

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE TELECINCO
Miércoles, 11 de abril de 2007

DISCURSO DE ALEJANDRO ECHEVARRÍA, PRESIDENTE

Buenos días señoras y señores:

Muchas gracias por asistir a la tercera Junta General de Accionistas, en la que vamos a presentar y analizar las cuentas de 2006 y el contexto que las ha hecho posible.

Me complace enormemente poder comenzar mi exposición diciendo exactamente lo mismo dije que en las dos Juntas precedentes: que un año más, Telecinco es la cadena de referencia del mercado televisivo español, y lo es en todos los parámetros propios de los medios de comunicación: audiencia, ingresos y beneficio; lo cual le permite mantener el estatus de empresa de comunicación más rentable de España y una de las más rentables de Europa.

(Consideraciones económicas)

Dicho esto, parece obligada una referencia al contexto económico español, en el que este resultado ha sido posible, no sólo por que el Grupo opera exclusivamente en este mercado, sino porque más del 90% de sus ingresos brutos proceden de la venta de publicidad, actividad fuertemente correlacionada con las variables macroeconómicas básicas.

Pues bien, la economía española ha evolucionado favorablemente durante 2006, con una tasa de crecimiento interanual del PIB del 3,9%, superior a las registradas en los principales países europeos, lo cual se ha traducido en un sensible incremento de la inversión publicitaria.

Como factores menos positivos, cabe señalar el mantenimiento de un diferencial de inflación notable, de dos puntos, con la media de la Unión Europea, y las subidas de tipos de interés por parte del Banco Central Europeo, tendencia peligrosa considerando el alto grado de

endeudamiento de las familias españolas. Tampoco las señales de debilitamiento de la economía americana han jugado a favor.

Son factores, todos ellos, cuya evolución futura habrá que observar con cautela.

(Resultados de Telecinco)

En este contexto, los resultados económicos del Grupo en 2006 sólo pueden calificarse como excelentes, y demuestran que la compañía continúa creando valor para sus accionistas, con una gestión orientada a marcar nuevos máximos en beneficio neto y en rentabilidad operativa.

1.- Los ingresos consolidados netos de explotación han crecido en el año 2006 un 7,1% alcanzando los 997,6 millones de euros. El liderazgo en audiencia y la efectiva política comercial han permitido a Publiespaña volver a marcar un nuevo récord en facturación en 2006. Si tenemos en cuenta la evolución de los ingresos desde que salimos a bolsa en el año 2004, éstos han crecido más de 204 millones de euros en tan sólo 2 años. Un resultado que sin duda se debe a la exitosa e innovadora política comercial de Publiespaña.

2.- Los gastos de explotación consolidados, de 557,9 millones de euros han crecido un 7,7%. Este crecimiento se debe en gran parte al desarrollo de nuestros nuevos canales de televisión digital terrestre y al esfuerzo realizado en la producción y explotación de películas europeas, tal y como nos obliga la Ley.

Si tenemos en cuenta la evolución desde la salida a bolsa en el año 2004, los costes operativos se han mantenido bajo control con un crecimiento medio anual del 5,8%.

3.- Gracias al control de costes y a la positiva evolución de los ingresos, el margen bruto operativo EBITDA de la Compañía crece en 2006 un 5,2% y alcanza los 445,3 millones de euros. En este año (2006) el margen bruto operativo ha sido un 48% mayor que en 2004, el año de nuestra salida a bolsa.

Telecinco mantiene de esta forma su posicionamiento en el ranking de las compañías más rentables de su sector, no sólo en España y Europa, sino también fuera de sus fronteras

Tal y como indicado en el gráfico, el margen bruto operativo alcanzó en el año 2006 el 44,6% del total de los Ingresos de la Compañía.

4.- El Beneficio Neto se ha incrementado en el año 2006 un 8,2% y se ha situado en 314,3 millones de euros.

Ello supone que hemos convertido el 31,5% de los ingresos en Beneficio Neto.

