

### Resultados Relevantes

- **Ventas y utilidad de los segmentos operativos récord para un primer trimestre**
- **Ventas consolidadas aumentaron 19.1% y la utilidad de los segmentos operativos se incrementó 17.7%**
- **Crecimiento en ventas de Televisión Abierta de 4.1% con un margen de utilidad del segmento operativo de 39.2%**
- **Crecimiento en ventas de los segmentos de Sky y Cable y Telecomunicaciones de 10.8% y 110.3%, respectivamente**
- **La participación de audiencia en el horario estelar de lunes a viernes alcanzó 73.8% comparado con 72.8% reportado durante el mismo trimestre del año anterior**

### Resultados Consolidados

México, D.F. a 30 de abril de 2009 – El día de hoy Grupo Televisa, S.A.B. (BMV: TLEVISA CPO; NYSE: TV; "Televisa" o "la Compañía") dio a conocer los resultados del primer trimestre 2009. Los resultados se presentan de acuerdo con las Normas de Información Financiera (NIF<sup>1</sup>) vigentes en México.

La siguiente tabla muestra el estado de resultados consolidado condensado por los tres meses terminados el 31 de marzo de 2009 y 2008, en millones de pesos, el porcentaje que cada rubro representa de las ventas netas y el cambio porcentual del primer trimestre 2009 con respecto al primer trimestre 2008:

	<i>1T 2009</i>	<i>Margen %</i>	<i>1T 2008</i>	<i>Margen %</i>	<i>Cambio %</i>
Ventas netas consolidadas	11,362.4	100.0	9,538.1	100.0	19.1
Utilidad de operación consolidada	2,729.5	24.0	2,384.5	25.0	14.5
Utilidad neta consolidada	1,102.1	9.7	1,170.1	12.3	(5.8)
Utilidad neta de la participación controladora	978.0	8.6	1,053.5	11.0	(7.2)

Las ventas netas consolidadas incrementaron 19.1% a \$11,362.4 millones en el primer trimestre 2009 en comparación con \$9,538.1 millones en el primer trimestre 2008. Este incremento refleja mayores ventas en nuestros segmentos de Cable y Telecomunicaciones, Sky, Televisión Abierta, Señales de Televisión Restringida, Exportación de Programación y Editoriales.

La utilidad de operación consolidada aumentó 14.5% a \$2,729.5 millones en el primer trimestre 2009 en comparación con \$2,384.5 millones en el primer trimestre 2008. Este incremento se atribuye a mayores ventas, lo cual fue parcialmente afectado por mayores costos de ventas, gastos de operación y depreciación y amortización.

La utilidad neta de la participación controladora decreció 7.2% a \$978 millones en el primer trimestre 2009 en comparación con \$1,053.5 millones en el primer trimestre 2008. Este decremento neto de \$75.5 millones reflejó principalmente i) un aumento de \$67.8 millones en otros gastos, neto, ii) un incremento de \$183.6 millones en el costo integral de financiamiento, iii) un aumento de \$127.6 millones en la participación en las pérdidas de afiliadas, neto, iv) un incremento de \$34 millones en impuestos a la utilidad y v) un aumento de \$7.5 millones en la utilidad neta de la participación no controladora. Estos efectos desfavorables fueron parcialmente compensados por un incremento de \$345 millones en la utilidad de operación.

<sup>1</sup> A partir del 1 de enero de 2008, de acuerdo a los lineamientos que establecen las Normas de Información Financiera, ya no reconocemos los efectos de inflación en nuestros reportes financieros.

## Resultados del Primer Trimestre por Segmentos de Negocio

La siguiente información presenta los resultados del primer trimestre terminado el 31 de marzo de 2009 y 2008 por segmentos de negocio. Los resultados se presentan en millones de pesos.

