

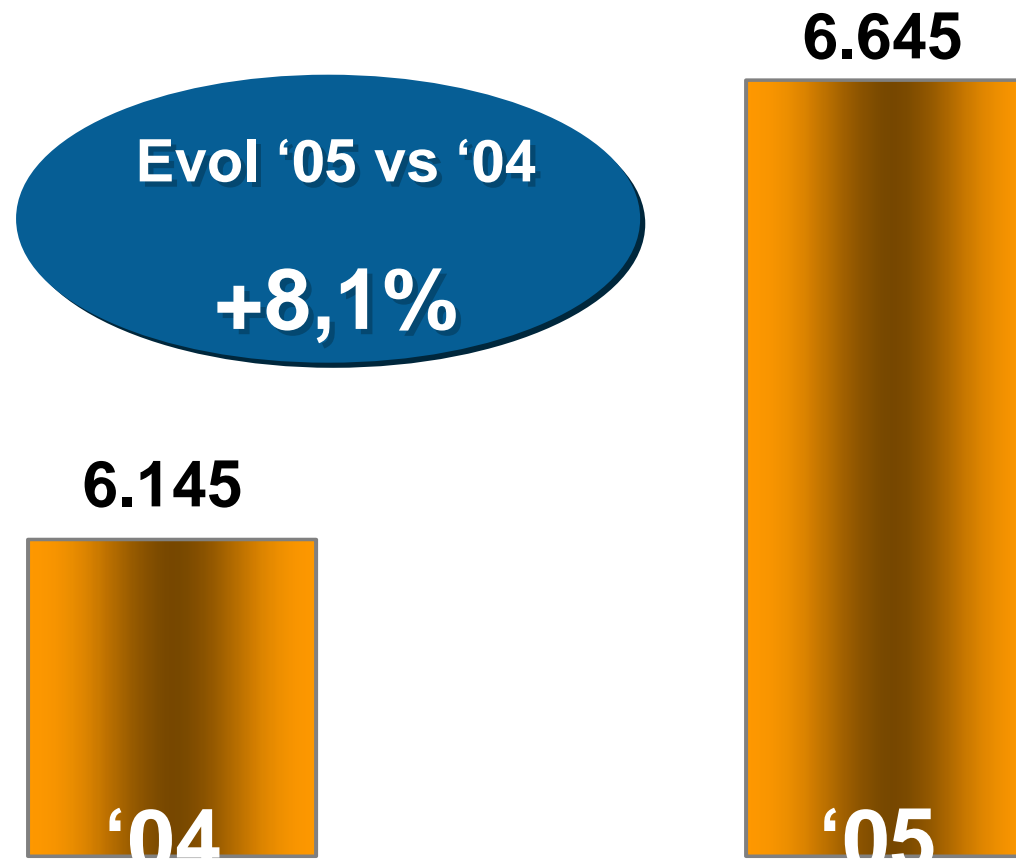


Junta
General
Ordinaria de
Accionistas
Telecinco
2006

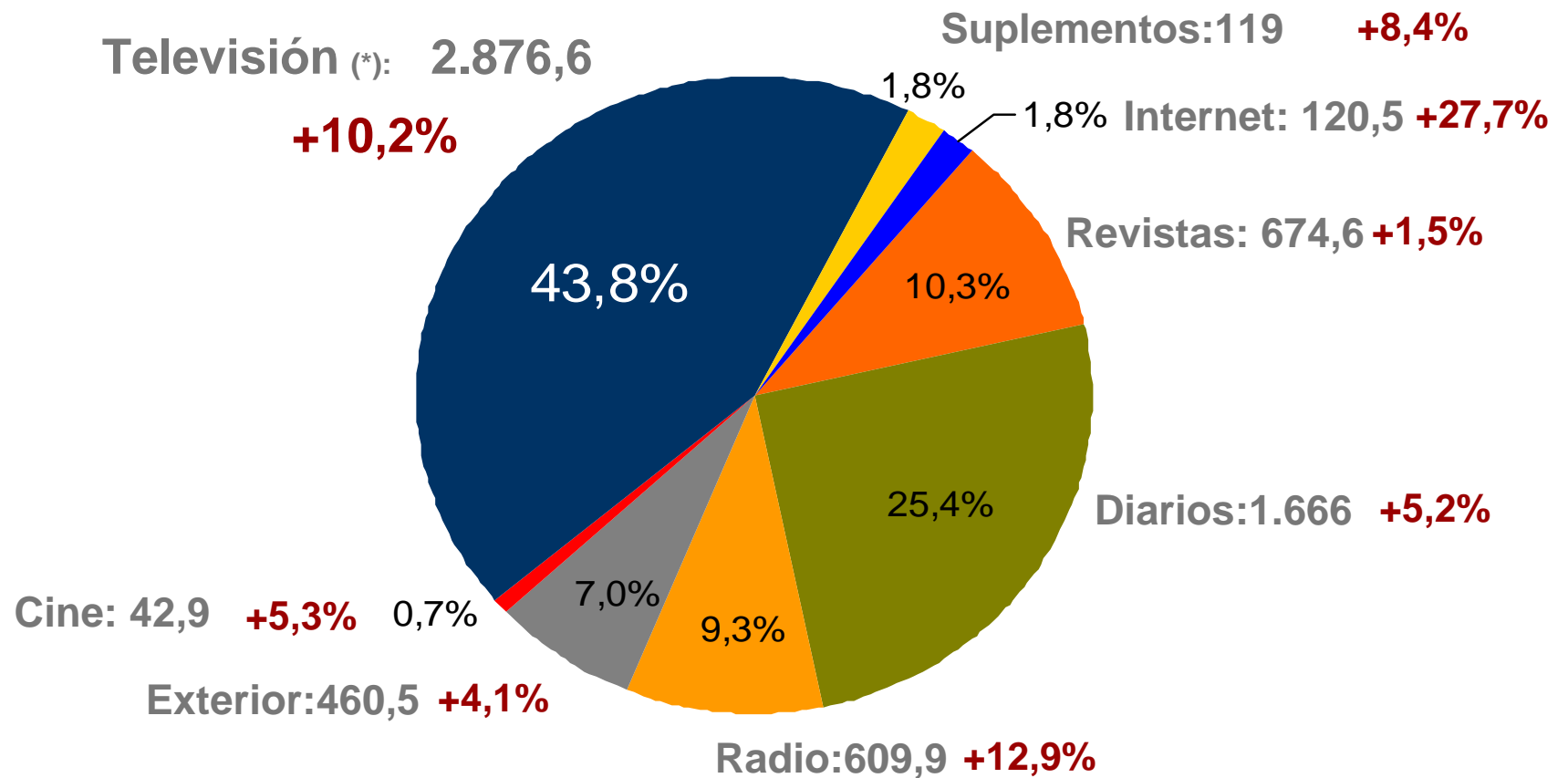
1

RESULTADOS 2005

