



EVOLUCIÓN CONSTANTE

INFORME ANUAL 2018



Contenido

- 02** Esto es Televisa
- 04** Mensaje a los Accionistas
- 08** Datos financieros relevantes
- 10** Cable
- 12** Sky
- 14** Contenidos
- 16** Otros negocios
- 18** Univision
- 20** Compromiso con la sostenibilidad
- 22** Fundación Televisa
- 24** Comentarios de la Administración a los resultados de operación y a la situación financiera
- 34** Consejo de Administración
- 36** Estados financieros consolidados

Televisa es una empresa de medios líder en la producción de contenido audiovisual en español, un importante operador de Cable en México y un sistema líder de televisión de paga vía satélite en México.

Televisa distribuye el contenido que produce a través de varios canales de televisión abierta en México y en más de 75 países, a través de 26 marcas de canales de televisión de paga y canales de televisión, operadores de cable y servicios adicionales por internet ("OTT", por sus siglas en inglés).

En Estados Unidos, el contenido audiovisual de Televisa se distribuye a través de Univision Communications Inc. ("Univision"), la empresa de medios de habla hispana líder en Estados Unidos. Univision transmite el contenido audiovisual de Televisa a través de varias plataformas a cambio

de regalías. Además, Televisa cuenta con una participación accionaria e instrumentos con derechos de suscripción de acciones ("warrants") que una vez intercambiados representarían aproximadamente el 36% sobre una base de dilución y conversión total del capital de Univision Holdings, Inc., la Compañía controladora de Univision.

El negocio de Cable de Televisa ofrece servicios integrados, incluyendo video, servicios de datos de alta velocidad y servicios de voz a clientes residenciales y comerciales, así como servicios administrados a empresas de telecomunicación locales e internacionales. Televisa posee una participación mayoritaria en Sky, un sistema líder de televisión de paga directa al hogar vía satélite y proveedor de banda ancha que opera en México, la República Dominicana y Centroamérica.

Televisa también tiene intereses en la publicación y distribución de revistas, la producción y distribución de radio, deportes profesionales, entretenimiento en vivo, producción y distribución de películas, y juegos y sorteos.



ESTO ES TELEVISA

CONTENIDOS

OTROS NEGOCIOS

NEGOCIOS NO CONSOLIDADOS

CABLE

Televisa es uno de los participantes más relevantes en la industria de las telecomunicaciones en el país.

34.2%

de Contribución a ventas

37.6%

de Contribución a USO*

SKY

Sistema líder de televisión de paga directa al hogar vía satélite y proveedor de servicios de banda ancha.

20.7%

de Contribución a ventas

24.0%

de Contribución a USO*

En 2018, Televisa produjo más de **83,000** horas de contenidos para televisión abierta y televisión de paga.

37.0%

de Contribución a ventas

36.5%

de Contribución a USO*

8.1%

de Contribución a ventas

1.9%

de Contribución a USO*

* La utilidad de los segmentos operativos (USO) se define como la utilidad de las operaciones antes de gastos corporativos, depreciación y aportación, y otros gastos, neto.

La conciliación entre la utilidad total de los segmentos operativos y la utilidad de operación consolidada se presenta en la Nota 25 de nuestros Estados financieros consolidados al cierre del año.



90,000
km de cable coaxial

43,000
km de fibra óptica

DIVISIONES

OPERADORES DE SISTEMAS MÚLTIPLES

("MSO" por sus siglas en inglés) la cual ofrece servicios de video, datos de alta velocidad y voz a clientes residenciales y comerciales, incluyendo pequeñas y medianas empresas.

EMPRESARIAL

La cual provee servicios de telecomunicación, incluyendo servicios de voz y datos y servicios administrados, así como servicios en la nube y de integración a operadores nacionales e internacionales, así como a clientes empresariales, corporativos y gubernamentales en México y Estados Unidos.

La cobertura de los Operadores de sistemas múltiples le permite a Televisa aprovechar una extensa red de telecomunicaciones. La división Empresarial ofrece servicios de telecomunicación a través de más de **43,000** kilómetros de fibra. Nuestra red cubre la mayoría de las ciudades y regiones económicas relevantes del país y se conecta con Estados Unidos, lo que nos permite ofrecer conectividad de alta capacidad entre Estados Unidos y México.

Unidades Generadoras de Ingresos

Video	4,384,247
Banda ancha	4,479,017
Voz	2,978,508
Total RGUs	11,841,772

58.7%

de su participación accionaria pertenece a Televisa



Opera en México, Centroamérica y la República Dominicana

7.6 MILLONES

suscriptores de video

92 MIL

suscriptores de banda ancha

PUBLICIDAD

Televisa opera cuatro canales de televisión abierta -2, 4, 5 y 9- en la ciudad de México y complementa su cobertura geográfica a través de estaciones afiliadas en todo el país. Adicionalmente, Televisa comercializa publicidad en sus canales de televisión de paga y plataformas de internet.

Contribución a ventas: **19.9%**



VENTA DE CANALES

Televisa produce y distribuye 26 marcas de televisión de paga y 74 señales. En 2018 se produjeron más de 18,000 horas de contenido para los canales de televisión de paga.

Contribución a ventas: **4.5%**



+46

millones de suscriptores de televisión de paga.

VENTA DE PROGRAMAS Y LICENCIAS

Televisa exporta sus programas y formatos a televisiones alrededor del mundo. En Estados Unidos, Televisa distribuye su contenido a través de Univision bajo un Acuerdo de Licencia de Programación ("PLA" por sus siglas en inglés). Este año, el PLA generó a Televisa regalías por \$383.6 millones de dólares. En 2018 la tasa de regalías aumentó a 16.45%.

Contribución a ventas: **9.9%**



+75

países alrededor del mundo.

JUEGOS Y SORTEOS

Casinos y negocios de lotería en línea.



DISTRIBUCIÓN DE LARGOMETRAJES

Distribución de películas en México y América Latina.



DISTRIBUCIÓN DE PUBLICACIONES

Distribución de publicaciones en México y América Latina.

