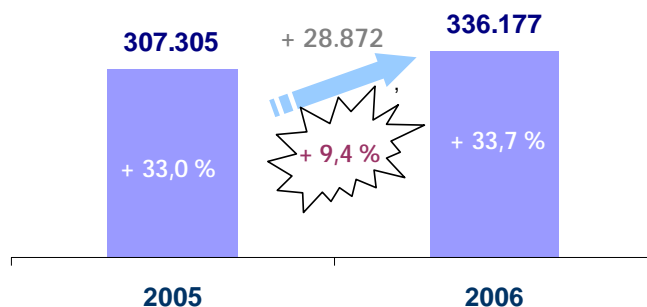
La generación de flujo de caja se ha visto impulsada una vez más por la positiva evolución de los componentes operativos. La generación de **flujo libre de caja operativo** asciende en 2006 a 336,18 millones de euros, lo que supone un aumento de 28,88 millones de euros respecto al año anterior.

Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	2006	2005	Variación en € millones
Beneficio Neto	314,25	290,33	23,92
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	169,58	161,02	8,56
- Consumo Derechos	163,71	151,80	11,91
- Amortizaciones	5,87	9,22	(3,35)
Provisiones	(0,17)	0,79	(0,96)
Otros	15,05	12,29	2,76
<b>CASH FLOW OPERATIVO</b>	<b>498,71</b>	<b>464,43</b>	<b>34,28</b>
Inversión en Derechos	(135,03)	(153,82)	18,79
Inversiones, otras	(9,93)	(9,67)	(0,26)
Variación Fondo de Maniobra	(17,58)	6,36	(23,94)
<b>CASH FLOW LIBRE OPERATIVO</b>	<b>336,18</b>	<b>307,30</b>	<b>28,88</b>
Movimientos Patrimonio	3,89	(24,63)	28,52
Inversiones financieras	(10,58)	0,37	(10,95)
Dividendos cobrados	1,15	1,07	0,08
Pago de Dividendos	(290,31)	(172,64)	(117,67)
<b>Incremento Neto de Tesorería</b>	<b>40,32</b>	<b>111,47</b>	<b>(71,15)</b>
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL</b>	<b>355,82</b>	<b>244,35</b>	<b>111,47</b>
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL</b>	<b>396,14</b>	<b>355,82</b>	<b>40,32</b>

La generación de **flujo libre de caja operativo** ha permitido conseguir un alto ratio de conversión de ingresos (total ingresos netos) en flujo libre de caja, alcanzando un nivel del 33,7%.

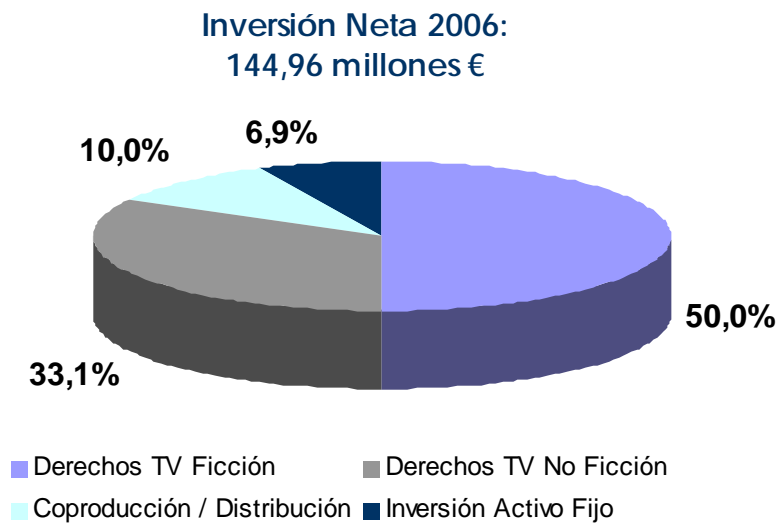
FCF Operativo (miles €)  
FCF Operativo/Total Ingresos Netos (%)







La **inversión neta total** se ha visto reducida en un 11,3% principalmente por el menor desembolso de la inversión correspondiente a la obligación de invertir el 5% de los ingresos en cine español y europeo. Este desfase tiene carácter temporal y tenderá a recuperarse en el futuro. La inversión está constituida en su mayoría por la inversión en derechos, que en el ejercicio 2006 alcanzó los 135,03 millones de euros (-12,2%). Ésta incluye la inversión en derechos de televisión de producción ajena de 72,49 millones de euros (+3,0%), la adquisición de derechos de terceros por 48,05 millones de euros (-4,1%) y la inversión en coproducción y distribución por 14,49 millones de euros (-56,5%). Esta última se recuperará según lo explicado anteriormente.