<b>Ventas Netas</b>	<b>1T 2009</b>	<b>%</b>	<b>1T 2008</b>	<b>%</b>	<b>Cambio %</b>
Televisión Abierta	4,041.7	34.8	3,882.5	39.7	4.1
Señales de Televisión Restringida	608.4	5.2	463.6	4.7	31.2
Exportación de Programación	686.3	5.9	578.3	5.9	18.7
Editoriales	766.7	6.6	727.3	7.4	5.4
Sky	2,416.8	20.8	2,180.6	22.3	10.8
Cable y Telecomunicaciones	2,214.0	19.1	1,052.8	10.8	110.3
Otros Negocios <sup>1</sup>	884.1	7.6	901.2	9.2	(1.9)
<b>Ventas Netas por Segmentos</b>	<b>11,618.0</b>	<b>100.0</b>	<b>9,786.3</b>	<b>100.0</b>	<b>18.7</b>
Operaciones Intersegmentos <sup>2</sup>	(255.6)		(248.2)		(3.0)
<b>Ventas Netas Consolidadas</b>	<b>11,362.4</b>		<b>9,538.1</b>		<b>19.1</b>

<b>Utilidad (Pérdida) de los Segmentos Operativos<sup>3</sup></b>	<b>1T 2009</b>	<b>Margen %</b>	<b>1T 2008</b>	<b>Margen %</b>	<b>Cambio %</b>
Televisión Abierta	1,584.3	39.2	1,514.2	39.0	4.6
Señales de Televisión Restringida	396.8	65.2	283.3	61.1	40.1
Exportación de Programación	340.5	49.6	245.3	42.4	38.8
Editoriales	22.5	2.9	49.1	6.8	(54.2)
Sky	1,110.8	46.0	1,080.2	49.5	2.8
Cable y Telecomunicaciones	679.3	30.7	327.7	31.1	107.3
Otros Negocios <sup>1</sup>	(39.8)	(4.5)	(22.5)	(2.5)	(76.9)
<b>Utilidad de los Segmentos Operativos</b>	<b>4,094.4</b>	<b>35.2</b>	<b>3,477.3</b>	<b>35.5</b>	<b>17.7</b>
Gastos Corporativos	(157.8)	(1.4)	(99.5)	(1.0)	(58.6)
Depreciación y Amortización	1,207.1	10.6	993.3	10.4	21.5
<b>Utilidad de Operación Consolidada</b>	<b>2,729.5</b>	<b>24.0</b>	<b>2,384.5</b>	<b>25.0</b>	<b>14.5</b>

<sup>1</sup> El segmento de Distribución de Publicaciones está incluido dentro de Otros Negocios

<sup>2</sup> Para propósitos de información por segmento estas operaciones fueron incluidas en cada uno de los segmentos respectivos.

<sup>3</sup> Utilidad (pérdida) de los segmentos operativos se define como la utilidad (pérdida) de operación antes de depreciación, amortización y gastos corporativos.

### Televisión Abierta

**Las ventas del primer trimestre** crecieron 4.1% a \$4,041.7 millones en comparación con \$3,882.5 millones en el 2008. El aumento se atribuye a los altos ratings generados principalmente durante el horario estelar del canal 2, así como a la comparación favorable debido a que semana santa y de pascua se festejaron durante el segundo trimestre de este año.

**La utilidad del segmento del primer trimestre** incrementó 4.6% a \$1,584.3 millones comparado con \$1,514.2 millones en el primer trimestre 2008 y el margen fue de 39.2%. Estos resultados reflejan un aumento en ventas que fue parcialmente afectado por mayores costos de ventas y gastos de operación.

### Señales de Televisión Restringida

**Las ventas del primer trimestre** crecieron 31.2% a \$608.4 millones comparado con \$463.6 millones en el primer trimestre 2008. Este crecimiento refleja i) mayores ingresos debido al incremento en número de suscriptores en México y Latinoamérica, así como un efecto positivo en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera y ii) mayores ventas de publicidad.

**La utilidad del segmento del primer trimestre** incrementó 40.1% a \$396.8 millones comparado con \$283.3 millones en el primer trimestre 2008, y el margen se incrementó a 65.2%. Este incremento refleja mayores ventas que fueron parcialmente afectadas por un aumento en los costos de ventas y en los gastos de operación.