1. EVOLUCION INVERSION TOTAL MEDIOS EN ESPAÑA 05 VS 04

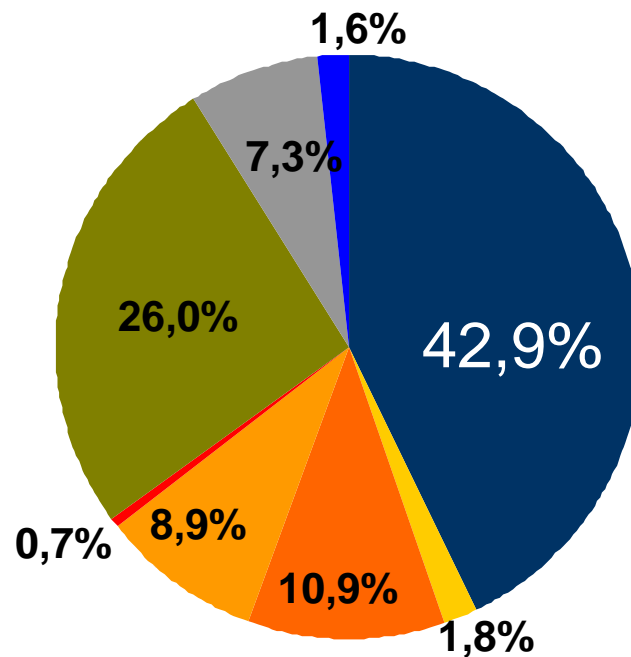


2. EVOLUCIÓN INVERSIÓN MEDIOS EN ESPAÑA 05 vs 04