EDITORIAL

La editorial líder en la publicación de revistas en español.

98

títulos publicados en 2018.

RADIO

Red de estaciones de radio propias, complementada por estaciones de radio afiliadas, propiedad de terceros.



FÚTBOL

Un equipo de fútbol de primera división de la liga mexicana y el Estadio Azteca de la Ciudad de México.



UNIVISION

Televisa tiene **10%** de interés económico directo en Univision, la empresa de medios de habla hispana líder en Estados Unidos, siendo la quinta cadena en ese país, independientemente del idioma. Una vez intercambiados los instrumentos con derechos de suscripción de acciones ("warrants") Televisa contará con aproximadamente el 36% del capital de Univision sobre una base de dilución y conversión total.



OCESA

ENTRETENIMIENTO

Televisa posee **40%** del capital de OCESA, una empresa de entretenimiento en vivo en México, Centroamérica y Colombia. Durante 2018 la empresa organizó **3,109** eventos en México y Colombia y la gira más exitosa del año fue la de Luis Miguel.

ESTIMADOS COMPAÑEROS ACCIONISTAS

Al iniciar nuestro segundo año como Co-Presidentes Ejecutivos, vemos con satisfacción las acciones que nuestros equipos implementaron durante el 2018 para reestructurar y fortalecer el liderazgo de Televisa en sus tres operaciones principales: Cable, Sky y Contenidos. Seguimos buscando nuevas maneras de capitalizar las numerosas oportunidades que tenemos frente a nosotros, mientras fortalecemos nuestro negocio para crear valor a largo plazo para ustedes, nuestros accionistas.

Bernardo Gómez
Co-Presidente Ejecutivo

Alfonso de Angoitia
Co-Presidente Ejecutivo

2018 FUE UN AÑO DE TRANSFORMACIÓN

Televisa está excepcionalmente bien posicionada para beneficiarse de los cambios tecnológicos que están influyendo en la manera en que las personas se comunican y la manera como ven sus contenidos favoritos. Seguiremos construyendo desde nuestra posición de fortaleza y la transformación de nuestro negocio que es continua.

Durante 2018, nuestros Ingresos Consolidados superaron por primera vez \$100 mil millones de pesos y nuestra Utilidad de los Segmentos Operativos alcanzó \$41 mil millones de pesos. Sin embargo, la verdadera historia que está impulsando la transformación de Televisa está siendo escrita en cada una de nuestras unidades operativas.



CONTINUAMOS TRANSFORMANDO NUESTRO SEGMENTO DE CONTENIDOS

El entorno competitivo en la industria de contenidos es más intenso que nunca. Competimos con productores y distribuidores globales de contenido, algunos de los cuales tienen presupuestos de producción que han crecido al punto de ser mucho más grandes que el nuestro. Además, las opciones para ver contenidos han aumentado sustancialmente. Estamos compitiendo de frente con múltiples plataformas *over-the-top* (OTT), y con el consumo de videos en línea, que continúa expandiéndose a un ritmo acelerado. En lo que respecta a la televisión abierta, la competencia también es intensa, tanto a nivel regional como nacional. Como resultado, nos hemos reinventado.



A pesar de que aún tenemos varios desafíos, hemos logrado mucho. La transformación de nuestro segmento de Contenidos inició con el nombramiento de nuevos líderes para Televisa Studios, Televisa Internacional, Televisa Networks y para nuestra División de Deportes.

El siguiente paso fue la renovación total de nuestra oferta de contenidos. Los resultados fueron muy positivos: tan solo durante el cuarto trimestre, 6.5 millones de personas vieron nuestro canal principal todas las noches, y alrededor del 40 por ciento de la gente viendo televisión durante *Prime Time* vio nuestro contenido.

Nuestros dramas y comedias siguieron siendo líderes en sus segmentos de mercado. El año pasado, 27 de los 30 programas de televisión más vistos en México fueron producidos y transmitidos por Televisa, y nuestro principal canal generó mayores audiencias que todos los canales de televisión de paga de la competencia en conjunto.

Además de fortalecer la producción de nuestros contenidos propios, nos asociamos con los jugadores líderes de contenidos globales tales como Amazon, Mediapro y Sony. Amazon, por ejemplo, estructuró el lanzamiento de Amazon Prime en México apoyándose en dos series producidas para ellos por Televisa.

Al mismo tiempo, consolidamos la fortaleza de Noticieros Televisa, que actualmente transmite el noticiero televisivo más visto en México, alcanzando más del doble de audiencia que nuestro competidor más cercano. También fuimos líderes de audiencia durante las elecciones del año pasado, alcanzando niveles particularmente elevados durante los debates y programas de análisis.

En deportes, fuimos elegidos por la audiencia mexicana durante la Copa del Mundo 2018, tanto durante los partidos, así como durante la programación alrededor de los eventos.

SEGUIMOS AMPLIANDO NUESTRA PRESENCIA EN EL FRENTE DIGITAL

En México, nuestro contenido se ha convertido en el número uno en términos de vistas de videos en YouTube y Facebook con cerca de 12 mil millones de vistas de videos en 2018, un crecimiento de 87% respecto al año anterior. El año pasado, los usuarios de nuestras plataformas digitales crecieron 54%, alcanzando una participación de mercado de 22% de todos los usuarios en México, lo que significa que todavía tenemos mucho espacio para crecer.



Además, de acuerdo con Comscore, durante 2018 nos convertimos en la plataforma digital número uno, en términos del número de usuarios, entre todas las compañías de medios.

LOGRAMOS UN CRECIMIENTO DE DOBLE DÍGITO EN NUESTRO SEGMENTO DE CABLE

En nuestro segmento de Cable logramos un crecimiento de doble dígito en Ingresos, Utilidad del Segmento Operativo y Unidades Generadoras de Ingresos (RGUs, por sus siglas en inglés). Esto no fue tarea fácil dado que seguimos enfrentando competencia muy fuerte.