## Exportación de Programación

**Las ventas del primer trimestre** aumentaron 18.7% a \$686.3 millones en comparación con \$578.3 millones en el primer trimestre 2008. Este incremento se atribuye a un efecto positivo en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera por \$193.6 millones y por mayores ventas a Europa, Asia y África. Estos resultados fueron parcialmente afectados por un decremento de 18.9% en las regalías de Univision, que ascendieron a US\$29.9 millones de dólares en el trimestre.

**La utilidad del segmento del primer trimestre** incrementó 38.8% a \$340.5 millones en comparación con \$245.3 millones en el primer trimestre 2008, y el margen incrementó a 49.6%. Estos resultados reflejan un incremento en las ventas, lo cual fue parcialmente afectado por incrementos marginales en costos de ventas y gastos de operación.

## Editoriales

**Las ventas del primer trimestre** aumentaron 5.4% a \$766.7 millones en comparación con \$727.3 millones en el primer trimestre 2008. El aumento refleja un efecto positivo en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera por \$132.3 millones que fue parcialmente afectado por menores ventas de publicidad y en menor grado por un decremento en la circulación en México y el extranjero.

**La utilidad del segmento del primer trimestre** decreció 54.2% a \$22.5 millones en comparación con \$49.1 millones en el primer trimestre 2008, y el margen fue de 2.9%. Estos resultados reflejan un incremento en costos de ventas y gastos de operación, provocado principalmente por un efecto negativo en conversión de los costos denominados en moneda extranjera y que fue parcialmente compensado por un efecto positivo en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera.

## Sky

**Las ventas del primer trimestre** incrementaron 10.8% a \$2,416.8 millones en comparación con \$2,180.6 millones en el 2008. El aumento refleja i) un incremento en la base de suscriptores, terminando el trimestre con 123,000 suscriptores en Centro América, y ii) mayores ventas de publicidad. Al 31 de marzo de 2009, la base de suscriptores aumentó a 1,784,608 suscriptores activos (incluyendo 133,435 suscriptores comerciales) en comparación con 1,642,923 suscriptores activos (incluyendo 114,855 suscriptores comerciales) al 31 de marzo de 2008.

**La utilidad del segmento del primer trimestre** se incrementó 2.8% a \$1,110.8 millones en comparación con \$1,080.2 millones en el primer trimestre 2008, y el margen fue de 46%. Estos resultados reflejan mayores ventas, las cuales fueron parcialmente afectadas por un incremento en el costo de ventas y en los gastos de programación, principalmente explicados por un efecto negativo en conversión de los costos denominados en moneda extranjera.

## Cable y Telecomunicaciones

**La ventas del primer trimestre** aumentaron 110.3% a \$2,214 millones en comparación con \$1,052.8 millones en el primer trimestre 2008. El aumento se atribuye a i) un incremento de 19.9% en las ventas de Cablevision, explicado principalmente por un crecimiento de 19.9% en sus RGUs (*Revenue Generating Units*), ii) la consolidación de Cablemás a partir de junio de 2008 que representó ventas incrementales por \$899 millones durante el primer trimestre 2009, y iii) el aumento de \$131.8 millones en las ventas de Bestel que alcanzaron \$528.9 millones.

**La utilidad del segmento del primer trimestre** incrementó 107.3% a \$679.3 millones en comparación con \$327.7 millones en el primer trimestre 2008, y el margen fue de 30.7%. Estos resultados reflejan un incremento en

ventas que fueron parcialmente afectadas por un incremento en costos de venta así como en gastos de programación. La utilidad de Bestel se incrementó en \$31.2 millones alcanzando \$90.1 millones.

La siguiente tabla presenta el desglose de suscriptores, así como resultados operativos de Cablevision y Cablemás expresados en millones de pesos nominales.

<b>1T 2009</b>	<b>Cablevision</b>	<b>Cablemás</b>
Video	594,407	874,696
Internet	206,493	247,237
Telefonía	70,257	84,680
RGUs	871,157	1,206,613
Ventas	786.1	899.0
Utilidad del Segmento	277.4	311.8
Margen (%)	35.3	34.7

## Otros Negocios

**Las ventas del primer trimestre** decrecieron 1.9% a \$884.1 millones en comparación con \$901.2 millones en el primer trimestre 2008. Este decremento se atribuye a menores ventas en los negocios de distribución de películas de largometraje, distribución de publicaciones e Internet. Esto fue parcialmente compensado por mayores ventas en los negocios de juegos y sorteos y fútbol.