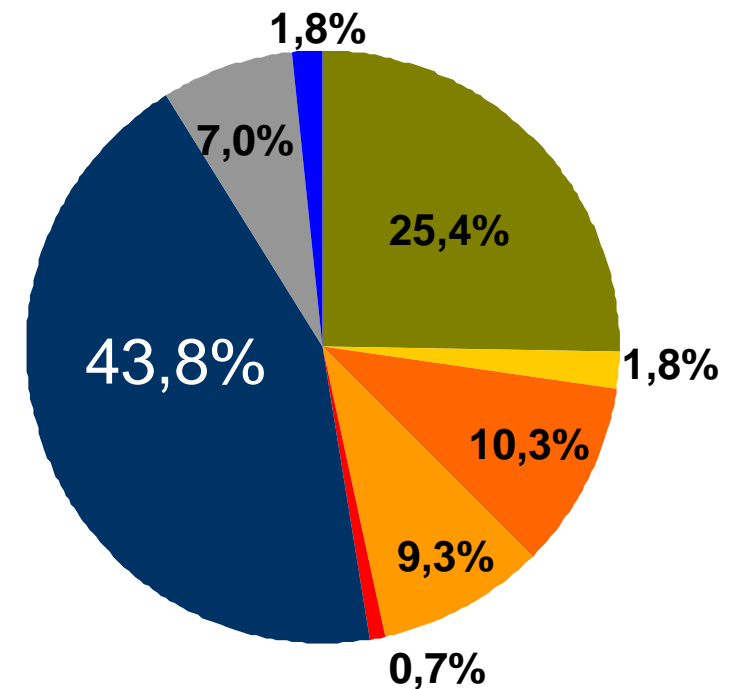


3. EVOLUCIÓN DE LA CUOTA POR MEDIOS 05 vs 04

2004



2005



■ Televisión

■ Dominicales

■ Revistas

■ Radio