Seguimos diferenciándonos al ofrecer un excelente servicio al cliente, y la tasa de pérdida de usuarios disminuyó a niveles históricamente bajos. Además, le dimos la vuelta a nuestro negocio Empresarial y logramos crecer las ventas en este segmento durante el año. En adición, adquirimos el negocio residencial de fibra al hogar de Axtel en las ciudades donde operamos, y logramos hacerlo a una valuación atractiva. Esta adquisición estratégica sumó más de 550 mil RGUs de alta calidad en una red de fibra óptica de cerca de cinco mil kilómetros. Terminamos el año con casi 12 millones de RGUs, de los cuales, el número de RGUs de banda ancha ya es superior al de video.

La perspectiva de nuestra operación de cable sigue siendo muy favorable. En el sector residencial, la penetración de banda ancha en México se mantiene relativamente baja en alrededor de 53%, lo que significa que aún tenemos mucha oportunidad de crecimiento.

SKY SIGUE CONTRIBUYENDO DE MANERA SIGNIFICATIVA AL FLUJO DE CAJA LIBRE

Durante 2018, Sky mantuvo un margen de Utilidad del Segmento Operativo superior de alrededor de 45%, lo que es

destacable considerando que tuvo que incurrir en ciertos gastos no recurrentes asociados con el evento de fútbol cuadrinial. Además, Sky continuó siendo un generador significativo de flujo de caja libre. El año pasado, la Utilidad del Segmento Operativo de Sky, neto de Inversiones de Capital, alcanzó cerca de \$6 mil millones de pesos.

Más aún, durante 2018 Sky lanzó una oferta de banda ancha muy atractiva que tiene el potencial de convertirse en una extensión exitosa del negocio principal de video de Sky. Al cierre del año, Sky ya contaba con 92 mil clientes de banda ancha.

UN BUEN GOBIERNO CORPORATIVO ES UN ELEMENTO CRUCIAL DE LA CULTURA DE TELEVISIÓN

Durante 2018, trabajamos mucho para mejorar nuestros esfuerzos en el área de sostenibilidad, y este trabajo comenzó a rendir frutos rápidamente. Por ejemplo, fuimos incluidos en el *Bloomberg Gender-Equality Index* (GEI) de 2019; nos seleccionaron como miembro del *Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance Index*, y del *Dow Jones Sustainability Emerging Markets Index*; presentamos nuestro Informe sobre Cambio Climático y Agua a través de CDP; hemos sido confirmados como signatarios del *United Nations (UN) Global Compact*; fuimos incluidos como constituyentes del *FTSE4Good Emerging Index*; y fuimos confirmados como miembro del Índice de Sustentabilidad de la Bolsa Mexicana de Valores. La lista es larga y pretendemos seguir ampliándola.

ESTAMOS FIRMEMENTE COMPROMETIDOS A CREAR VALOR PARA NUESTROS ACCIONISTAS

Creemos firmemente que nuestra Compañía tiene un conjunto de activos envidiable con una posición competitiva única. Televisa opera dos poderosas plataformas de distri-



bución, incluyendo la mayor compañía de televisión directa-al-hogar en México con cerca de ocho millones de clientes, y la mayor compañía de cable con cerca de 12 millones de RGUs y una amplia infraestructura que incluye la segunda red fija de telecomunicaciones más extensa del país. Adicionalmente, Televisa continúa siendo el mayor y más exitoso productor de contenidos en español del mundo.

Durante 2019, la competencia seguirá siendo intensa en cada uno de nuestros varios negocios, por lo que nos mantendremos enfocados en la ejecución, creciendo nuestro negocio de cable, expandiendo las fuentes de ingresos en Sky, enriqueciendo nuestro contenido con formatos e historias más innovadoras, fortaleciendo nuestra colaboración con Univisión y, finalmente, manteniendo una disciplina financiera absoluta.

Por muchas décadas, Televisa ha sido un participante clave en la industria de las comunicaciones y un líder en la comunidad empresarial mexicana. Nuestras acciones se han cotizado en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1991 y en la Bolsa

de Valores de Nueva York desde 1993. Las decisiones que estamos tomando hoy van dirigidas a posicionar a Televisa para el crecimiento y éxito durante muchas décadas más.

Mantenemos la confianza en el potencial de largo plazo de nuestros tres negocios principales y seguimos plenamente comprometidos con la ejecución de nuestro plan de negocios para crear valor para los accionistas.

Gracias.

Alfonso de Angoitia

Bernardo Gómez

Co-Presidentes Ejecutivos



DATOS FINANCIEROS RELEVANTES

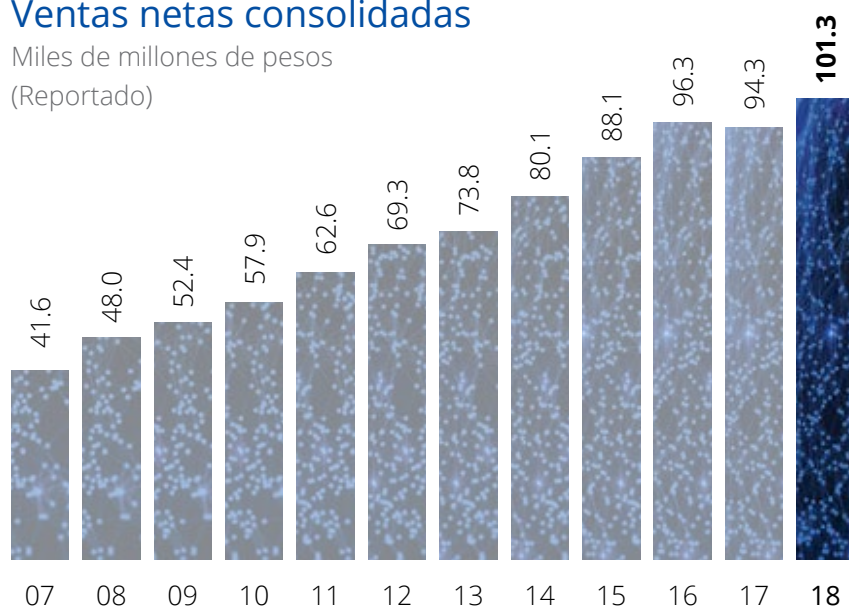
En millones de pesos, excepto utilidad por CPO y acciones en circulación

