



**RESULTADOS
PRIMER TRIMESTRE 2005
(Enero – Marzo)**

Madrid, 4 de Mayo de 2005

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



0. Formato de presentación de resultados

Los resultados financieros correspondientes al primer trimestre del año 2005 y 2004 se presentan según **Normas Internacionales de Información Financiera (NIIFs)** que son de aplicación a Telecinco a partir del 1 de Enero de 2005, al igual que los datos combinados referidos al primer trimestres de 2004 que se incluyen a efectos comparativos. El formato combinado incluye siempre los resultados de Publiespaña y sus sociedades dependientes mientras el consolidado los incluye solamente durante los últimos 9 meses de 2004, una vez que Gestevisión Telecinco adquirió el 100% de las acciones de aquella. Por lo tanto el formato consolidado excluye los resultados de Publiespaña y sus sociedades participadas durante los tres primeros meses de 2004.

La información financiera adjunta en formato NIIF debe considerarse como preliminar de acuerdo con la NIIF 1 dado que la determinación final de los posibles impactos queda sujeta a las Normas Internacionales de Información Financiera e interpretaciones de las mismas, que se encuentren en vigor a la fecha de cierre de las primeras cuentas anuales consolidadas que el Grupo prepare conforme a la citada normativa, es decir, 31 de diciembre de 2005.

Los principales criterios contables introducidos por NIIFs y que afectan a Telecinco son las siguientes:

- Presentación de activos y pasivos en balance con distinción entre corriente y no corriente (NIIF1)
- Capitalización del impuesto anticipado (NIIF2)
- Adopción de NIIFs 2, 32 y 39 a estados financieros a partir del 1 de Enero de 2005



1. Principales magnitudes y hechos destacados

En los resultados consolidados acumulados a marzo, destacamos:

1. Los **ingresos netos de explotación** aumentan un 23,1% comparados con el mismo periodo del año anterior, alcanzando 213,27 millones de euros. Ello se debe, fundamentalmente, al incremento en los ingresos netos de publicidad televisiva (+23,1%), que se sitúan en 199,14 millones de euros.

El significativo aumento en ingresos se debe a la buena evolución de la audiencia, al buen resultado de la política comercial de Publiespaña, a la fortaleza del mercado publicitario en España y a la eliminación de las comisiones a agencias así como.

La **audiencia** media de los tres primeros meses del año en total individuos (total día), de 22,5% ha aumentado en 0,4 puntos respecto al mismo periodo del año anterior y ha permitido situar una vez más a Telecinco como primera cadena en audiencia por delante de TVE-1 (19,3%) y Antena 3TV (21,1%). La audiencia total individuos "prime time"¹ alcanza el 23,5%, lo que confirma a Telecinco como líder absoluto frente al resto de las cadenas. En "target comercial"² la audiencia alcanza el 24,6% en total día y el 26,2% en prime time, consolidando su histórico liderazgo.

La **parrilla de programación** continua demostrando su fortaleza, con audiencias elevadas en todos sus franjas horarias. Destacamos las audiencias³ de Los Serrano (30,9%), El Programa de Ana Rosa (26,4%) y Aquí Hay Tomate (24,8%).

2. Los **costes operativos**, de 120,24 millones de euros crecen en un +3,3%, cumpliendo con el objetivo de control de costes previsto por el management de la Compañía.
3. El **EBITDA** ajustado, de 96,18 millones de euros aumenta en un 58,9% y el margen operativo **EBIT** se sitúa en 93,03 millones de euros (+63,7%). Los márgenes operativos resultantes son para el EBITDA (aj.)/total ingresos netos de 45,1% y para EBIT/total ingresos netos de 43,6%.
4. El **resultado neto** después de impuestos alcanza los 64,52 millones de euros, aumentando en un 58,7 % respecto al primer trimestre de 2004.
5. El **flujo libre de caja**, alcanza 78,29 millones de euros debido al incremento del cash-flow operativo (+20.21 millones de euros alcanzando 103.95 millones de euros) y el mantenimiento de la inversión.
6. La **posición neta de tesorería** a 31 de marzo 2005, se sitúa en 322.25 millones de euros, antes de la distribución de dividendo con cargo a los resultados de 2004.