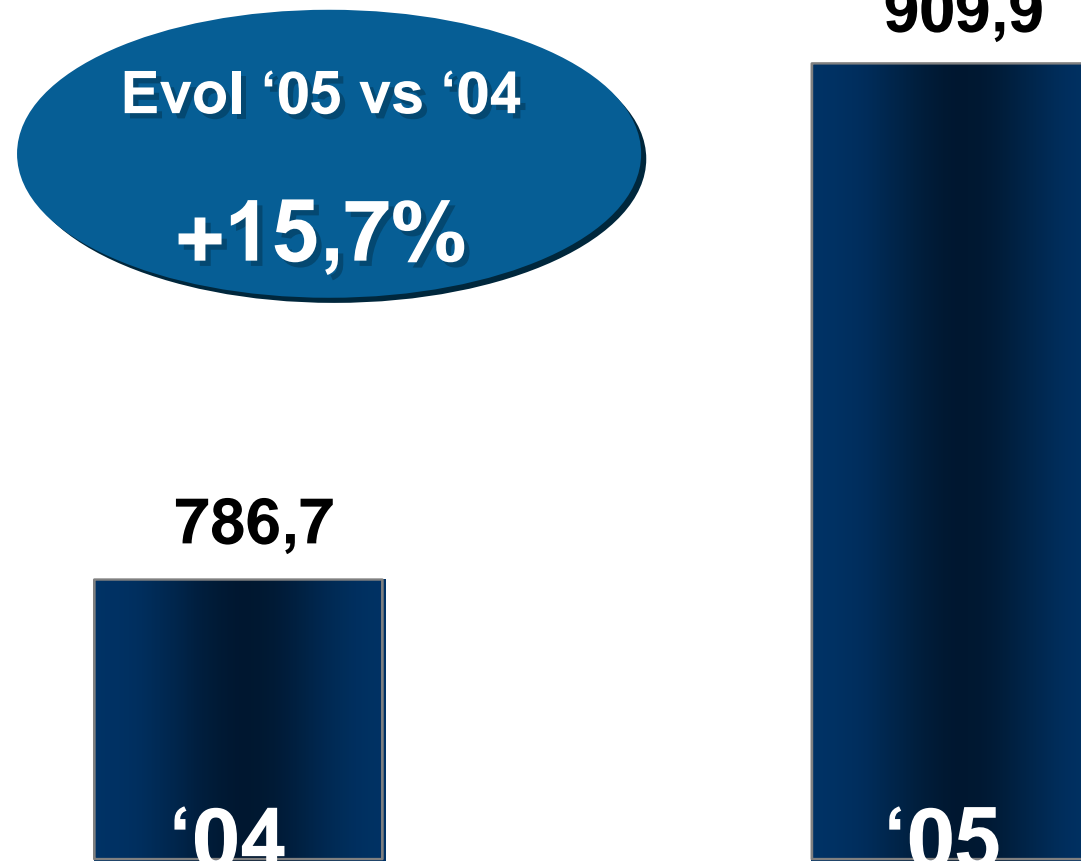
■ Cine

■ Diarios

■ Exterior

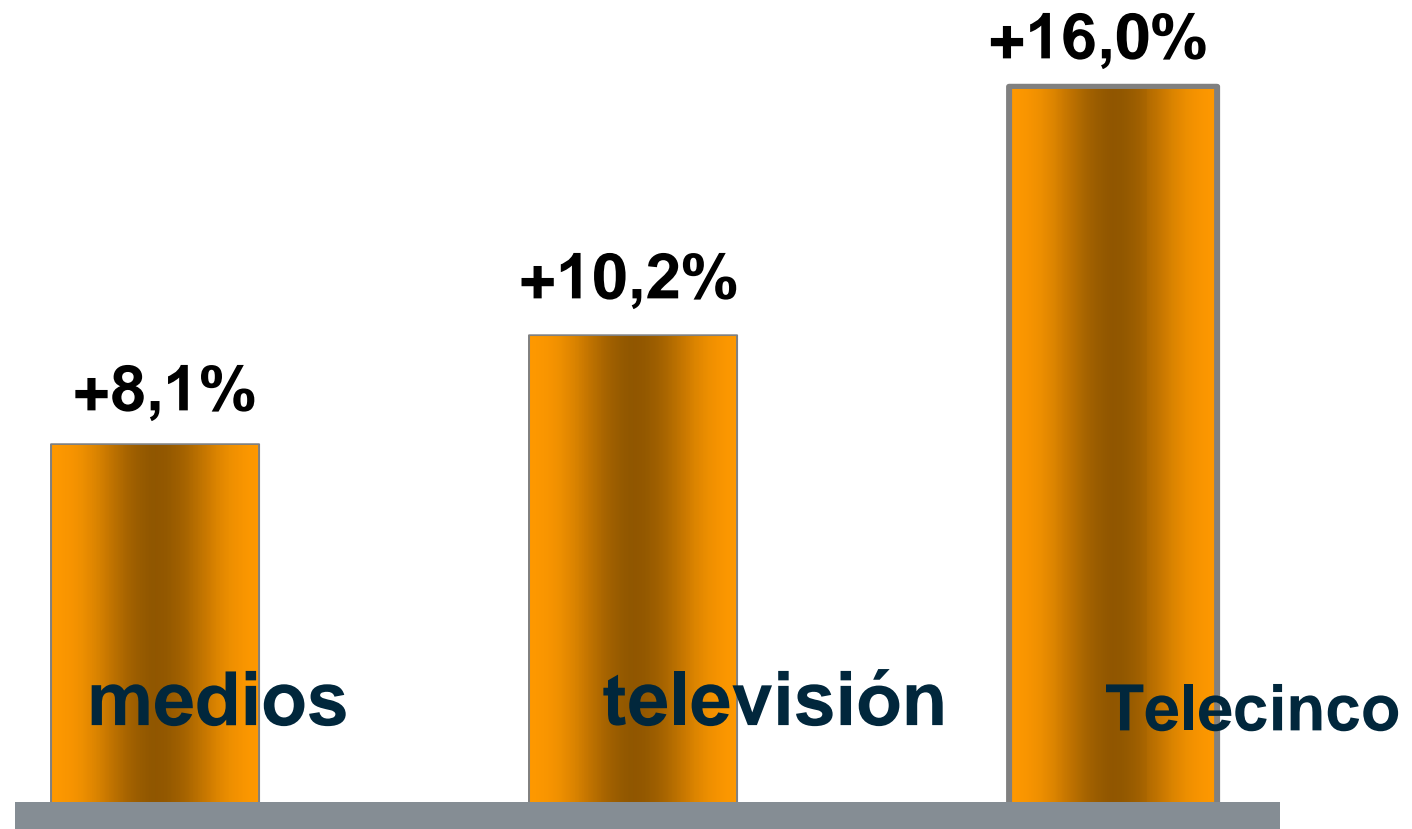
■ Internet

4. EVOLUCIÓN INVERSIÓN