	2018	2017	Var. %
Ventas netas consolidadas	101,282	94,274	8.2%
Utilidad de los segmentos operativos ¹	40,679	37,457	8.5%
Margen de los segmentos operativos	38.3%	38.4%	
Utilidad de operación	20,253	14,243	42.2%
Margen	20.0%	15.1%	
Utilidad neta mayoritaria	6,009	4,524	32.8%
Utilidad por CPO	2.07	1.54	
Acciones en circulación al cierre del año (en millones)	338,329	342,337	
Efectivo y equivalentes de efectivo al cierre del año	32,068	38,735	-17.2%
Inversiones no circulantes en instrumentos financieros	14,448	7,585	90.5%
Deuda total al cierre del año	121,972	122,300	-0.3%

¹ La utilidad de los segmentos operativos (USO) se define como la utilidad de operación antes de gastos corporativos, depreciación y amortización, y otros gastos, neto. La conciliación entre utilidad total de los segmentos operativos y utilidad de operación consolidada se presenta en la Nota 25 en nuestros estados financieros consolidados.

Ventas netas consolidadas

Miles de millones de pesos
(Reportado)



Tasa de
crecimiento
compuesto
anual:

8.4%

Utilidad de los segmentos operativos

Miles de millones de pesos
(Reportado)



Tasa de
crecimiento
compuesto
anual:

7.6%



CABLE

12

MILLONES

DE UNIDADES
GENERADORAS
DE INGRESOS





+1.7
MILLONES DE RGUs
AGREGADAS

+187
MIL SUSCRIPTORES
DE IZZI GO

Durante 2018, el segmento de Cable superó las **11.8 millones** de Unidades Generadoras de Ingresos, mejorando la calidad de su servicio y ofreciendo atractivos paquetes de video, voz y datos.

El negocio de Cable de Televisa ofrece servicios de televisión de paga y servicios convergentes en 28 estados de México, cubriendo las principales áreas metropolitanas del país.

En diciembre de 2018, Televisa adquirió de Axtel, S.A.B. de C.V. el negocio residencial de fibra óptica directa al hogar y los activos relacionados en la Ciudad de México, Zapopan, Monterrey, Aguascalientes, San Luis Potosí y ciudad Juárez.

Seguimos actualizando nuestra red, que ahora llega a más de **14.5 millones de hogares** en el país. Nuestra red ha sido actualizada para cumplir con los estándares de calidad de la industria de cable, combinando la tradicional fibra coaxial híbrida, fibra profunda e implementaciones de Redes Ópticas Pasivas de Gigabit (GPON por sus siglas en inglés).

Se han instalado protocolos de acceso a Internet y redes básicas de gran escala. Adicionalmente, en varias regiones se colocaron núcleos de IP para apoyar el tráfico de telefonía de nuestros clientes residenciales y empresariales. Ahora somos capaces de ofrecer una velocidad de hasta 100 megabites por segundo en la mayoría de las casas pasadas.

En 2018 los ingresos del segmento de Cable se incrementaron en **9.6%**. Agregamos más de **1.7 millones de RGUs**, incluyendo los **553 mil RGUs** procedentes de la adquisición del negocio de fibra-al-hogar de Axtel.

Durante 2018, nuestra oferta principal consistió en un paquete *triple-play* que incluye telefonía ilimitada a casi todos los rincones del planeta y 50Mbps de velocidad de internet. Además, la oferta de video incluye **izzi go**, nuestro servicio de video fuera del hogar que alcanzó su punto más alto de uso durante la Copa del Mundo FIFA 2018.

En adición, lanzamos nuestro primer canal de deportes, **Afizzionados**, con contenidos exclusivos.

SKY

Sky es nuestra operación de televisión por satélite directa al hogar (DTH) y de banda ancha inalámbrica fija. A través de sus paquetes de televisión de paga, llega a todos los rincones de México, además de la República Dominicana y Centroamérica. Sky ofrece paquetes de televisión de paga, incluyendo contenido exclusivo que va desde deportes, hasta conciertos y eventos especiales, así como servicios de banda ancha inalámbrica fija con velocidades que van de 5 a 10 Mbps. Con **7.6 millones de usuarios**, Sky es uno de los operadores de televisión de paga más exitoso de la región.

64

PARTIDOS DE LA COPA DEL MUNDO

Durante la Copa del Mundo FIFA 2018, Sky fue la única plataforma que transmitió todos los partidos en México, incluyendo 24 de ellos de manera exclusiva.



A PESAR DE LA COPA DEL MUNDO Y LA DEPRECIACIÓN DEL PESO, SKY LOGRÓ MANTENER LOS MÁRGENES DE LA UTILIDAD DEL SEGMENTO OPERATIVO EN LÍNEA CON AÑOS ANTERIORES



TRANSFORMANDO SKY
EN UNA EMPRESA DE
TELECOMUNICACIONES

En 2018 Sky lanzó servicios
de banda ancha alcanzando

92,000

SUSCRIPTORES
DE BLUE TELECOMM
AL CIERRE DE 2018



CONTENIDOS

PUBLICIDAD

Durante 2018, las ventas de publicidad registraron un incremento de 2.1%, principalmente debido a las ventas realizadas al sector privado. Los compromisos de ventas por adelantado acordados para 2019 alcanzaron los 16.4 mil millones de pesos.

Con cuatro canales de televisión abierta en la ciudad de México -2, 4, 5 y 9- que Televisa opera a través de una combinación de estaciones propias y de una red de estaciones afiliadas a lo largo del país, un portafolio sólido de cadenas de televisión de paga y nuevas plataformas de medios, Televisa es uno de los mayores proveedores de alternativas de publicidad en el mercado mexicano.

