



Televisa siempre presente

Cuando la gente se reúne con sus amigos y vecinos para ver el partido de fútbol del fin de semana, para ver el próximo capítulo de su programa favorito, o cuando leen en una revista sobre su actor preferido, Televisa está presente.

Televisa está presente para ofrecerle las noticias al final del día, para deleitar sus oídos con música o para traerle a sus artistas favoritos en vivo. Televisa se hace presente para mantenernos a todos en contacto, entretenidos e inspirados. Al igual que las familias y las comunidades a las que damos servicio, Televisa está siempre conectado.

Jacqueline Bracamontes
Protagonista de *Las Tontas No Van Al Cielo*

Estimados accionistas:

Continuamos utilizando nuestro contenido de alta calidad en todos nuestros segmentos de negocio para mantenernos en contacto, entretenér y emocionar a nuestras audiencias en México y alrededor del mundo.

La mezcla balanceada de programación de nuestro segmento de televisión abierta (la plataforma de nuestra compañía) nos permitió continuar alcanzando participaciones en la audiencia y ratings excepcionales. En 2007 celebramos con grandes éxitos el 50 aniversario de la telenovela, un formato creado por Televisa, el cual hemos seguido reforzando y renovando con resultados sobresalientes a través de los años. En 2007 transmitimos 78 de los 100 programas más populares, así como 45 de los 50 programas más vistos en México. Además, nuestra participación en la audiencia promedio durante el año fue del 70.9 por ciento en el horario comprendido de 6:00 a 24:00 horas.

Nuestro segmento de señales de televisión restringida obtuvo resultados sobresalientes durante el año. Producimos 14 canales de televisión de paga que en 2007 llegaron a más de 18 millones de suscriptores en América, Europa y Asia Pacífico. Durante los últimos cuatro años, las ventas de este segmento han crecido a una tasa anual compuesta de 22 por ciento y la utilidad operativa se ha incrementado más de 58 por ciento por año en el mismo periodo. La penetración de la televisión restringida en muchos de los mercados que atendemos es baja, por lo que esperamos que este segmento continúe creciendo de forma importante en los próximos años.

En 2007 exportamos más de 60 mil horas de programación a más de 60 paí-

ses. Además, exportamos algunos de nuestros formatos más exitosos alrededor del mundo, apoyando a compañías productoras locales a llevarlos a la pantalla. También avanzamos en nuestra estrategia de llevar a cabo acuerdos de coproducción con terceros. En 2007, logramos un acuerdo de coproducción en Francia e iniciamos negociaciones para colaborar en la producción de una telenovela en China, que comenzará a grabarse en 2008.

En los Estados Unidos, la programación de Televisa representó aproximadamente 36 por ciento de las horas de programación sin repetición de la cadena Univision, incluyendo la mayoría de su horario estelar. Nuestro contenido, en particular nuestras novelas, lograron que Univision alcanzara algunos de los ratings más sobresalientes durante el año. Por ejemplo, el capítulo final de nuestra telenovela *Destilando Amor* alcanzó una audiencia de 12.7 millones de personas, e impulsó a la cadena al primer lugar del país entre adultos de 18 a 34 y de 18 a 49 años de edad.

Sky, nuestra empresa de televisión directa al hogar vía satélite, disfrutó de otro extraordinario año. Con 155 mil suscriptores nuevos en 2007, la base de suscriptores de Sky al final del año fue casi de 1.6 millones. Nuestros esfuerzos iniciales de expandir nuestros servicios a Centroamérica han resultado exitosos: en el tercer trimestre, Sky inició operaciones en Costa Rica y en República Dominicana, cerrando el año con 33 mil suscriptores en la región. Continuaremos expandiendo nuestra oferta y buscando oportunidades adicionales para extender nuestro alcance geográfico.