PUBLICITARIA GRUPO TELECINCO 05 VS 04

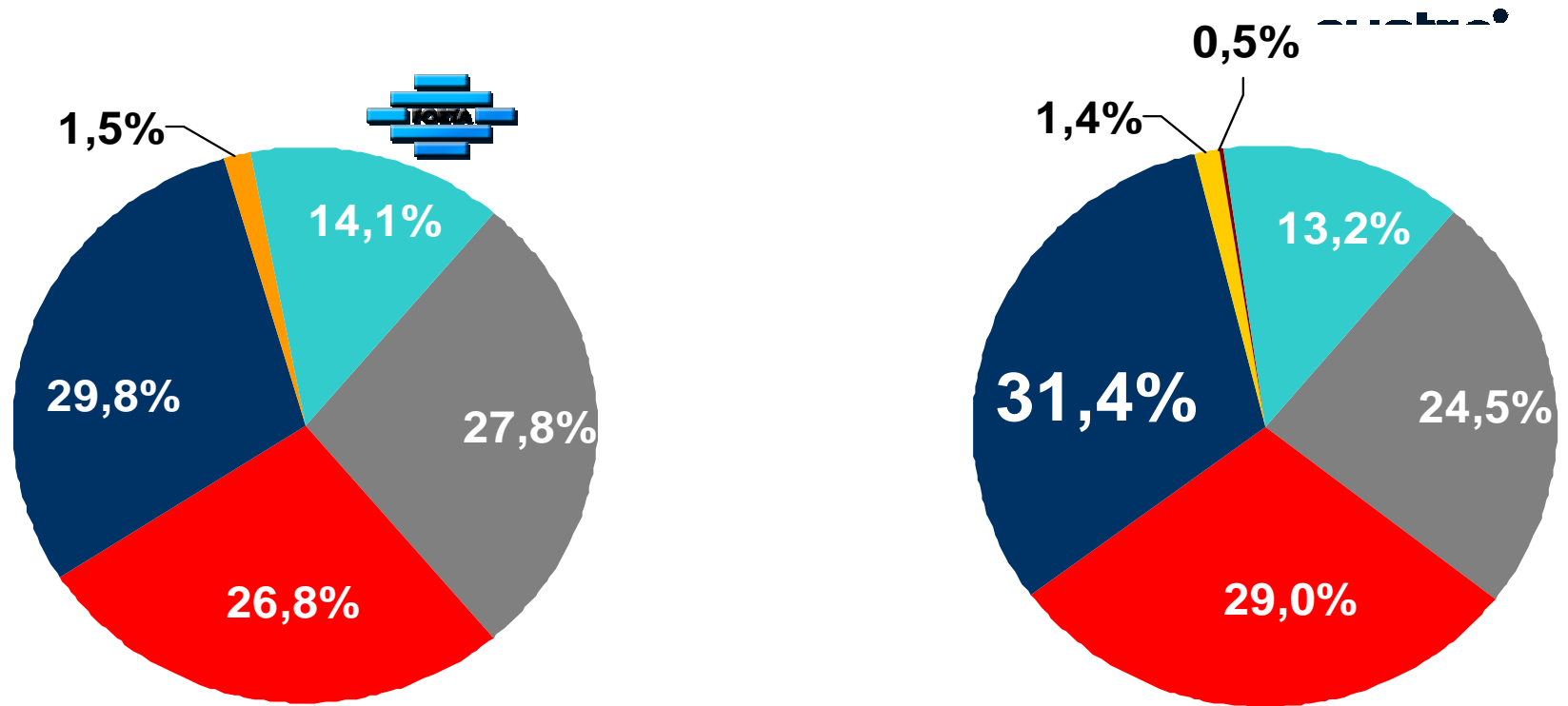


FUENTE: INVERSIÓN EN MILLONES DE EUROS. TOTAL NACIONAL
PUBLIESPAÑA + PUBLIMEDIA