En 2018, obtuvimos la renovación de las concesiones para nuestras señales de televisión por un plazo de 20 años.

El nuevo mecanismo de ventas de publicidad ha quedado plenamente asimilado y está alcanzando sus objetivos. Seguimos innovando con formatos y argumentos actualizados y nos hemos asociado con generadores de contenidos globales.

VENTA DE CANALES

Televisa Networks es uno de los productores y distribuidores de contenidos para plataformas de televisión de paga más exitosos en México.

Somos uno de los principales productores mundiales de contenidos originales en español para plataformas de televisión de paga. Comercializamos 26 marcas de televisión de paga a través de 74 señales locales e internacionales, que llegan a más de 46 millones de suscriptores en todo el mundo.

A lo largo de los años hemos desarrollado un portafolio de canales de televisión de paga que mejoran cada día. Los canales de televisión de paga de Televisa siguen estando entre los más vistos de las plataformas de televisión de paga en México.

En 2018, los ingresos por venta de canales aumentaron 18.6%. El aumento se explica principalmente por la nueva composición de paquetes de nuestros canales en el cuarto trimestre de 2017.

LOS INGRESOS POR
PUBLICIDAD REPRESENTARON
53.9% DE NUESTROS INGRESOS
POR CONTENIDOS Y

19.9%
DE NUESTRAS VENTAS
NETAS DE LOS
SEGMENTOS

26

MARCAS DE TELEVISIÓN
DE PAGA

\$383.6

MILLONES DE DÓLARES
RECIBIDOS POR PARTE DE
UNIVISION EN 2018 POR
CONCEPTO DE REGALÍAS

VENTA DE PROGRAMAS Y LICENCIAS

Televisa continúa exportando de manera exitosa contenido innovador alrededor del mundo, así como generando alianzas con nuevos socios.

Mediante nuestro Acuerdo de Licencia de Programación (PLA, por sus siglas en inglés) con Univision, en Estados Unidos llegamos a un segmento demográfico muy importante: el mercado hispano.

El PLA le otorga a Univision acceso exclusivo a la mayoría de nuestros contenidos audiovisuales en cualquier formato, para su distribución en Estados Unidos. Como contraprestación, recibimos de Univision un pago de regalías de 16.45%, de la mayor parte de sus ingresos audiovisuales de contenido en español. En 2018, recibimos \$383.6 millones de dólares por concepto de regalías de Univision. La tasa de regalías aumentó a 16.13% a partir del 1 de enero de 2018, y a 16.45% a partir del 1 de junio 2018.

El contenido producido por Televisa se ha distribuido alrededor del mundo durante muchas décadas y tiene una base de seguidores más allá de México y Estados Unidos. Durante 2018, exportamos más de 83 mil horas de nuestra programación original a más de 75 países.



JUEGOS Y SORTEOS

PlayCity Casino y PlayCity Apuestas incluyen 17 establecimientos en todo el país con más de 7,700 Máquinas de Juegos Electrónicos y apuestas deportivas en línea a través de una aplicación móvil responsiva y una potente página web. Nuestros casinos cuentan con las máquinas tragamonedas electrónicas y bingos más modernos del mercado y con la más amplia oferta de apuestas deportivas en México.

2018 fue el noveno año consecutivo de crecimiento en rentabilidad, a pesar de una mayor competencia en el mercado. Durante 2019, planeamos seguir ampliando nuestra oferta y continuar con nuestro plan de expansión.

MÁS DE

7,700

MÁQUINAS DE JUEGOS
ELECTRÓNICOS

EDITORIAL

Durante 2018, Televisa publicó 98 títulos de revistas en 12 países. Estos títulos abarcan una amplia variedad de intereses, desde salud, belleza, moda y cultura pop, tecnología, viajes, deportes, finanzas y ciencia.

Algunos de nuestros títulos buscan capitalizar el éxito del contenido audiovisual de Televisa y vincularse con nuestro público a un nivel más profundo.

Como resultado de los retos estructurales de la industria editorial, incluyendo cambios en los hábitos de lectura, la amplia disponibilidad de contenidos en línea, una mayor penetración de banda ancha y la creciente competencia de plataformas emergentes, seguimos mejorando la eficiencia de nuestras operaciones, aprovechando las sinergias existentes en el desarrollo de contenidos y nuestras actividades de apoyo administrativo, incluyendo compras, impresión y distribución. También hemos desarrollado capacidades para comenzar a monetizar videos en formato corto y largo, basados en nuestras experiencias y eventos de marca.

En México, continuamos con un proceso de racionalización de costos y, paralelamente, estamos reduciendo nuestra presencia física en otros países.

El segmento de otros negocios de Televisa incluye publicaciones, juegos y sorteos, radio, distribución de largometrajes y de publicaciones.

OTROS NEGOCIOS

RADIO

Como uno de los principales participantes en la radio de habla hispana en México, Televisa transmite noticias, música, deportes y programas de entretenimiento a través de una red de 80 estaciones de radio. De estas estaciones, 17 son propiedad de Televisa y 63 son afiliadas propiedad de terceros.

Nuestras estaciones de radio utilizan distintos formatos de programas, orientados a diversos segmentos de la audiencia y anunciantes específicos y promocionan el talento, los contenidos y la programación de nuestros otros negocios. Producimos algunas de las estaciones de radio con mayor audiencia, tales como *W Radio* (noticias-entrevistas), *W Deportes* (deportes), *Ke Buena* (música mexicana), *los 40* (música pop) y *Ke Buena AM* (música mexicana). Nuestra transmisión exclusiva de ciertos partidos de fútbol y eventos deportivos ha posicionado a nuestras estaciones entre las estaciones de radio de deportes con mayor audiencia en México.

Los programas de entretenimiento e informativos de Televisa llegan a más del 60% de la población mexicana. Cuatro de nuestras estaciones más populares –*Los 40*, *Ke Buena*, *W Radio*, y *Ke Buena AM*– también son accesibles vía internet.