Televisa se encuentra bien posicionada para capitalizar la adopción del mercado de servicios de triple play. Tenemos una participación accionaria mayoritaria en Cablevisión, la empresa de televisión por cable de la Ciudad de México. En 2007, las unidades generadoras de ingreso (RGUs) de Cablevisión incrementaron 19 por ciento y cerramos el año con 539 mil y 145 mil suscriptores de televisión de paga e Internet de banda ancha, respectivamente. Cablevisión lanzó su servicio de telefonía en la segunda mitad del año con resultados muy alentadores.

Además, Televisa mantiene una participación accionaria en Televisión Internacional, la empresa de cable líder en Monterrey; y un bono a largo plazo convertible en acciones de Cablemás, la segunda empresa de cable más grande de México. Dicha conversión está sujeta a aprobación por parte de la Comisión Federal de Competencia (COFECO). Asimismo, Cablestar, que es propiedad en un 70% de Cablevisión, adquirió la mayoría de los activos de Bestel, la cual es propietaria de una de las redes de fibra óptica más grandes de México. Esta adquisición permitirá a nuestras compañías de cable ofrecer servicios de telefonía y banda ancha confiables y de alta calidad. Continuamos viendo excelentes oportunidades de crecimiento para nuestras compañías en esta industria.

En 2007 fortalecimos nuestra posición como la empresa editora de revistas en español más grande del mundo con la adquisición de Editorial Atlántida, S.A., la editora de revistas líder en Argentina. Como resultado de esta adquisición, Televisa ahora publica 156 títulos en 20 países con una circulación anual de 165 millones de copias. Las ventas en nuestro segmento editorial se incrementaron 10.6 por ciento durante el año, llegando a \$3.3 mil millones de pesos con un margen de utilidad del segmento de 18.9 por ciento.

Nuestras plataformas digitales han logrado posicionar a Televisa como el líder de entretenimiento en línea. A través de Esmas, el portal de Internet de entretenimiento digital líder en Latinoamérica, distribuimos nuestros programas, música y demás contenido mediante sitios de marca propia y verticales. También distribuimos nuestro contenido mediante video bajo demanda, televisión en vivo y la transmisión de videos cortos. A través de nuestra tienda de música en línea distribuimos música y video clips, entre otros. Vemos nuestro negocio digital como un vehículo versátil para maximizar el valor de nuestro contenido y promocionar nuestros negocios. Continuaremos buscando formas innovadoras de extender el alcance de nuestro contenido en este espacio.

Desde que incursionamos en el negocio de juegos y sorteos en el 2006, hemos inaugurado 13 establecimientos de bingo que cuentan con aproximadamente 4,000 máquinas de bingo electrónicas. Además, operamos una lotería nacional con más de 5,500 terminales instaladas en tiendas de conveniencia por todo México. Continuamos viendo este negocio como una oportunidad atractiva y estamos trabajando para acelerar su crecimiento.

Como anticipamos, en 2007 nuestro segmento de televisión abierta enfrentó una comparación desfavorable debido al incremento en ventas generado principalmente por la transmisión del Mundial de Fútbol y las elecciones presidenciales que se llevaron a cabo en 2006. El desempeño positivo en la mayoría de nuestros otros segmentos, los cuales ahora contribuyen con más del 50 por ciento de nuestras ventas consolidadas, ayudaron a compensar los resultados

de televisión abierta. Nuestras ventas consolidadas incrementaron 5.6 por ciento a \$41.6 mil millones de pesos, la utilidad de operación consolidada incrementó 1.5 por ciento a \$14.5 mil millones de pesos y nuestra utilidad neta fue de \$8.1 mil millones de pesos.

Nuestra importante generación de efectivo así como nuestro balance sólido y estructura de capital sana nos permitió continuar distribuyendo efectivo a nuestros accionistas. En 2007, pagamos un dividendo de \$4.4 mil millones de pesos e invertimos \$4.0 mil millones de pesos en recompra de acciones.