#### 4. Balance de Situación

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	Diciembre 2006	Diciembre 2005
Inmovilizado	74,95	65,21
Derechos y Anticipos	201,78	233,94
- Televisión	133,91	160,28
- Ficción	20,67	23,44
- Coproducción/Distribución	47,21	50,22
Impuesto Anticipado	17,95	19,36
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>294,68</b>	<b>318,51</b>
Activo corriente	237,68	214,54
Activo financiero y tesorería	399,18	360,28
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>636,87</b>	<b>574,82</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>931,55</b>	<b>893,33</b>
Fondos Propios	598,98	571,15
Provisiones	79,07	71,25
Acreedores no corrientes	1,41	1,45
Pasivo financiero no corriente	1,98	3,31
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>82,46</b>	<b>76,01</b>
Acreedores corrientes	249,04	245,01
Pasivo financiero corrientes	1,07	1,16
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>250,11</b>	<b>246,17</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>931,55</b>	<b>893,33</b>

La evolución de la **librería** está en línea con la evolución mostrada en los últimos periodos con disminución de los derechos de televisión de producción ajena.

El **total activo corriente** refleja mayores mayor saldo a cobrar de clientes derivado de una mayor facturación en el último trimestre y mayor tesorería. El **pasivo corriente** aumenta, entre otros, por mayor provisión por descuento comercial producto de una mayor facturación y por mayor saldo de proveedores.

Destaca la **posición financiera neta** de 396,14 millones de euros que se ha alcanzado al finalizar el ejercicio 2006 después de la distribución de dividendo con cargo a los resultados del año 2005 de 290,31 millones de euros (pay-out 100%), que ha tenido lugar el día 25 de abril 2006.