¹ Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 21:00h a 24:00h

² Target Comercial: Grupo de audiencia compuesto por individuos entre 13 y 54 años que vive en poblaciones superiores a 10.000 habitantes y de todas las clases sociales excepto clase baja

³ Audiencia media para el periodo enero-marzo



2. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Millones de €	1T05 NIIF	1T04 NIIF	Variación %
TOTAL INGRESOS NETOS	213,27	173,23	23,1%
Costes de personal	(17,40)	(16,69)	4,3 %
Amortización de derechos	(35,67)	(37,89)	(5,9%)
Otros costes operativos	(64,02)	(58,13)	10,1 %
EBITDA ajustado	96,18	60,52	58,9 %
Otras amortizaciones, provisiones	(3,15)	(3,71)	(15,0%)
EBIT	93,03	56,81	63,7 %
Resultado de participadas	0,22	0,21	4,0 %
Resultado Financiero	1,29	1,11	16,2%
Beneficio antes de impuestos	94,54	58,13	62,6 %
Impuesto de Sociedades	(30,01)	(17,49)	71,6 %
Minoritarios	0,00	0,02	--
Beneficio Neto	64,52	40,66	58,7 %

2.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

Millones de €	1T05 NIIF	1T04 NIIF	Variación %
Ingresos brutos de publicidad TV	208,06	172,63	20,5 %
- Comisiones y descuentos	(8,93)	(10,88)	(18,0 %)
Ingresos netos de publicidad TV	199,14	161,75	23,1 %
Otros ingresos	14,13	11,48	23,1 %
TOTAL INGRESOS NETOS	213,27	173,23	23,1 %

Los **ingresos brutos de publicidad** televisiva correspondientes a los tres primeros meses del año se han incrementado un 20,5%, alcanzando los 208,06 millones de euros.

Los **ingresos netos de publicidad** televisiva, después de comisiones y descuentos, aumentan en un 23,1% situándose en 199,14 millones de euros. A ello ha contribuido la



eliminación de las comisiones a agencias, que en el primer trimestre del 2004 equivalían a un 2% de los ingresos brutos del trimestre.

Destacamos la buena evolución de los “**otros ingresos**”, que se sitúan en 14,13 mill € con un aumento de 23,1%. Este crecimiento, mayor que el mostrado en periodos anteriores, se debe en gran parte a la buena evolución de los ingresos por la explotación publicitaria no televisiva y de servicios de SMS.

Finalmente los **ingresos netos totales** de 213,27 millones de euros representan un aumento del 23,1% respecto al mismo periodo del año anterior.

2.2. Costes operativos

Los **costes totales**, de 120,24 millones de euros, incluyendo amortizaciones de derechos de emisión y de inmovilizado, se han incrementado en un 3,3% en el primer trimestre 2005, lo que supone un aumento de 3,8 millones de euros. De este incremento, 1,3 millones de euros corresponden a costes que se ven incrementados por el aumento en otros ingresos del grupo, 1,2 millones de euros corresponden a costes asociados pagos a asociaciones de derechos por incremento en la facturación y el resto a mayores costes de estructura.

Tabla 3: Costes operativos

Millones de €	1T05 NIIF	1T04 NIIF	Variación %
Costes de personal	17,40	16,69	4,3%
Amortización de derechos producción ajena	35,67	37,89	(5,9%)
Otros costes operativos	64,02	58,13	10,1 %
Otras amortizaciones y provisiones	3,15	3,71	(15,0%)
TOTAL COSTES	120,24	116,42	3,3 %

En términos de horas de emisión, el peso en la parrilla de la producción propia frente a los derechos de producción ajena ha aumentado. En el primer trimestre 2005, el 81% de la programación corresponde a producción propia y el 19 % restante a producción ajena (vs. 78% y 22% respectivamente en los tres primeros meses del año 2004). Por ello, se incrementan los costes de producción y disminuyen las dotaciones para amortizaciones de derechos de producción ajena.

2.3 Resultado de Explotación y Márgenes operativos

El **EBITDA ajustado** (EBIT más amortización de derechos) alcanzó 96,18 millones de euros, aumentando en un 58,9% (aumento de 35,66 millones de euros).

El **resultado neto de explotación, EBIT**, ha alcanzado los 93,03 millones de euros, lo que supone un crecimiento de 36,22 millones de euros en el trimestre (+ 63,7%).



Los márgenes operativos que resultan son los siguientes:

Tabla 4: Márgenes operativos

Millones de €	1T05 NIIF	1T04 NIIF	Variación %
Total Ingresos Netos	213,27	173,23	23,1 %
EBITDA ajustado	96,18	60,52	58,9 %
EBIT	93,03	56,81	63,7 %
Beneficio Neto	64,52	40,66	58,7%
EBITDA aj./ Total Ingresos Netos	45,1 %	34,9 %	-
EBIT/ Total Ingresos Netos	43,6 %	32,8 %	-
Beneficio Neto /Total Ingresos Netos	30,3 %	23,5 %	-

2.4. Financieros, Resultado de Participadas y Extraordinarios

Dada la ausencia casi total de deuda financiera, se ha obtenido un **resultado financiero** positivo de 1,29 millones de euros resultante en su mayoría de los intereses obtenidos por la inversión de la tesorería.