Tengo plena confianza en la fortaleza de nuestro modelo de negocio. Vemos excelentes oportunidades de crecimiento en todas las áreas de nuestro negocio y continuaremos buscando maneras de mejorar nuestro desempeño maximizando las sinergias entre las mismas.

Quiero expresar mi gratitud a nuestros empleados y a nuestro consejo de administración; nuestro éxito es testimonio de su talento y compromiso. Asimismo, agradecemos el apoyo de nuestras audiencias diversas y leales y de nuestros clientes. Nos comprometemos a continuar llevándoles ofertas emocionantes e innovadoras, así como ganarnos y retribuir su confianza y apoyo en los años por venir.


Emilio Azcárraga Jean
 Presidente del Consejo
 y Director General

Vemos excelentes oportunidades de crecimiento en todas las áreas de nuestro negocio y continuaremos buscando maneras de mejorar nuestro desempeño maximizando las sinergias entre las mismas





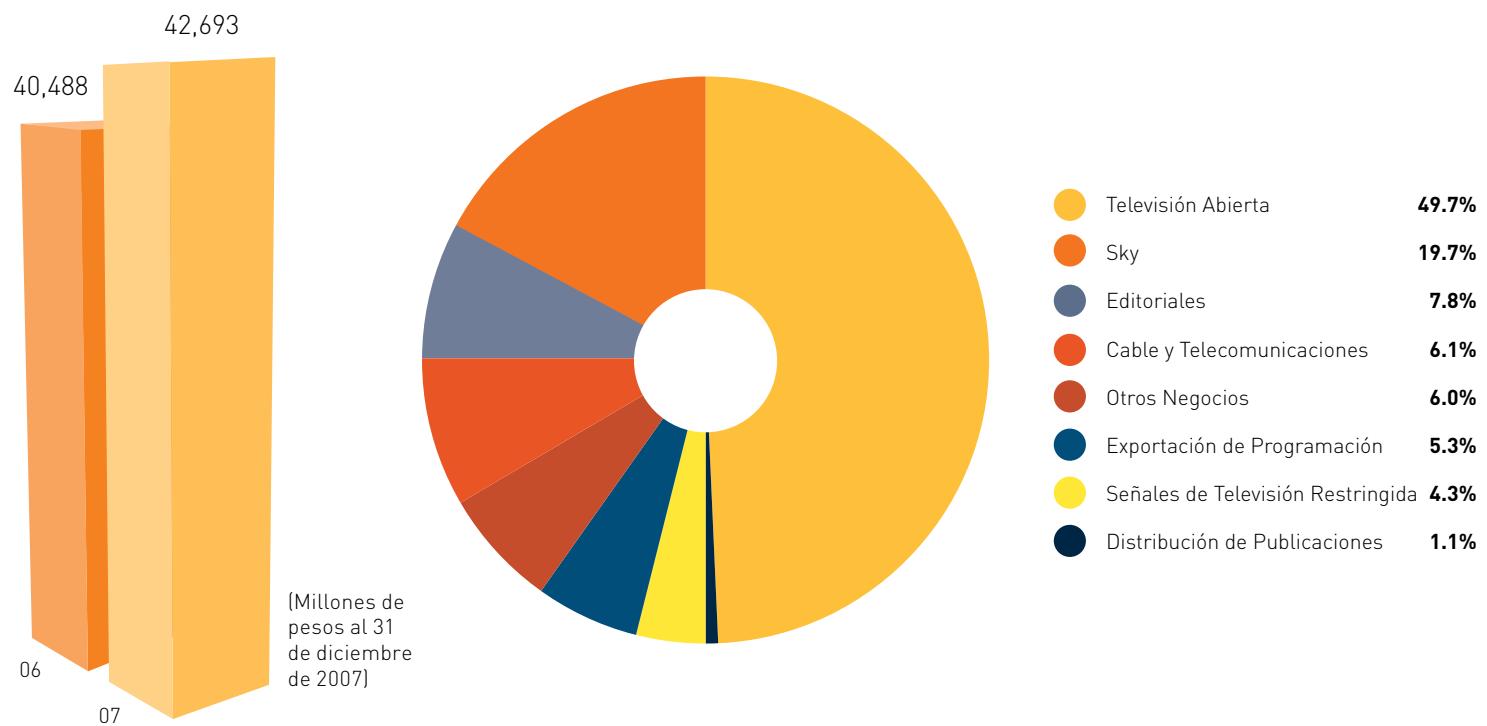
Indicadores financieros

	2006	2007	%
Ventas netas consolidadas	\$ 39,358	\$ 41,562	5.6
Utilidad de los segmentos operativos ¹	17,513	18,072	3.2
Margen de los segmentos operativos	43.3%	42.3%	
Utilidad de operación consolidada	14,266	14,481	1.5
Margen	36.2%	34.8%	
Utilidad neta mayoritaria	8,909	8,082	(9.3)
Utilidad por CPO	3.07	2.84	
Acciones en circulación al cierre del año (en millones)	337,782	329,960	
Efectivo e inversiones temporales al cierre del año	16,405	27,305	66.4
Inversiones a largo plazo al cierre del año	940	2,525	168.6
Deuda total al cierre del año	19,488	24,922	27.9
(Deuda) posición neta de caja al cierre del año	(2,143)	4,908	(329.0)

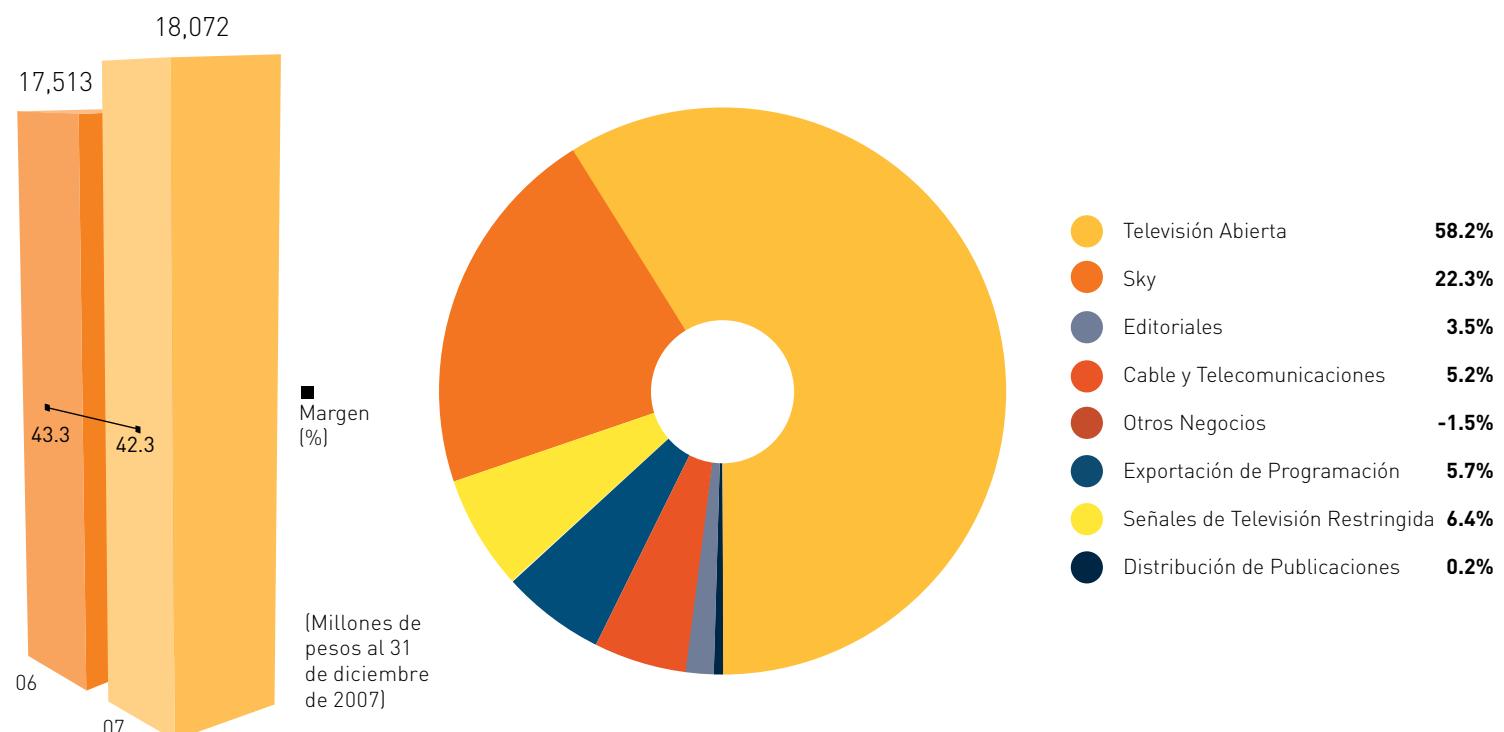
Las cantidades se presentan en millones de pesos con poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2007, excepto utilidad por CPO y acciones en circulación.