Nuestro negocio de radio siempre está en proceso de innovación, expandiendo su oferta de programas y servicios, para beneficio de nuestra audiencia y nuestros clientes de publicidad.



W
RADIO
96.9 FM
Ciudad de México

**GRANDES VOCES
PARA UNA
GRAN AUDIENCIA**

Javier Risco, Gabriela Warkentin, Sopitas, Martha Debayle, Carlos Loret de Mola, Eduardo Videgaray, José Ramón Sancristóbal, Geo González, Juan Carlos Zuhiga, Alejandro Gómez, Enrique Hernández Alcázar, Alejandro Franco

wradio.com.mx 96.9 FM Ciudad de México

UNO DE LOS
PRINCIPALES CANALES
EN ESTADOS UNIDOS
INDEPENDIENTEMENTE
DEL IDIOMA



UNIVISION



En Estados Unidos, Televisa tiene una participación accionaria e instrumentos con derechos de suscripción de acciones (*warrants*) que, una vez intercambiados representarían, a la fecha de este reporte, aproximadamente el 36% sobre una base de dilución y conversión total del capital de *Univision Holdings Inc.*, la compañía controladora de *Univision Communications Inc.* y la principal empresa de medios de comunicación en el mercado hispano de Estados Unidos. Incluye:

Univision Network, uno de los principales canales en Estados Unidos independientemente del idioma, y el canal en español más visto en dicho país, disponible en aproximadamente 80% de los hogares hispanos con televisión.

UniMás, un canal líder en televisión abierta en español en Estados Unidos.

Univision Cable Networks, incluyendo Galavisión, el canal de televisión de paga en español más visto en Estados Unidos; UDN (Univision Deportes Network), el canal de deportes por cable en español con mayor audiencia en Estados Unidos; Univision tlnovelas, un canal de televisión de paga que transmite telenovelas en español las 24 horas del día; ForoTV, un canal de televisión por cable en español dedica-



do a noticias internacionales las 24 horas del día; así como varios canales adicionales de televisión de paga: De Película, De Película Clásico, Bandamax, Ritmoson y Telehit.

Univision Local Media, que es dueña y/o opera 65 canales de televisión y 58 estaciones de radio en los principales mercados hispanos de Estados Unidos y Puerto Rico.

Diversas propiedades digitales que incluyen aplicaciones para móviles y páginas web, incluyendo Univision.com, el sitio web en español más visitado por los hispanos en Estados Unidos, *Univision Now*, un servicio de suscripción, directo al consumidor, de videos y transmisiones en vivo; Uforia, una aplicación de música con contenido musical multimedia.

Dos canales de cable en idioma inglés: FUSION TV, un canal de noticias y estilo de vida y una participación minoritaria en El Rey Network, un canal de entretenimiento por cable que transmite las 24 horas del día.

Con sede en Miami, Univision tiene estaciones de televisión y radio así como oficinas de ventas en las principales ciudades de Estados Unidos.

COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

En Televisa, estamos comprometidos con asumir el liderazgo en la sostenibilidad a través de programas tangibles y medibles que mejoren el medio ambiente y nuestro gobierno corporativo. Adicionalmente, nos hemos enfocado en el fortalecimiento de las comunidades, mientras que simultáneamente trabajamos para inspirar y desarrollar el potencial humano a través de una educación innovadora e iniciativas culturales.

Este compromiso con la sostenibilidad comienza con nuestro brazo filantrópico, Fundación Televisa, que ha desarrollado una variedad de programas sociales destinados a beneficiar a la sociedad. Nuestro compromiso es mejorar el potencial de la gente en México y Estados Unidos mientras inspiramos otros para unir fuerzas. Nuestros innovadores programas en educación, cultura, emprendimiento, y protección ambiental proveen una plataforma empoderadora para cientos de miles de gentes para mejorar su vida, transformar sus comunidades y construir más y mejores sociedades sostenibles.

Así mismo, el desarrollo sustentable es una parte fundamental de nuestra oferta y estrategia comercial, creando valor y permitiéndonos responder de manera más puntual a las expectativas de los accionistas.

Nos hemos enfocado en encontrar maneras de limitar las emisiones de gases de efecto invernadero, fortalecer nuestras alianzas con generadores de energía renovable y cumplir o exceder el cumplimiento de la Ley General sobre el Cambio Climático, con un énfasis especial en alcanzar mayores niveles de sostenibilidad a través de nuestros Sistemas de Gestión Ambiental.

Otra de nuestras fortalezas es la profunda experiencia de los miembros de nuestro equipo de sostenibilidad. Por medio de su liderazgo, aprovechamos nuestra estructura corporativa para incorporar la sostenibilidad a todas nues-

tras líneas de negocio. Con el propósito de supervisar y mejorar la eficacia, gestionamos la sostenibilidad a través de la Coordinación de Sustentabilidad y Análisis, que le reporta directamente a nuestro Vicepresidente de Relaciones con Inversionistas. Mensualmente, el Vicepresidente de Relaciones con Inversionistas comparte el progreso de nuestras iniciativas de sostenibilidad con un equipo liderado por los Copresidentes Ejecutivos de Grupo Televisa, Bernardo Gómez Martínez y Alfonso de Angoitia Noriega.

Nuestros logros en sostenibilidad son el resultado de un proceso de revisión y mejora continua de las políticas internas, así como de los procedimientos y sistemas de gestión para mejorar el rendimiento de la Compañía. Como parte de esta cultura de mejora continua, los indicadores clave de rendimiento en temas ambientales, sociales y de gobierno corporativo, así como el impacto de los programas, están siempre en revisión.

Pero quizá lo más importante, es que entendemos la necesidad crucial de contar con el apoyo de agentes clave para alcanzar los esfuerzos de sostenibilidad, ofreciendo regularmente reportes del progreso de nuestros programas ambientales, sociales y de gobierno corporativo. Como parte de esta iniciativa, ponemos especial esfuerzo en producir un informe de sostenibilidad anual exhaustivo y detallado.