**La pérdida del segmento del primer trimestre** aumentó 76.9% a \$39.8 millones en comparación con una pérdida de \$22.5 millones en el primer trimestre 2008, reflejando menores ventas y un incremento en los gastos de operación, que fueron parcialmente compensados por un decremento en costos de ventas.

## Gastos Corporativos

En el primer trimestre 2009 fue reconocido un cargo en gastos corporativos por compensación con base en acciones por un monto de aproximadamente \$68.6 millones. El gasto de compensación con base en acciones se determina a su valor razonable en la fecha de asignación de los beneficios a ejecutivos y empleados, y se reconoce en el periodo en que dichos beneficios son adquiridos.

## Resultados No-Operativos

### Otros gastos, neto

Otros gastos, neto, en el primer trimestre 2009 se compone principalmente por servicios profesionales en relación a cierto litigio, donaciones y pérdidas en disposición de activos.

Otros gastos, neto, aumentaron \$67.8 millones a \$92.7 millones en el primer trimestre 2009 en comparación con \$24.9 millones en el primer trimestre 2008. Este incremento refleja principalmente un incremento en servicios legales profesionales relacionados con cierto litigio, así como donaciones.

### Costo integral de financiamiento

La siguiente tabla presenta los componentes del costo integral de financiamiento por los tres meses terminados el 31 de marzo de 2009 y 2008.

	<b>1T 2009</b>	<b>1T 2008</b>	<b>Incremento (decremento)</b>
Intereses pagados	858.5	649.2	209.3
Intereses ganados	(346.1)	(423.2)	77.1
Pérdida en tipo de cambio, neto	199.2	302.0	(102.8)
<b>Costo integral de financiamiento</b>	<b>711.6</b>	<b>528.0</b>	<b>183.6</b>

El costo integral de financiamiento, neto, aumentó en \$183.6 millones a \$711.6 millones en el primer trimestre 2009 en comparación con \$528 millones en el primer trimestre 2008. Este incremento reflejó principalmente i) un incremento de \$209.3 millones en intereses pagados debido a un mayor monto promedio de deuda a largo plazo durante el primer trimestre 2009, ii) un decremento de \$77.1 millones en intereses ganados debido a una reducción en las tasas de interés aplicables a inversiones temporales en moneda extranjera en el primer trimestre 2009. Estas variaciones desfavorables fueron parcialmente compensadas por una disminución de \$102.8 millones en la pérdida en tipo de cambio, derivado principalmente por una menor pérdida en ciertos derivados utilizados para cubrir riesgo de tipo de cambio.

#### **Participación en las pérdidas de afiliadas, neto**

La participación en las pérdidas de afiliadas, neto, incrementó \$127.6 millones o 68.9%, a \$312.9 millones en el primer trimestre 2009 en comparación con \$185.3 millones en el primer trimestre 2008. Este incremento refleja principalmente un aumento en las pérdidas de nuestra participación de 40% en La Sexta, un canal de Televisión Abierta en España.

#### **Impuestos a la utilidad**

Los impuestos a la utilidad aumentaron \$34 millones, o 7.1%, a \$510.2 millones en el primer trimestre 2009 en comparación con \$476.2 millones en el primer trimestre 2008. Este aumento se debe principalmente a un incremento en la base del impuesto sobre la renta.

#### **Participación no controladora**

La utilidad neta atribuible a la participación no controladora aumentó \$7.5 millones o 6.4%, a \$124.1 millones en el primer trimestre 2009 en comparación con \$116.6 millones en el primer trimestre 2008. Este incremento refleja principalmente la porción de la utilidad neta consolidada atribuible a la participación accionaria no controladora de terceros en nuestro segmento de Sky que fue parcialmente compensado por una menor utilidad neta consolidada atribuible a la participación accionaria no controladora de terceros en nuestro segmento de Cable y Telecomunicaciones.