¹ Utilidad de los segmentos operativos se define como el resultado de operación antes de gastos corporativos, de depreciación y amortización. Ver Nota 22 a los estados financieros consolidados para conciliar la utilidad de los segmentos operativos con la utilidad de operación.

Ventas netas de los segmentos



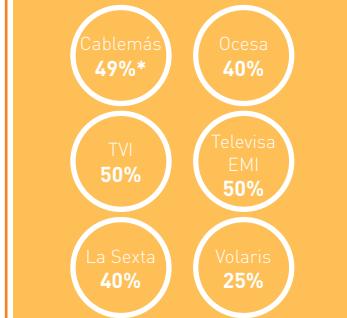
Utilidad de los segmentos operativos





Un vistazo a la compañía

Segmentos de Negocio	Televisión Abierta	Señales de Televisión Restringida	Exportación de Programación	Editoriales
Descripción	Televisa opera cuatro cadenas de televisión en México, los canales 2, 4, 5 y 9, a través de 258 estaciones afiliadas y somos los líderes mundiales en la producción de programas de televisión en español	Producimos 31 canales de televisión restringida bajo 14 marcas comerciales. En los Estados Unidos, distribuimos a través de TuTV, una asociación 50/50 con Univision, cinco canales de televisión restringida	Exportamos nuestros programas y formatos a cadenas de televisión alrededor del mundo. Distribuimos nuestro contenido en los Estados Unidos a través de Univision	La editorial de revistas en español más grande en el mundo con más de 156 títulos bajo 92 marcas comerciales
Audiencia / Región	Participación en la audiencia de 70.9 por ciento en el horario comprendido de 6:00 a 24:00 horas	Más de 18 millones de subscriptores de televisión de paga en más de 49 países	Más de 60 países en el mundo	Circulación anual de aproximadamente 165 millones en más de 20 países
Participación	<div><p>100%</p></div>	<div><p>100%</p></div>	<div><p>100%</p></div>	<div><p>100%</p></div>