4. EVOLUCIÓN INVERSIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS, TV Y TELECINCO 05 VS 04 (FUENTE: INFOADEX)

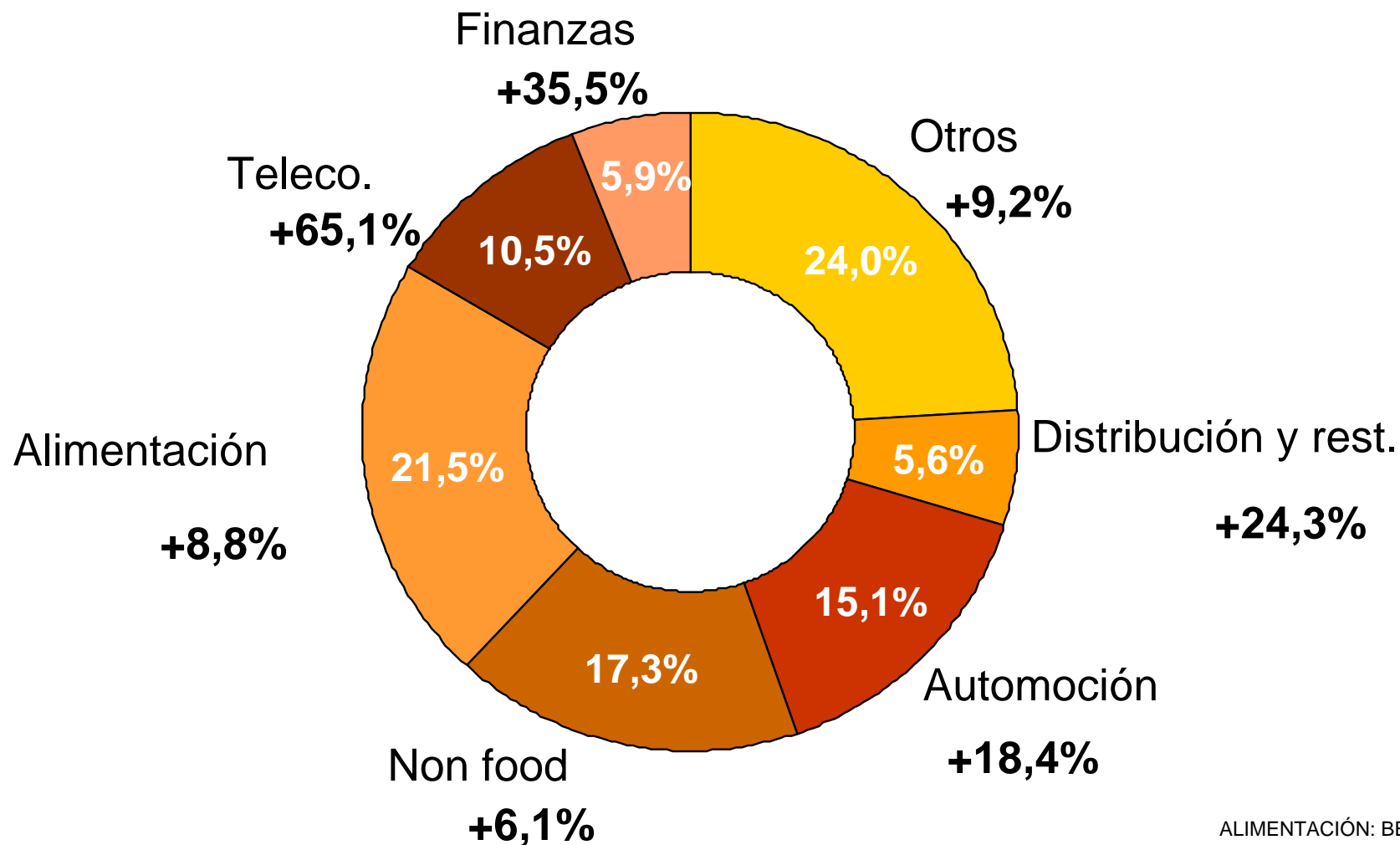