Además, el beneficio neto obtenido es un 47% más elevado que el obtenido en nuestro año de salida a bolsa. Un indicador claro de la creación de valor para nuestros accionistas en estos últimos dos años...

5.-que también se plasma en la fuerte generación de flujo de caja que se ha fortalecido durante estos últimos años. En el 2006 Telecinco ha generado 336,2 millones de euros, que se derivan del incremento del beneficio de la compañía y el mantenimiento de la inversión. En el año 2006 el 33,7% de los ingresos consolidados se han transformado en flujo de caja y han aumentado la capacidad de repartir dividendos a nuestros accionistas.

6.- De esta manera, vamos a proponer más adelante para su aprobación en esta Junta General el reparto de un dividendo de 1,28 euros brutos por acción, lo que supone una rentabilidad por dividendo para nuestros accionistas de más del 6%. Esta rentabilidad por dividendo es actualmente la más elevada de las compañías del índice selectivo Ibex35 y de toda la Bolsa de Madrid.

7.- Con el reparto de este dividendo, Telecinco distribuye entre sus accionistas el 100% del beneficio neto generado en el año 2006, es decir 314,3 millones de euros. Telecinco ha repartido en los tres años que cotiza en bolsa un total de 777,2 millones de euros en dividendos ordinarios

8.- ... este elevado reparto de dividendos no ha impedido que Telecinco mantenga un balance sólido y saneado. La posición neta de tesorería a cierre del ejercicio 2006 alcanzaba los 396,1 millones de euros.

9.- A pesar de los excelentes resultados obtenidos por la compañía, la evolución bursátil de Telecinco ha sido difícil en el año 2006.

Toda la bolsa en general ha sufrido en una primera mitad del año marcada por las alzas generalizadas en los tipos de interés y la volatilidad de los precios del petróleo.

A partir del mes de mayo se inició una fase alcista tras la corrección de los precios del crudo y el aumento de la actividad corporativa. Esto hizo posible que la bolsa española cerrara su cuarto año consecutivo de alzas.

El Ibex 35 se revalorizó en 2006 un 32% marcando repetidas veces nuevos máximos históricos.

En este entorno Telecinco ha sido la compañía de medios de comunicación del Ibex 35 de mejor comportamiento bursátil (con una revalorización del 1,2%)

10.- ... que ha alcanzado una capitalización bursátil de 5.323 millones de euros, lo que supone un aumento de 2.820 millones de euros desde nuestra salida a bolsa.

La capitalización bursátil de Telecinco superaba a 31 de diciembre de 2006 en más de 1.500 millones de euros el valor bursátil de sus competidoras Antena 3 y Sogecable

(Liderazgo de audiencia)

Pero como había anunciado, nuestro liderazgo no es sólo económico, sino que está basado, primeramente, en un claro liderazgo de audiencias, que alcanza a todas las franjas horarias y a todos los públicos.

Pudiera parecer que con ello se sigue la tónica de los últimos años. Sin embargo, estos resultados de audiencia son especialmente elogiados teniendo en cuenta, en primer lugar, el endurecimiento del entorno competitivo que ha supuesto la aparición de dos nuevos competidores analógicos, Cuatro y La Sexta. Y, en segundo lugar, y sobre todo, que este liderazgo se ha conseguido sin descender por debajo de esa frontera virtual que supone el 20% de audiencia. Y aquí también hemos sido los únicos.

De todo ello les dará cumplida cuenta el Consejero Delegado, Paolo Vasile.

(Liderazgo en cuota mercado e ingresos publicitarios)

Pero, como bien es sabido, no se trata sólo de obtener altos niveles de audiencia. Ni siquiera los mejores. Hace falta convertir esa audiencia en rendimientos publicitarios. Y cómo no, nuestro liderazgo se ha manifestado también en este campo, obteniendo de nuevo cifras récord en ingresos y cuota de mercado publicitarios, como les explicará detalladamente el Consejero Delegado Giuseppe Tringali.