### **Otra Información Relacionada**

#### **Inversiones de capital y otras inversiones**

Durante el primer trimestre 2009, las inversiones de capital totalizaron aproximadamente US\$60.2 millones de dólares, de los cuales aproximadamente US\$30.7 millones de dólares correspondieron al segmento de Cable y Telecomunicaciones, US\$17.2 millones de dólares a Sky y US\$2.3 millones de dólares al negocio de juegos y sorteos. El remanente de US\$10 millones de dólares están relacionados con nuestro segmento de Televisión Abierta y otros negocios. Además, realizamos contribuciones con relación a nuestra participación de 40% en la Sexta por un monto de €12 millones de euros.

Nuestro segmento de Cable y Telecomunicaciones incluye inversiones de capital durante el trimestre por US\$11.1 millones de dólares de Cablevision, US\$18.3 millones de dólares de Cablemás y US\$1.3 millones de dólares de Bestel, aproximadamente.

#### **Deuda y arrendamiento financiero**

La siguiente tabla presenta la deuda total consolidada de la Compañía, así como el arrendamiento financiero de Sky al 31 de marzo de 2009 y 2008. Las cifras se presentan en millones de pesos.

	<i>31 de marzo 2009</i>	<i>31 de marzo 2008</i>	<i>Incremento (decremento)</i>
Porción circulante de deuda a largo plazo	1,214.2	248.9	965.3
Deuda a largo plazo (excluyendo porción circulante)	<u>37,324.0</u>	<u>24,953.9</u>	<u>12,370.0</u>
	<b>38,538.2</b>	<b>25,202.8</b>	<b>13,335.3</b>
Porción circulante de arrendamiento financiero	146.5	98.0	48.5
Arrendamiento financiero a largo plazo (excluyendo porción circulante)	<u>1,164.6</u>	<u>983.4</u>	<u>181.2</u>
	<b>1,311.1</b>	<b>1,081.4</b>	<b>229.7</b>

Al 31 de marzo de 2009 y 2008, la caja neta consolidada (efectivo y equivalentes de efectivo, inversiones temporales e inversiones a largo plazo menos deuda total) fue de \$5,410.5 millones y de \$6,922.5 millones, respectivamente. Las inversiones a largo plazo al 31 de marzo de 2009 y 2008 fueron de \$1,315.7 millones y \$1,553.2 millones, respectivamente.

### Acciones en circulación

Al 31 de marzo de 2009, las acciones en circulación son:

	<i>1T 2009</i>	<i>1T 2008</i>
Acciones en circulación (millones)	329,705	330,168
CPO Equivalentes en circulación (millones) <sup>1</sup>	2,818	2,822
GDS Equivalentes en circulación (millones) <sup>2</sup>	564	564

<sup>1</sup> No todas las acciones en circulación están en forma de CPOs. El número de CPO Equivalentes se calcula dividiendo el número de acciones en circulación entre 117.

<sup>2</sup> El número de GDS equivalentes se calcula dividiendo el número de CPO Equivalentes entre 5.

### Ratings y participación de audiencia

Los ratings y la participación de audiencia a nivel nacional de televisión abierta, reportados por IBOPE, confirmaron que en el primer trimestre de 2009, Televisa continuó proporcionando altos ratings y participación de audiencia. Nuestros canales captaron en promedio en el horario estelar de lunes a viernes de 19:00 a 23:00 horas una participación de audiencia de 73.8%; en el horario estelar, comprendido de lunes a domingo de 16:00 a 23:00 horas, una participación de audiencia de 71.2%; y de 6:00 a 24:00 horas, de lunes a domingo, una participación de audiencia de 72%.