5. CUOTAS INVERSIÓN MERCADO TV 2005



5. SECTORES PUBLIESPAÑA 2005

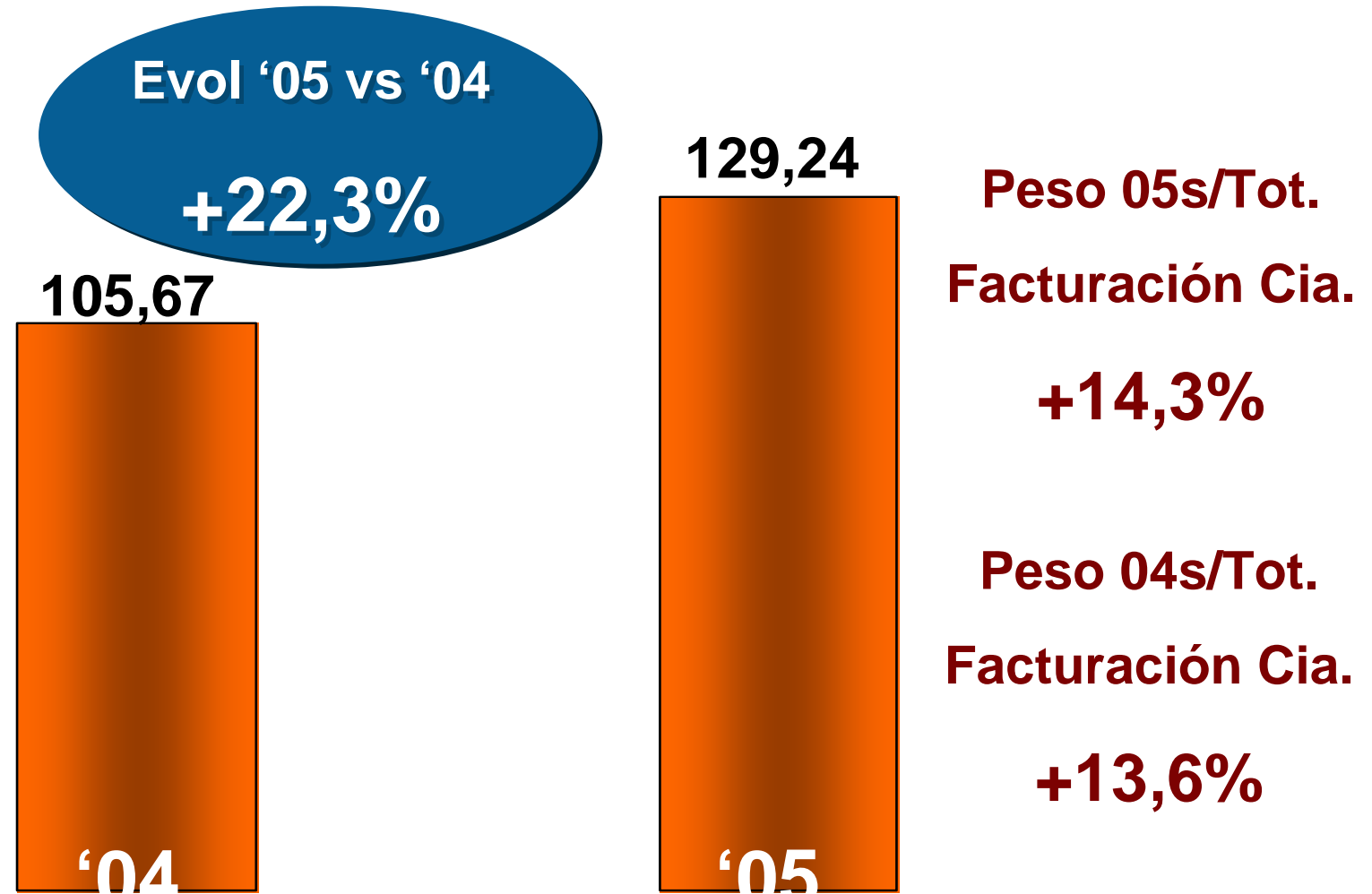
Inv. Sectorial (% s/Inv Total)