(Gobierno Corporativo)

Tampoco acaba aquí nuestro afán de superación.

La empresa moderna debe ser una empresa comprometida con su entorno, fundamentalmente con aquél que le es más cercano, el conformado por sus accionistas. Y la mejor forma de dar cumplimiento a este compromiso es generando confianza. Siendo, en fin, transparente. A este objetivo apuntan las normas de gobierno corporativo.

Como Uds. saben, en mayo de 2006 el Consejo de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) aprobó finalmente el Código Unificado de Buen Gobierno, el renombrado “Código Conthe” que recoge en un único documento todas las recomendaciones de gobierno corporativo existentes tanto a nivel nacional como internacional.

La elaboración de este Código por parte de la CNMV no ha estado exento de críticas, muchas de ellas justificadas, en las que nuestra Compañía ha tenido siempre algo que decir, individualmente o en unión de otras compañías igualmente cotizadas. Pero creo que el procedimiento seguido, el sometimiento a la pública consulta, ha dado lugar a un documento final que puede ser de gran utilidad

Este Código recoge una serie de recomendaciones que, en gran parte, estaban ya recogidas en las normas de gobierno de Telecinco.

No obstante, y sin perjuicio de que la adaptación plena al nuevo Código no se exige hasta el año que viene, el Consejo de Administración de Telecinco ha decidido su plena incorporación con un año de antelación, comprometido como está con mantener a la compañía en la excelencia del cumplimiento de las normas y recomendaciones de gobierno corporativo, es decir, en ser transparente.

Por ello, dos de los puntos que conforman el Orden del Día de la presente Junta, proponen la modificación de los Estatutos Sociales y el Reglamento de la Junta General de Accionistas, precisamente con la finalidad de adaptar sus respectivos articulados a las recomendaciones contenidas en el Código Unificado de Buen Gobierno y cumplir tres grandes objetivos:

1. Favorecer el Derecho de Asistencia a la Junta General y potenciar las competencias de ésta.
2. Aumentar asimismo las competencias del Consejo de Administración.
3. E incrementar la información pública sobre los componentes de los órganos de gobierno de la sociedad y sus decisiones.

Especial mención me merece nuestro Consejo de Administración, cuya composición se ajusta a lo recomendado en el Código Unificado, tanto en términos cuantitativos, como cualitativos: está formado por trece miembros, de los cuales sólo dos son ejecutivos, siendo los once restantes consejeros externos.

De éstos, cuatro, es decir, un tercio, son consejeros independientes, con lo cual se cumple el porcentaje requerido por el Código Unificado, alcanzándose una proporción que da cumplida respuesta a la actual composición del accionariado de Telecinco.

Para terminar con este apartado, debo mencionar otro hecho que acredita nuestro compromiso con convertirnos en una de las mejores prácticas del sector en materia de gobierno corporativo. Me refiero al diseño e implantación de un modelo de gestión Integral de Riesgos, cuyo fin es el de redefinir las políticas de gestión de riesgos corporativos, todo ello de acuerdo con los principios de “Gestión de Riesgos Corporativos COSO II”, que son los estándares internacionalmente más reconocidos en la materia.

Creo sinceramente que estamos haciendo un buen trabajo en el campo del gobierno corporativo, y así se nos ha reconocido externamente, apareciendo como la tercera compañía europea del sector de los medios de comunicación que mejor atiende a sus accionistas, en el ranking “*The top European shareholder-friendly companies of 2006*”, publicado en junio del mismo año por la revista *Institutional Investor*.

(Responsabilidad Social Corporativa)

En Telecinco entendemos la responsabilidad corporativa como un compromiso integral, que afecta a todas las dimensiones de la actividad de la cadena y a todas las relaciones que mantiene con los grupos de interés con los que se relaciona.

Somos conscientes de que estamos dando los primeros pasos en un camino de permanente mejora, ampliando año a año nuestro compromiso con la responsabilidad corporativa.