### **Sobre la empresa**

*Grupo Televisa, S.A.B., es la compañía de medios de comunicación más grande en el mundo de habla hispana y un participante importante en la industria global de entretenimiento. La compañía está involucrada en la producción y transmisión de televisión, producción de señales de televisión restringida, distribución internacional de programas de televisión, servicios de televisión directa al hogar vía satélite, servicios de televisión por cable y telecomunicaciones, publicación y distribución de revistas, producción y transmisión de programas de radio, espectáculos deportivos y entretenimiento en vivo, producción y distribución de películas, operación de un portal de Internet y participa en la industria de juegos y sorteos. Grupo Televisa tiene también participación accionaria en La Sexta, un canal de televisión abierta en España.*

### **Aviso legal**

*Este boletín de prensa contiene ciertas estimaciones sobre los resultados y perspectivas de la Compañía. No obstante lo anterior, los resultados reales que se obtengan, podrían variar de manera significativa de estas estimaciones. La información de futuros eventos contenida en este boletín, se deberá leer en conjunto con un resumen de estos riesgos que se incluye en el Informe Anual (Forma 20-F) mencionado en la sección "Descripción de la Compañía - Resumen de Riesgos". Dicha información, así como, futuros reportes hechos por la Compañía o cualquiera de sus representantes, ya sea verbalmente o por escrito, podrían variar de manera significativa de los resultados reales. Estas proyecciones y estimaciones, las cuales se elaboraron con referencia a una fecha determinada, no deben ser consideradas como un hecho. La Compañía no tiene obligación alguna para actualizar o revisar ninguna de estas proyecciones y estimaciones, ya sea como resultado de nueva información, futuros acontecimientos u otros eventos asociados.*

*(Ver Estados Financieros y tabla de ratings que se acompañan.)*

###

### **Relación con Inversionistas:**

**Carlos Madrazo**

**María José Cevallos**

Tel: (5255) 5261-2445

Fax: (5255)5261-2494

[ir@televisa.com.mx](mailto:ir@televisa.com.mx)

<http://www.televisa.com>

<http://www.televisair.com>

### **Relación con Medios:**

**Manuel Compeán**

Tel: (5255) 5728 3815

Fax: (5255) 5728 3632

[mcompean@televisa.com.mx](mailto:mcompean@televisa.com.mx)

<http://www.televisa.com>

**GRUPO TELEVISA, S.A.B.**  
**BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS CONDENSADOS**  
**AL 31 DE MARZO DE 2009 Y 31 DE DICIEMBRE DE 2008**  
**(Millones de pesos)**

	Marzo 31, 2009 (No auditado)	Diciembre 31, 2008 (No auditado)
<b>ACTIVO</b>		
Circulante:		
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 33,313.5	\$ 35,106.1
Inversiones temporales	9,319.5	6,798.3
	<u>42,633.0</u>	<u>41,904.4</u>
Documentos y cuentas por cobrar a clientes, neto	14,665.2	18,199.9
Otras cuentas y documentos por cobrar, neto	2,966.5	2,231.5
Cuentas corrientes por cobrar a compañías afiliadas	412.1	161.8
Derechos de transmisión y programación	3,681.6	3,343.4
Inventarios	1,535.9	1,612.0
Otros activos circulantes	1,397.2	1,105.9
Suma el activo circulante	<u>67,291.5</u>	<u>68,558.9</u>
Instrumentos financieros derivados	2,309.4	2,316.6
Derechos de transmisión y programación	6,883.7	6,324.8
Inversiones	3,578.3	3,348.6
Inmuebles, planta y equipo, neto	30,545.4	30,798.4
Activos intangibles y cargos diferidos, neto	11,461.6	11,433.8
Otros activos	74.3	70.7
Suma el activo	<u>\$ 122,144.2</u>	<u>\$ 122,851.8</u>



**GRUPO TELEVISA, S.A.B.**  
**BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS CONDENSADOS**  
**AL 31 DE MARZO DE 2009 Y 31 DE DICIEMBRE DE 2008**  
**(Millones de pesos)**