Hasta la fecha, nuestros esfuerzos de sostenibilidad han sido reconocidos tanto en México como en el mundo:



- En febrero de 2016, nos adherimos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la iniciativa de sustentabilidad corporativa más grande del mundo, e incorporamos los diez principios de las Naciones Unidas a nuestra estrategia, cultura y acciones cotidianas.
- Desde 2016, hemos sido seleccionados como constituyentes del *FTSE4Good Emerging Index*.
- En 2018, nuestros programas de responsabilidad social fueron reconocidos por segunda ocasión con el distintivo de “Empresa Socialmente Responsable” otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial. Recibimos este distintivo por nuestro continuo compromiso con la comunidad, calidad de la vida laboral, cuidado y preservación del medio ambiente y ética empresarial.
- Además, el 1 de febrero de 2013, fuimos nombrados uno de los seis miembros del Índice de sustentabilidad de la Bolsa Mexicana de Valores. Adicionalmente, en marzo de 2018, recibimos la confirmación de emisor sustentable para el período efectivo del 20 de marzo de 2018 al 15 de marzo de 2019. El Índice de sustentabilidad actualmente incluye 30 emisores seleccionados en base a su compromiso con la gestión ambiental, responsabilidad social y gobierno corporativo.
- En septiembre de 2018, fuimos seleccionados como miembros del *Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance Index*, integrado por líderes de sustentabilidad de Chile, Perú, México y Colombia. Además, fuimos nombrados como una de las tres compañías mexicanas incluidas el *Dow Jones Sustainability Emerging Markets Index*, compuesto por líderes de sustentabilidad de Europa Occidental, la India, China, África del Sur, América

Central, América del Sur y otros países. Los índices de sustentabilidad de Dow Jones reconocen a las empresas públicas por su desempeño sobresaliente en los sectores económicos, ambientales y sociales y son utilizados como referencia por accionistas que consideran la sustentabilidad al tomar decisiones de inversión.

- En enero de 2019, fuimos seleccionados como una de las cuatro empresas mexicanas incluidas en el Índice de Igualdad de Género (GEI, por sus siglas en inglés) de Bloomberg en 2019. Con esto, Bloomberg reconoce el compromiso de Televisa con el avance en la igualdad de género y su esfuerzo continuo para construir una fuerza laboral diversa que promueve una cultura inclusiva. El GEI es un índice de referencia que seleccionó a 230 compañías comprometidas con la transparencia en los informes de género y el avance en la igualdad de género de diez sectores diferentes en 36 países y regiones. Nuestra inclusión en dicho índice les permite a nuestros empleados, inversionistas y colegas del sector, apreciar que nuestro liderazgo realmente incorpora el establecimiento de un ambiente laboral inclusivo.

Nuestros notables logros en sostenibilidad son el resultado de la constante revisión y mejora de nuestros programas, nuestro énfasis en la responsabilidad social corporativa como eje de nuestro negocio y el establecimiento de indicadores de desempeño clave para temas sociales, ambientales y de gobierno corporativo. En resumen, consideramos que nuestro profundo e inquebrantable compromiso con la sostenibilidad, más que un esfuerzo por hacer el bien, es una parte esencial de nuestra cultura corporativa, que contribuye de manera puntual a nuestro crecimiento y éxito. Nunca satisfechos, seguiremos firmemente comprometidos a mejorar y alinear nuestras operaciones con normas internacionales y las mejores prácticas, en el largo plazo.

FUNDACIÓN TELEVISA

En Fundación Televisa queremos aumentar el potencial de las personas tanto en México como en Estados Unidos mientras buscamos inspirar a otros a unirse a este esfuerzo. Nuestros programas innovadores en educación, cultura, espíritu empresarial y protección del medio ambiente proporcionan una poderosa plataforma que les permite a cientos de miles de personas mejorar sus vidas, transformar sus comunidades y construir sociedades mejores y más sostenibles. Nuestro enfoque combina un eficaz aprovechamiento de los medios de comunicación de Televisa con herramientas digitales de vanguardia, apoyo financiero y equipos multidisciplinarios de trabajo de campo.

En 2018, impactamos la vida de 1,054,632 niños, jóvenes y adultos en ambos países, invirtiendo más de \$346 millones de pesos junto con nuestros aliados.

Alcanzamos más de 127 millones de impactos en medios de comunicación. Más de 81 millones de personas recibieron nuestros mensajes y más de 64 instituciones y organizaciones fueron beneficiarias con nuestros espacios publicitarios, a través de campañas de comunicación.

Nuestras causas generaron más de 1.5 millones de seguidores en redes sociales, y acercaron a más de 4 millones de personas a nuestras plataformas.

Los programas de Fundación Televisa están segmentados para atender las diferentes etapas de la vida de una persona. Empieza Temprano se ocupa del desarrollo de la primera infancia, proporcionando información y consejos prácticos a los padres y a las familias. Para mejorar las habilidades de los estudiantes, Fundación Lleva 17 años promocionando los valores con el lema Tienes el Valor o te Vale. Aprende con el Chavo es una plataforma gratuita de enseñanza en línea y Cuantrix enseña computación y codificación en línea. Tech-nolochicas capacita mujeres jóvenes a través de STEAM (ciencia, tecnología, ingeniería, arte y matemáticas) y Bécalos

trabaja para incrementar el número de estudiantes que finalizan sus estudios de preparatoria y universidad y mejorar la empleabilidad de los estudiantes. POSiBLE ayuda a desarrollar el espíritu empresarial de alto impacto mediante la capacitación, creación de redes, recursos, visibilidad y aceleración de *startups* de alto potencial. Además, los programas culturales y ambientales de Fundación están dirigidos al público en general en ubicaciones específicas y de manera más global, a través de espacios digitales y en los medios.