No obstante, durante el año 2006 los pasos dados han sido de suma relevancia, demostrando de forma bien clara que nuestros propósitos no se quedan en meras palabras.

Así lo acredita nuestra adhesión a iniciativas internacionales como son el “Pacto Mundial de las Naciones Unidas” en el campo del

comportamiento ético, o la “Global Reporting Initiative” en el ámbito de la transparencia y la rendición de cuentas.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es una iniciativa que nace en 1999 impulsada por el entonces Secretario General de la ONU, que pretende incidir en el ámbito del comportamiento ético de las empresas mediante la asunción de diez principios básicos en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Actualmente, más de 4.000 organizaciones en todo el mundo están comprometidas con estos principios, entre ellas Telecinco, que en noviembre de 2006 suscribió la iniciativa.

También en 2006 Telecinco entró a formar parte del conjunto de organizaciones que informan sobre su desempeño en responsabilidad corporativa utilizando la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad 2002 de Global Reporting Initiative (GRI), un estándar que permite la comparabilidad de los indicadores sociales, ambientales y económicos de los informes anuales de responsabilidad corporativa o sostenibilidad entre distintas compañías. El Informe 2006, que forma parte de la documentación que se les ha repartido, también sigue las recomendaciones incluidas en dicha versión de la guía.

Pero aparte de estos pasos formales, lo que realmente interesa a Telecinco por ser uno de los pilares sobre los que se apoya su política de responsabilidad corporativa, es mantener canales de diálogo constante con sus grupos de interés; labor que es fundamental para cualquier compañía, pero más si cabe para un medio de comunicación.

Por ello, uno de los objetivos clave de Telecinco para 2007 es la realización de una consulta general a los grupos de interés encaminada a la elaboración del próximo Informe de Actividades, Gobierno y Responsabilidad Corporativa de la compañía, que permita identificar los asuntos más relevantes relacionados con esta materia y poder, por tanto, darles respuesta en el próximo Informe.

Ya sobre el terreno, hablara de la responsabilidad corporativa de Telecinco en su rol de medio de comunicación audiovisual, es hablar, especialmente, de “12 meses, 12 causas”.

Después de siete años de andadura, el proyecto solidario de la cadena es ya una referencia en el ámbito de la solidaridad y la responsabilidad social y está claramente identificado con la labor de concienciación llevada a cabo desde la pantalla, que durante este tiempo se ha centrado en acercar y explicar al público los problemas que aquejan a la sociedad moderna.

Con “12 meses, 12 causas”, Telecinco pone a disposición del público su valor más importante: la capacidad de comunicación inherente a la que hoy es la primera cadena de televisión del país. Este potencial se canaliza a través del nuevo concepto de publicidad social, mediante la emisión de un *spot* institucional en diferentes franjas horarias de su espacio publicitario; también a través de los contenidos de sus espacios informativos y de los programas que configuran su parrilla.

Estas causas también encuentran apoyo en las tramas que vertebran los productos de ficción y, en ocasiones concretas, en reportajes especiales. Mediante todas estas herramientas, la defensa de los Derechos Humanos, la lucha contra la discriminación o la prevención de los problemas de salud han encontrado en el proyecto una plataforma para introducirse en los hogares de los ciudadanos, instalarse en sus conciencias y lograr su implicación y complicidad en las causas propuestas cada mes.

Es en 2006 cuando se ha dado un paso más para aprovechar todos los recursos que ofrecen las nuevas tecnologías y los emergentes canales de comunicación, de manera que la página www.docemesesdocecausas.com, el correo electrónico y el teléfono móvil se han convertido en aliados esenciales para lograr una mayor capacidad de penetración a través de acciones especiales que han supuesto el complemento perfecto del *spot* institucional dedicado a cada causa y del apoyo prestado por los espacios de la cadena.