	Marzo 31, 2009 (No auditado)	Diciembre 31, 2008 (No auditado)
<b>PASIVO</b>		
A corto plazo:		
Porción circulante de deuda a largo plazo	\$ 1,214.2	\$ 2,283.2
Porción circulante de obligación por renta de transpondedores satelitales	146.5	138.8
Proveedores	6,839.1	6,337.4
Depósitos y anticipos de clientes	16,453.9	18,098.6
Impuestos por pagar	602.6	830.1
Intereses por pagar	463.9	439.8
Beneficios a empleados	317.6	200.0
Cuentas corrientes por pagar a compañías afiliadas	85.8	88.6
Otros pasivos acumulados	2,197.4	2,293.8
Suma el pasivo a corto plazo	28,321.0	30,710.3
Deuda a largo plazo, neto de porción circulante	37,324.0	36,679.9
Instrumentos financieros derivados	655.2	604.6
Obligación por renta de transpondedores satelitales, neto de porción circulante	1,164.6	1,172.9
Depósitos y anticipos de clientes, neto de porción circulante	589.4	589.4
Otros pasivos a largo plazo	3,401.5	3,225.5
Impuestos a la utilidad diferidos	2,364.6	2,265.2
Beneficios a empleados por retiro y terminación	371.1	352.4
Suma el pasivo	74,191.4	75,600.2
<b>CAPITAL CONTABLE</b>		
Capital social suscrito y pagado, sin valor nominal	10,061.0	10,061.0
Prima en emisión de acciones	4,547.9	4,547.9
	14,608.9	14,608.9
Utilidades retenidas:		
Reserva legal	2,135.4	2,135.4
Utilidades por aplicar	27,301.2	19,595.3
Utilidad neta de la participación controladora	978.0	7,803.7
	30,414.6	29,534.4
Otros componentes de la utilidad integral acumulada, neto	2,992.6	3,184.0
Acciones recompradas	(5,142.1)	(5,308.4)
	28,265.1	27,410.0
Suma la participación controladora	42,874.0	42,018.9
Participación no controladora	5,078.8	5,232.7
Suma el capital contable	47,952.8	47,251.6
Suman el pasivo y el capital contable	\$ 122,144.2	\$ 122,851.8

**GRUPO TELEVISA, S.A.B.**  
**ESTADOS DE RESULTADOS CONSOLIDADOS CONDENSADOS**  
**POR LOS TRES MESES TERMINADOS EL 31 DE MARZO DE 2009 Y 2008**  
**(Millones de pesos)**

	Tres meses terminados el 31 de marzo de,	
	2009 (No auditado)	2008 (No auditado)
Ventas netas	\$ 11,362.4	\$ 9,538.1
Costo de ventas <sup>1</sup>	5,603.6	4,783.6
Gastos de operación:		
Gastos de venta <sup>1</sup>	912.3	751.7
Gastos de administración <sup>1</sup>	909.9	625.0
Depreciación y amortización	1,207.1	993.3
Utilidad de operación	<u>2,729.5</u>	<u>2,384.5</u>
Otros gastos, neto	<u>92.7</u>	<u>24.9</u>
Resultado integral de financiamiento:		
Intereses pagados	858.5	649.2
Intereses ganados	(346.1)	(423.2)
Pérdida en cambios, neto	199.2	302.0
	<u>711.6</u>	<u>528.0</u>
Participación en la pérdida de afiliadas, neto	<u>312.9</u>	<u>185.3</u>
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	1,612.3	1,646.3
Impuestos a la utilidad	<u>510.2</u>	<u>476.2</u>
Utilidad neta consolidada	1,102.1	1,170.1
Utilidad neta de la participación no controladora	124.1	116.6
Utilidad neta de la participación controladora	<u>\$ 978.0</u>	<u>\$ 1,053.5</u>

<sup>1</sup> Excluye depreciación y amortización.

## RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS POR EL AÑO COMPLETO 2008 Y EL PRIMER TRIMESTRE 2009<sup>1</sup>:

### 6:00 A 24:00 HORAS, LUNES A DOMINGO

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	2008	ene	feb	mar	1T09
<b>Canal 2</b>																	
Rating	10.6	11.8	11.2	11.9	11.5	11.2	11.4	11.1	11.8	12.4	12.0	11.5	<b>11.5</b>	11.7	11.7	11.9	<b>11.8</b>
Participación (%)	29.0	32.0	30.8	33.2	31.7	31.0	31.6	31.2	33.1	34.7	33.2	33.7	<b>32.1</b>	32.4	31.5	32.3	<b>32.1</b>
<b>Total Televisa<sup>2</sup></b>																	
Rating	26.2	27.0	26.0	26.1	25.9	25.8	26.4	25.6	25.9	26.2	25.7	24.7	<b>26.0</b>	26.1	26.8	26.3	<b>26.4</b>
Participación (%)	71.4	72.9	71.9	73.1	71.78	71.42	73.5	71.8	72.8	73.2	71.4	72.4	<b>72.3</b>	72.4	72.4	71.3	<b>72.0</b>