ALIMENTACIÓN: BEB Y ALIM
NON FOOD: BELL, HIG, SAL Y LIMP.
TELECO: TELECO, INTERNET, EQ OF Y COM.
OTROS: CONST; CULTURA; DEPORTES; ENERGÍA; HOGAR; INDUSTRIAL; OBJ PER; SERV PÚB Y PRIV; TEXTIL; TURISMO; OTROS.

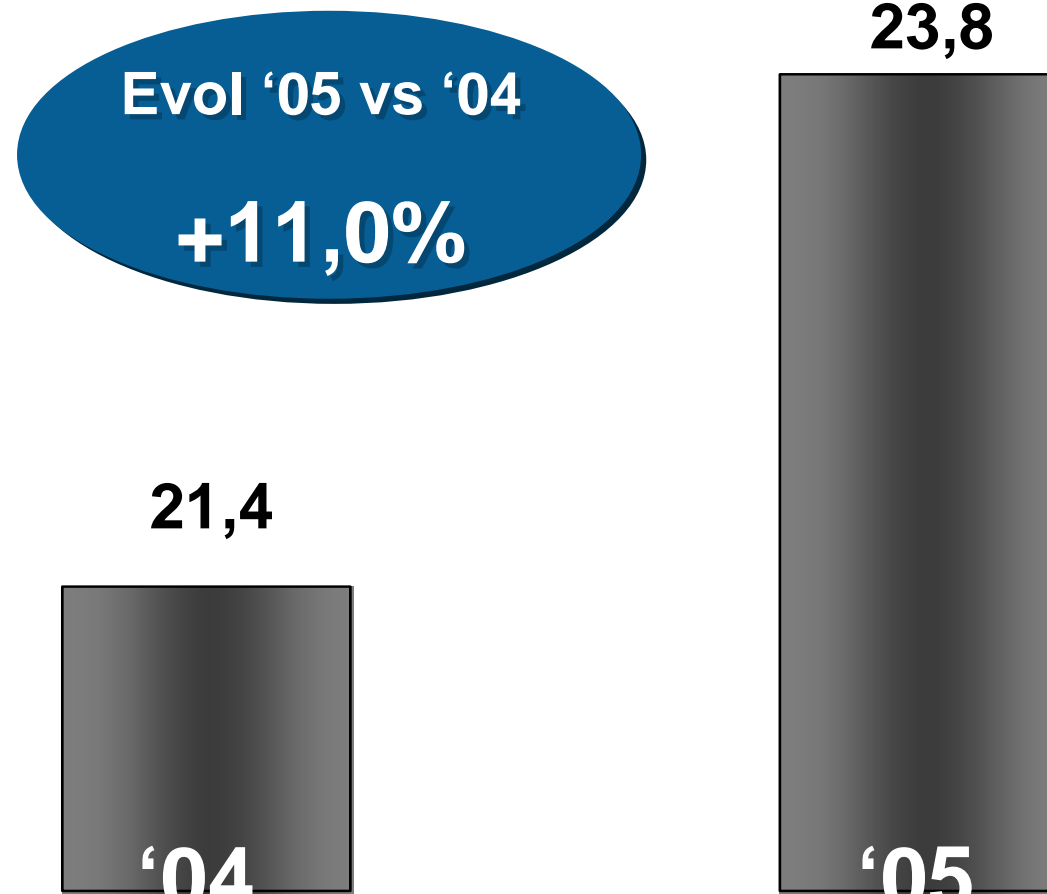


1. EVOLUCIÓN INVERSIÓN II.EE. PUBLIESPAÑA 05 VS 04





1. PUBLIMEDIA
05 VS 04 – VENTAS BRUTAS







Master en Dirección de Marketing