Nuestros números:

- Más de **3.5 millones** de usuarios de la aplicación gratuita Aprende con el Chavo, para el aprendizaje de idiomas y STEAM.
- Más de **30,000 estudiantes** de escuelas públicas en seis estados de la república adquirieron habilidades de codificación básica con el apoyo de más de 1,000 maestros e instructores capacitados por Cuantrix.
- Más de **1,300 niñas** de educación media (fundamentalmente latinas) asistieron a 34 actividades de Tech-nolochicas STEAM en 17 ciudades de Estados Unidos.
- **37,424** beneficiarios de Bécalos, incluyendo **1,614** estudiantes que desarrollaron competencias de empleabilidad, **217** participantes en un programa internacional de intercambio con colegios comunitarios de Estados Unidos, y **90** estudiantes que asistieron a un programa de jóvenes talentosos.
- Con estas cifras, Bécalos alcanzó un número histórico de **285,917** beneficiarios y **1,202** asistentes a actividades de movilidad internacional.
- Para preservar el medioambiente, protegimos a más de **11,239** hectáreas como zonas de recuperación de pesca en el Mar de Cortés, alcanzando un total de 1,247,154 hectáreas. Este esfuerzo beneficia a 2,500 pescadores.

EN 2018 IMPACTAMOS LA VIDA DE

1,054,632

NIÑOS, JÓVENES Y ADULTOS EN AMBOS PAÍSES, INVIRTIENDO MÁS DE \$346 MILLONES DE PESOS JUNTO CON NUESTROS ALIADOS

- **119,347** personas registradas en la plataforma de emprendimiento POSiBLE en México, con un porcentaje récord de 55% de mujeres. Adicionalmente, 1,100 emprendedores latinos inscritos a un programa piloto de POSiBLE US en Los Ángeles.
- Participamos en **7** ferias de fotografía en México y otros países, con más de **150,000** visitantes.
- Colaboramos con campañas de comunicación de gran alcance incluyendo Valores, con el propósito de promover los valores cívicos.

En respuesta a los terremotos de septiembre de 2017, se creó el programa ReconstruYAmos México para apoyar proyectos de reconstrucción en los estados más afectados. Por medio de alianzas estratégicas como "1X1" con la Fundación Alfredo Harp Helú, Fomento social Banamex y Fundación Coca Cola, invitamos a todos los mexicanos a donar, con el compromiso de duplicar cada peso que ellos aportaran y, por medio de alianzas con Fundación BBVA Bancomer y Fundación Gentera, beneficiamos a más de 189 mil personas en Oaxaca, Chiapas, Morelos, Puebla, el estado de México, Guerrero y la Ciudad de México, con más de 13.8 millones de dólares invertidos en la reconstrucción de 1,669 viviendas, 11 escuelas, 3 mercados locales, 782 hornos y cocinas, 11 talleres artesanales, 1 asilo y 1 hospital móvil.

Aprovechando de manera responsable los medios de comunicación, el talento, las alianzas y sus activos financieros, los esfuerzos liderados por Fundación Televisa reflejan el compromiso de Televisa por hacer una contribución estratégica a la construcción de una sociedad más empoderada, próspera y democrática, en donde todas las personas cuentan con una plataforma para mejorar su calidad de vida.



INFORMACIÓN PARA INVERSIONISTAS

INFORMACIÓN SOBRE LAS ACCIONES

Los CPOs (Certificados de Participación Ordinarios) de Grupo Televisa, S.A.B., se componen de 117 acciones cada uno (25 acciones de la Serie A, 22 acciones de la Serie B, 25 acciones de la Serie D y 35 acciones de la Serie L) y cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V. con clave de pizarra TLEVISA CPO. Los GSRs (Global Depositary Receipts) de la Compañía, cada uno representando cinco CPOs, cotizan en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE) bajo la clave TV.

POLITICA DE DIVIDENDOS

Las decisiones relacionadas con el monto y pago de dividendos están sujetas a la aprobación por parte de la mayoría de los titulares de las acciones de la Serie A y de la serie B, votando conjuntamente, generalmente, pero no necesariamente, por recomendación del Consejo de Administración, así como la aprobación por parte de la mayoría de los titulares de las acciones de la serie A, votando individualmente.

REPORTES EMITIDOS A LA SEC Y DECLARACIÓN DE PROYECCIONES FUTURAS

La Compañía emite, bajo ciertos lineamientos, informes anuales a la SEC (Securities and Exchange Commission) de Estados Unidos de Norteamérica. Este informe anual contiene tanto información histórica como información de eventos futuros. La información de eventos futuros contenida en este informe, así como los reportes futuros emitidos por la Compañía o cualquiera de sus representantes, ya sea de manera verbal o por escrito, implicarán ciertos riesgos e incertidumbres en relación con los negocios, las operaciones y la situación financiera de la Compañía. El informe anual incluye un resumen de estos riesgos, así como el presente informe. Tanto este informe como los demás informes presentados ante la Securities and Exchange Commission están disponibles a través de la Oficina de Relación con Inversionistas.

RELACIONES CON INVERSIONISTAS

Le pedimos a los inversionistas y analistas dirigir todas sus preguntas a:

Grupo Televisa, S.A.B.
Av. Vasco de Quiroga 2000
C.P. 01210 México, CDMX
(5255) 5261-2445
ir@televisa.com.mx

www.televisa.com
www.televisair.com

OFICINAS GENERALES

Grupo Televisa, S.A.B.
Av. Vasco de Quiroga 2000
C.P. 01210 México, CDMX
(5255) 5261-2000

ASESORES JURÍDICOS

Mijares, Angoitia, Cortés y Fuentes, S.C.
Javier Barros Sierra 540, 4to piso
C.P. 01210, México, CDMX
(5255) 5201-7400

Fried, Frank, Harris,
Shriver & Jacobson LLP
One New York Plaza
New York, New York 10004 U.S.A.
(212) 859-8000

AUDITORES INDEPENDIENTES

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho No.176
Col. Reforma Social
C.P. 11650, México, CDMX
(5255) 5246-8300

BANCO DEPOSITARIO

The Bank of New York
BNY Mellon Shareowner Services
PO Box 358516
Pittsburgh, PA 15252-8516
(201) 680-6825



www.televisa.com

www.televisair.com