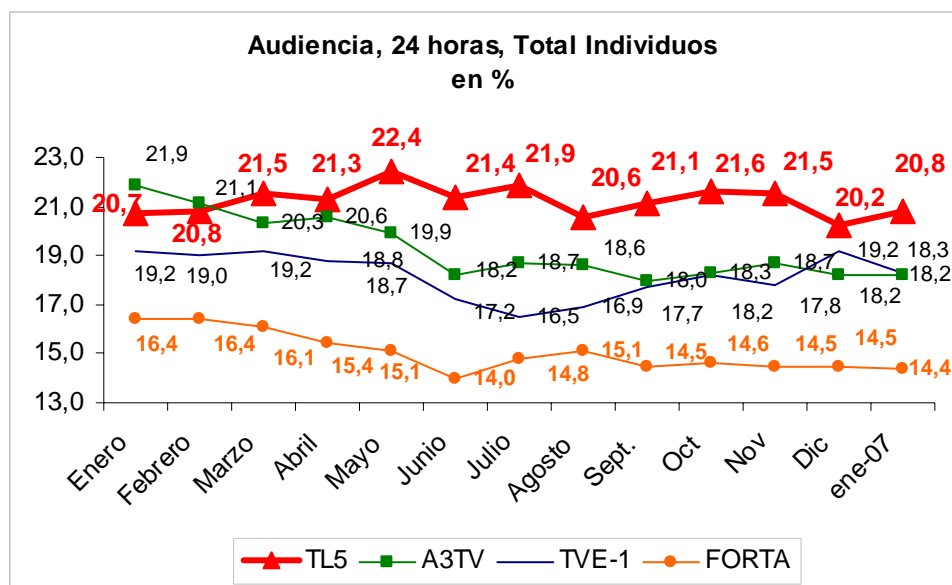


## 5. Evolución de la audiencia

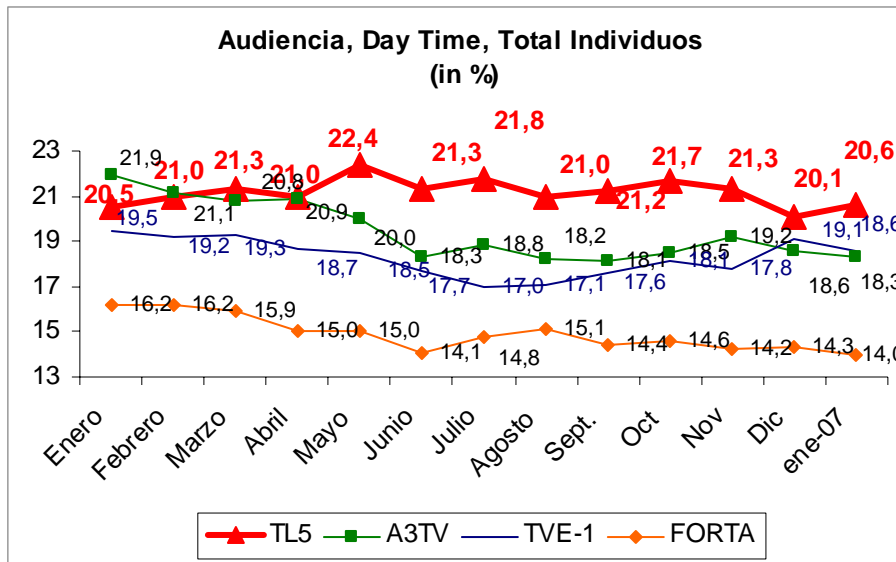
Tabla 7: Audiencia media periodo Enero-Diciembre

Share	2006	2005
Total día	21,2 %	22,3 %
Day Time	21,2 %	21,7 %
Prime Time (20:30h-24:00h)	21,4 %	22,9 %
<b>Total día, Target Comercial</b>	<b>23,1 %</b>	<b>24,7 %</b>
<b>Day Time, Target Comercial</b>	<b>22,9 %</b>	<b>24,0 %</b>
<b>Prime Time (20:30), Target Comercial</b>	<b>23,7 %</b>	<b>25,6 %</b>

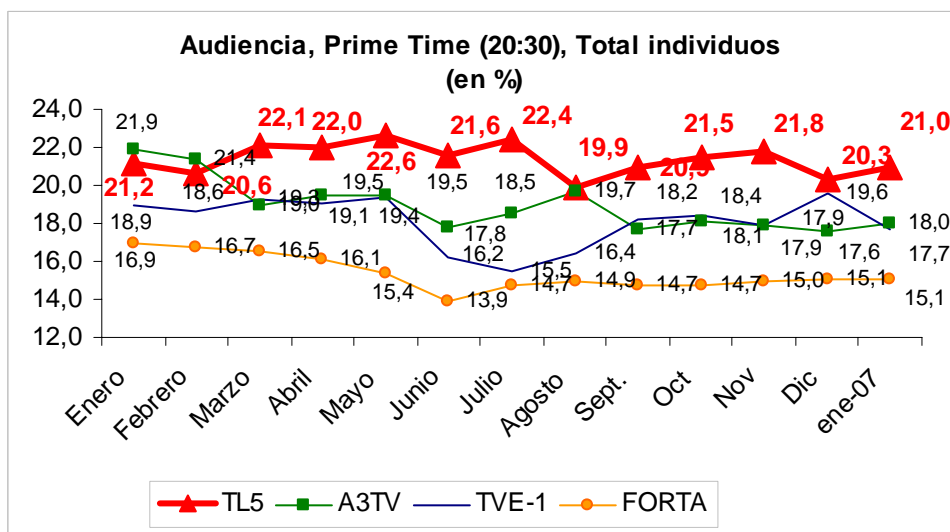
Telecinco ha cerrado el año 2006 liderando la audiencia total individuos con 21,2% de “share”, con significativa ventaja por delante de Antena 3TV (19,4%) y TVE (18,3%). Telecinco ha ido recuperando audiencia de forma progresiva a partir del mes de febrero de 2006 y ha consolidando su liderazgo a lo largo de todo el ejercicio, de manera que a finales de enero 2007 durante 11 meses consecutivos se ha situado en primera posición aumentando el diferencial con sus competidores.



Con respecto a la cuota de audiencia en “day time”, total individuos, Telecinco ha ido recuperando progresivamente altos niveles de audiencia y cierra el año con una audiencia mensual de diciembre de 20,1%, que supera en enero del 2007 con un 20,6% mejorando sustancialmente la posición competitiva frente a las demás cadenas.



Telecinco continúa liderando en prime time, total individuos a gran distancia de sus competidores. En enero 2007 el diferencial con su inmediato competidor se amplió a 3 puntos.



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, que se ve reforzado con las audiencias mostradas al inicio del año 2007.