La fuerza de “12 meses, 12 causas” y la incuestionable eficacia de sus campañas han sido rápidamente comprendidas por instituciones y organizaciones de diversa índole, que no han dudado en adherirse a Telecinco para apoyar sus acciones solidarias. Sólo en 2006, la cadena contó con la colaboración y el aval de la Dirección General de Tráfico en el desarrollo de la causa de junio “Por una conducción

responsable”; el Instituto de la Mujer se implicó en la campaña “Contra la violencia de género”; la Asociación Española contra el Cáncer trabajó conjuntamente con Telecinco y aportó su experiencia a la causa “Por una vida sin tabaco” y el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales colaboró en mayo “Por la igualdad de oportunidades en el trabajo”.

En fin, la maduración de “12 meses, 12 causas” en sus siete años de existencia se ha materializado en la Fundación Telecinco “12 meses, 12 causas”, creada para encauzar todas las acciones llevadas a cabo dentro del proyecto, y en la creación de los Premios Telecinco “12 meses, 12 causas”, cuya tercera edición se ha celebrado en 2006 para reconocer la labor solidaria de personas, empresas y colectivos.

Nos sentimos orgullosos de la labor que estamos realizando y estamos comprometidos a seguir avanzando en ésta y otras vías sociales.

(Contexto político-legal)

No quiero dejar pasar esta gran oportunidad para realizar también un breve análisis del contexto y los retos al que las cadenas de televisión privada, y en concreto Telecinco, han hecho frente y deben seguir haciéndolo en el futuro.

El año 2006 no ha sido un año exento de tensión y problemática sectorial, y todo parece indicar que éste seguirá siendo el común denominador en los próximos tiempos.

A.- Al intento de acelerar la implantación de la televisión digital siguió, contradictoriamente, la creación de dos nuevas licencias de televisión en abierto; avocándose al sector a un contexto en el que la fragmentación tanto de audiencias, como de ingresos, parecía difícil de eludir. No obstante, Telecinco lo ha conseguido y permanece, al contrario de sus competidores, en los rangos de audiencia, facturación y beneficio que le son característicos.

Este nivel de logro es atribuible, única y exclusivamente, a Telecinco, pues ninguna ayuda se ha recibido desde el Gobierno, comprometido como estaba a compensar la alteración del equilibrio competencial que

había provocado, con una reducción cuantitativa y cualitativa de la publicidad de Televisión Española.

Sin embargo, estas medidas siguen sin llegar, a pesar de que ya está casi ultimada la reestructuración de TVE. No sólo eso, sino que se está experimentando un incremento notable en los índices de saturación publicitaria de esta cadena pública, lo que no hace sino enfatizar los graves defectos concurrenciales que le son propios, al disfrutar de una doble fuente de financiación, pública y privada.

Esta situación debe cesar de inmediato y el Gobierno debe, de una vez, dar respuesta al compromiso contraído con las televisiones privadas e imponer claros límites publicitarios a las cadenas públicas; a todas, empezando por Televisión Española.

B.- No ha sido éste el único flanco en el que hemos tenido que desplegar una firme defensa de nuestros intereses. La renombrada Ley del Cine nos ha exigido grandes dosis de resistencia frente a las declaradas intenciones del Ministerio de Cultura de incrementar nuestras aportaciones financieras a la producción cinematográfica llamada independiente.

La iniciativa legislativa pretendía endurecer la vigente la obligación de financiar la producción de largometrajes y cortometrajes europeos y españoles con el 5% de los ingresos brutos de cada televisión. Obligación contra la cual nos venimos pronunciado sistemáticamente; entre otras razones por su total inoperancia a la hora de reforzar la industria cinematográfica española o aumentar la aceptación del cine español en su conjunto.

Además, Telecinco tiene impugnada esta obligación legal con fundadas esperanzas de que sea declarada finalmente inconstitucional y contraria a los Tratados de la Unión Europea.