Se ha registrado también un resultado positivo de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**⁴ de 0,22 millones de euros.

2.5. Resultado del ejercicio

El **Resultado antes de Impuestos** correspondiente al primer trimestre 2005 alcanza los 94,54 millones de euros frente a los 58,13 millones del primer trimestre 2004, lo que representa una mejora de 36,41 millones de euros. (+62,6%).

Tras contabilizar la provisión correspondiente a la estimación de pago del impuesto de sociedades (aplicando las correcciones y deducciones que proceden), de 30,01 millones de euros (frente a 17,49 millones de euros en 1T04), el **Resultado Neto** del ejercicio después de minoritarios asciende a 64,52 millones de euros, lo que supone un incremento de 23,86 millones de euros frente al mismo periodo del año anterior (+58,7%).

⁴ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Premiere Megaplex S.A. (50% de participación), Multipark Madrid S.A. (35%), Canal Factoría Ficción S.A. (40%), Europortal Jumpy España S.A. (50%), Aprok Imagen S.L. (40% participación indirecta) y Publici Televisión S.A. (50% part. Indirecta).



3. Generación de Cash Flow

La generación de flujo de caja se ha visto impulsada por la excelente evolución de los ingresos y la contención de costes. Adicionalmente, el mantenimiento de la inversión tiene un efecto positivo sobre la generación de **flujo libre de caja operativo** que asciende en el primer trimestre 2005 año a 78,29 millones de euros.

Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	1T05 NIIF	1T04 NIIF	Variación en € millones
Beneficio Neto	64,52	40,66	23,86
Amortizaciones:	38,69	41,38	(2,69)
- Derechos TV	35,67	37,89	(2,22)
- otros	3,02	3,49	(0,47)
Provisiones	0,14	0,21	(0,07)
Otros	0,60	1,49	(0,89)
CASH FLOW OPERATIVO	103,95	83,74	20,21
Inversión en Derechos TV	(42,51)	(47,27)	4,76
Inversiones, otras	(0,58)	(1,44)	0,86
Variación Fondo de Maniobra	17,44	24,79	(7,35)
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	78,29	59,82	18,47
Movimientos Patrimonio y otros no operativos	(0,39)	115,48	(115,87)
Pago de Dividendos	(0,00)	(115,80)	115,80
Incremento Neto de Tesorería	77,90	59,50	18,40
POSICIÓN INICIAL DE TESORERÍA	244,35	252,53	---
POSICIÓN FINAL DE TESORERÍA	322,25	312,03	---



4. Balance de Situación

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	Marzo 2005 NIIF	Marzo 2004 NIIF
Inmovilizado	67,55	71,53
Derechos	239,07	259,68
- Derechos TV	184,18	198,34
Derechos TV – Terceros	164,84	181,67
Derechos TV - Ficción	19,34	16,67
- Coproducción-Distribución	9,48	16,86
- Anticipos	45,41	44,47
Anticipos Impuestos	16,58	18,03
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	323,20	349,24
Activo corriente	175,21	136,40
Activo financiero y tesorería	326,97	316,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	502,18	452,40
TOTAL ACTIVO	825,38	801,64
Fondos Propios	542,71	438,83
Provisiones	62,52	47,56
Acreedores no corrientes	1,63	8,84
Pasivo financiero no corriente	3,60	3,78
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	67,74	60,19
Acreedores corrientes	213,81	302,43
Pasivo financiero corrientes	1,12	0,19
TOTAL PASIVO CORRIENTE	214,93	302,62
TOTAL PASIVO	825,38	801,64

La evolución de la **librería** refleja la política de contención de adquisición de derechos de producción ajena iniciada el pasado año.

Respecto al **activo circulante**, se produce un incremento que refleja principalmente el mayor saldo a cobrar de clientes producto de una mayor facturación. El **pasivo circulante** disminuye debido, entre otros, a la disminución en el saldo de proveedores.

Destaca la **posición neta de tesorería** de 322,25 millones de euros que se ha alcanzado en el primer trimestre 2005, antes de la distribución de dividendo con cargo a los resultados del año 2004.