### HORARIO ESTELAR—16:00 A 23:00 HORAS, LUNES A DOMINGO <sup>3</sup>

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	2008	Ene	feb	mar	1T09
<b>Canal 2</b>																	
Rating	15.2	17.8	16.5	17.4	16.7	16.4	17.1	16.0	17.3	18.5	17.2	16.5	<b>16.9</b>	17.2	17.1	17.6	<b>17.3</b>
Participación (%)	29.6	34.5	33.2	35.2	34.0	33.4	34.9	33.4	35.1	37.2	34.0	35.1	<b>34.1</b>	34.1	33.2	34.5	<b>33.9</b>
<b>Total Televisa<sup>2</sup></b>																	
Rating	35.7	37.2	35.4	35.9	34.7	34.8	35.6	34.3	35.3	35.6	35.3	33.2	<b>35.2</b>	36.1	36.9	36.1	<b>36.3</b>
Participación (%)	69.6	71.8	71.1	72.7	70.7	70.8	72.8	71.5	71.4	71.7	69.8	70.7	<b>71.2</b>	71.4	71.5	70.7	<b>71.2</b>

### HORARIO ESTELAR—19:00 A 23:00 HORAS, LUNES A VIERNES <sup>3</sup>

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	2008	Ene	feb	mar	1T09
<b>Canal 2</b>																	
Rating	19.0	24.9	23.3	23.0	22.6	22.0	21.9	20.5	20.8	22.4	21.2	19.7	<b>21.8</b>	21.4	21.6	21.0	<b>21.3</b>
Participación (%)	31.6	40.5	40.6	40.8	40.2	39.2	39.3	37.3	37.3	39.5	36.7	36.9	<b>38.3</b>	36.2	35.9	35.7	<b>35.9</b>
<b>Total Televisa<sup>2</sup></b>																	
Rating	41.5	45.3	43.4	43.0	42.0	41.6	42.0	40.6	41.4	42.3	42.3	38.6	<b>42.0</b>	43.8	44.5	43.1	<b>43.8</b>
Participación (%)	69.2	73.7	75.5	76.4	74.5	74.1	75.4	73.9	74.2	74.5	73.3	72.1	<b>73.9</b>	73.9	73.9	73.4	<b>73.8</b>

<sup>1</sup> La información referente a ratings y participación de audiencia a nivel nacional en zonas urbanas está certificada por IBOPE y está basada en los estudios a nivel nacional de IBOPE, los cuales son calculados tomando en cuenta los siete días de la semana en la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y otras 25 ciudades cuya población es mayor a los 500,000 habitantes. El "Rating" en un horario determinado se refiere al número de televisores encendidos y sintonizados en alguno de los programas de la Compañía como porcentaje del total de hogares en el país. La "participación de audiencia" significa el número de televisores encendidos y sintonizados en alguno de los programas de la Compañía como porcentaje del número de hogares que están viendo televisión abierta durante un horario determinado, sin importar el número de televidentes.

<sup>2</sup> "Total Televisa" incluye las cuatro cadenas de la Compañía, así como todas las estaciones afiliadas (incluyendo las televisoras afiliadas al Canal 4, las que en su mayoría transmiten diariamente parte de los programas del horario estelar del Canal 4). La programación del Canal 4 en estaciones afiliadas se transmite generalmente en 12 de las 28 ciudades que son cubiertas por IBOPE en sus estudios a nivel nacional. Asimismo, la programación del Canal 9 en estaciones afiliadas se transmite en todas las ciudades que son cubiertas por IBOPE en sus estudios a nivel nacional.

<sup>3</sup> El "Horario Estelar de Televisa" es aquél durante el cual la Compañía generalmente aplica las tarifas publicitarias más altas para sus cadenas.