Así las cosas, por si la imposición de dicha exacción fuera poca ingerencia en el principio constitucional de libertad de empresa, el Ministerio de Cultura ha optado, no por mitigarla, como procedía, sino por endurecerla aún más llevándola a extremos rayanos con la expropiación. No sólo se detrae un cinco por ciento de los recursos del sector televisivo para destinarlo a otro sector empresarial extraño, sino

que ahora se pretendía imponer a las televisiones reglas sobre “donde” y “cómo” destinar dicha obligación de inversión. Justo cuando, gracias a la contribución, no sólo económica, de las televisiones ha conseguido el cine español sus más altas cuotas de éxito nacional e internacional. Películas como “Alatriste” o “El Laberinto del Fauno”, ganadora entre otros galardones de tres Oscars, no hubieran sido posibles sin la contribución cuantitativa y cualitativa de Telecinco.

Confiamos en que el Gobierno pueda sembrar cierta racionalidad en esta cuestión, reconduciendo una situación que, de otra forma, está avocada al permanente enfrentamiento.

C.- Mención especial requiere, también dentro del ámbito competencial del Ministerio de Cultura, la persistente ausencia de una herramienta eficaz en la resolución de conflictos entre las Entidades de Gestión de Derechos de propiedad intelectual y los usuarios, entre ellos las televisiones.

Carece del más mínimo sentido que dichas entidades de gestión, que constituyen monopolios cada una de ellas por separado, tenga libertad absoluta para fijar, sin límite, sus propias tarifas sin el más mínimo control por parte del Ministerio competente. Pero incluso llegando a aceptar esta situación, lo que desde luego es inaceptable es que no se haya arbitrado aún un órgano y procedimiento eficaces para resolver de una vez por todas los innumerables conflictos que anegan, inútilmente, nuestros juzgados y tribunales, incapaces de resolver unos conflictos que sólo se deben a una incorrecta articulación legal.

Por lo tanto, también en este campo exigimos al Gobierno que cumpla con su compromiso, y actúe de forma inmediata para corregir una situación de auténtico abuso de derecho por parte de las entidades de gestión de la propiedad intelectual.

D.- En este breve recorrido por el contexto normativo, me gustaría refrendar nuestro permanente apoyo al Gobierno en todas aquellas iniciativas que sirvan para impulsar una racional y equilibrada sociedad de la información.

No es, desde luego, la primera vez que reclamamos una **Ley General Audiovisual**, que compile, aclare y actualice toda la legislación

dispersa existente en materia audiovisual. Pero hasta ahora, los textos propuestos apuntaban más a reforzar las facultades intervencionistas del poder público que a liberalizar el sector.

No obstante, la última iniciativa proveniente del Ministerio de Industria en este campo parece haber empezado a asimilar el cambio de enfoque que venimos propugnando, propiciando un diálogo que estamos dispuestos a impulsar.

E.- Por último, resulta obligada una referencia a la Televisión Terrestre Digital, donde debería bastar decir que, aparte del esfuerzo a realizar por las televisiones, resulta imprescindible una decidida aportación por parte de las Administraciones Públicas. Aportación que debe venir, y sustancialmente, del campo económico. Pero no sólo.

Es necesario crear el contexto ideal para que se produzca el tránsito de la televisión analógica a la digital; medidas que deben afectar, por supuesto, a las televisiones, pero también a los productores de contenidos, a los fabricantes y distribuidores de receptores, a los instaladores de antenas; es decir, a todos los sectores implicados. Todo ello presidido por el principio de eficiencia, al objeto de no distraer recursos infructuosamente, pues de nada sirve, por ejemplo, exigir a las televisiones que cubran con sus emisiones el 80%, incluso el 96% del territorio, cuando el grado de penetración de la TDT, es decir, el número de hogares preparado para recibir tales emisiones no llega al 35%.

No quiero despedirme sin agradecer a todo el colectivo de trabajadores de Telecinco y a sus directivos la gran profesionalidad y empeño de los que han hecho gala un año más, porque ellos son los que han convertido a Telecinco en una empresa de comunicación modélica en Europa.

A ellos y a los numerosos accionistas que han depositado su confianza en nosotros, muchas gracias.