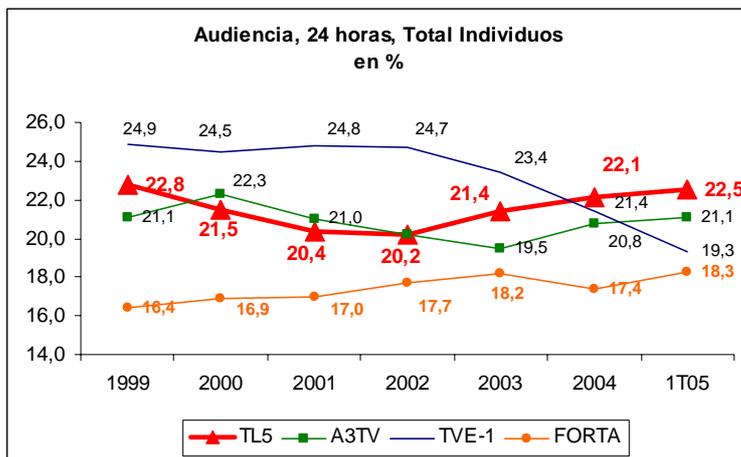


5. Evolución de la audiencia

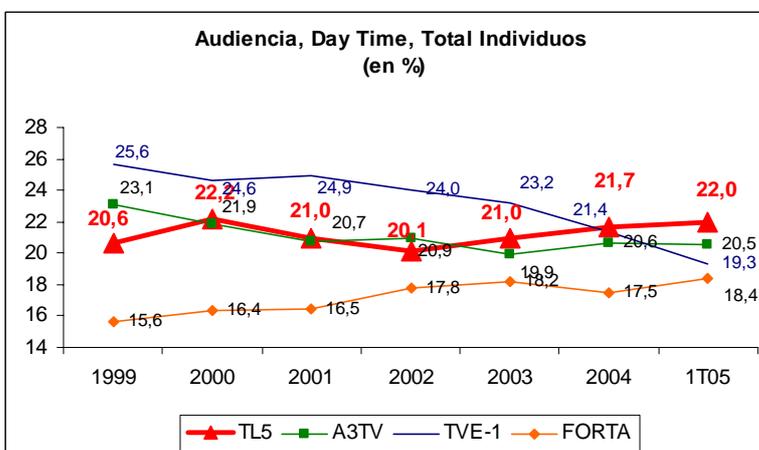
Tabla 7: Audiencia media periodo Enero-Marzo

Share	1T05	1T04
Total día	22,5 %	22,1%
Day Time	22,0 %	21,4 %
Prime Time (21:00h-24:00h)	23,5 %	23,9 %
Total día, Target Comercial	24,6 %	25,2 %
Day Time, Target Comercial	23,9 %	23,7 %
Prime Time, Target Comercial	26,2 %	28,3 %

Telecinco después de haber conseguido en 2004, por primera vez en su historia situarse como líder en audiencia total individuos, por delante de TVE-1 en cuota de mercado en audiencia 24horas total individuos, mantiene ese posicionamiento en el primer trimestre de 2005.

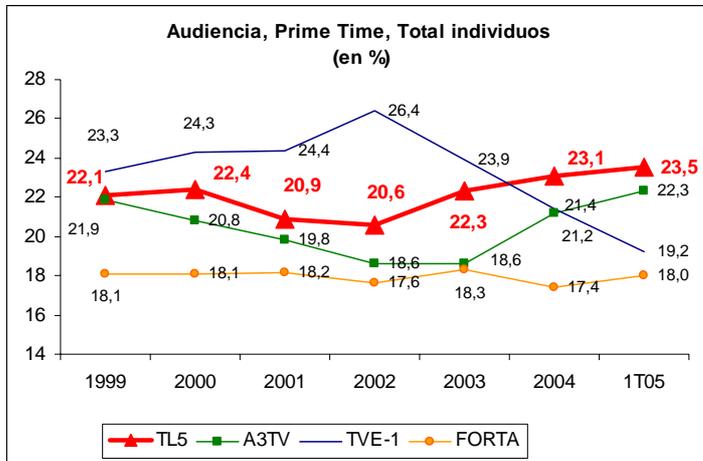


Con respecto a la cuota de audiencia en “day time”, total individuos, Telecinco también se sitúa como primera cadena en España, liderazgo que ha conseguido a partir del 2004.





También la cuota de audiencia de Telecinco en prime time, total individuos continúa superando a TVE-1 y situarse como líder en audiencia con una importante ventaja frente a sus competidores.



En cuanto al share de audiencia en target comercial, tanto para 24 horas como para day time y prime time, Telecinco consolida su absoluto liderazgo histórico manteniendo un significativo diferencial con respecto a las demás compañías del sector.