Distribución de Publicaciones	Sky	Cable y Telecomunicaciones	Otros Negocios	Negocios no Consolidados
<p>La compañía distribuidora de revistas en español más grande en el mundo</p> <p>Más de 25 mil puntos de venta en México y más de 80 mil puntos de venta en el extranjero</p>	<p>El único operador que ofrece servicios de televisión directa al hogar vía satélite en México y la plataforma de televisión de paga más grande de México</p> <p>1.58 millones de subscriptores</p>	<p>Cablevisión ofrece servicios de televisión de paga, Internet de alta velocidad y servicios de telefonía fija en la Ciudad de México y Área Metropolitana. Cablevisión es dueña del 70% de Bestel, compañía de telecomunicaciones que ofrece servicios de datos y de larga distancia a carriers y a otros proveedores de servicios de telecomunicaciones en México y Estados Unidos</p> <p>539 mil suscriptores de televisión de paga 145 mil suscriptores de Internet de banda ancha 9 mil suscriptores de telefonía</p>	<p>Esmas.com. El portal de entretenimiento digital líder en Latinoamérica Juegos y Sorteos. Centros de apuestas remotas, salas de sorteos de números y negocio de sorteos de números en línea Equipo de Fútbol. América Estadio Azteca. El estadio más grande en México Producción y Distribución de Películas. Producimos y coproducimos películas de estreno en Español y distribuimos películas tanto nacionales como extranjeras en todo México Radio. Red de 17 estaciones de radio propias y 69 afiliadas</p> <p>Esmas.com. Más de 7 millones de personas visitándonos cada mes Juegos y Sorteos. 13 establecimientos de bingo y una red nacional de 5,500 terminales de lotería Estadio Azteca. Capacidad de 105 mil espectadores Producción y Distribución de Películas. Operaciones en México Radio. Cubre aproximadamente 70 por ciento de la población en México</p>	<p>Cablemás. Segunda compañía de cable más grande en México TVI. Compañía de cable con operaciones en Monterrey La Sexta. Canal de televisión abierta en España Ocesa Entretenimiento. Empresa de entretenimiento en vivo en México Televisa EMI. Asociación con EMI Music Volaris. Línea aérea de bajo costo</p> <p>Cablemás. 797 mil suscriptores de televisión de paga, 220 mil de Internet y 41 mil de telefonía TVI. 242 mil suscriptores de televisión de paga, 76 mil de Internet y 16 mil de telefonía La Sexta. Promedio de participación en la audiencia de 4% Ocesa Entretenimiento. Produjo más de 4,000 eventos en vivo Televisa EMI. Operaciones en México y los Estados Unidos Volaris. Ofrece vuelos a 19 destinos en México</p>
<p>100%</p> 	<p>58%</p> 	<p>51%</p> 	<p>Esmas.com 100%</p> <p>Radio 50%</p> <p>Estadio Azteca 100%</p> <p>Prod. y Dist. de Películas 100%</p> 	<p>Cablemás 49%*</p> <p>Ocesa 40%</p> <p>TVI 50%</p> <p>Televisa EMI 50%</p> <p>La Sexta 40%</p> <p>Volaris 25%</p> 



Siempre en contacto...

Los servicios y productos de Televisa llegan a millones de personas todos los días a través de programas de televisión atractivos, música, noticias, entretenimiento en vivo, películas, plataformas digitales y más.

Te invitamos a conocer como Televisa está en contacto con el mundo



Sara Maldonado
Protagonista de
Tormenta en el Paraíso

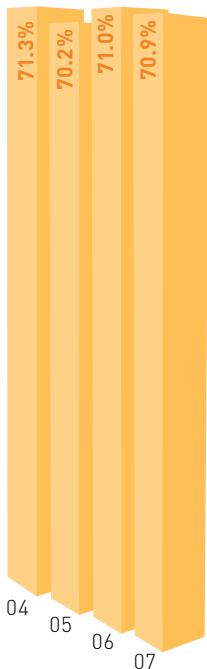
... con nuestra audiencia

CH
HC

Jorge Poza
Conductor de Hoy



Participación en la audiencia en el horario de 6:00 a 24:00 horas



Televisión Abierta

Televisa opera cuatro canales de televisión en México, los canales 2, 4, 5 y 9, a través de 258 estaciones afiliadas en el país. Nuestra participación en la audiencia promedio durante el año fue del 70.9 por ciento en el horario comprendido de 6:00 a 24:00 horas, y transmitimos 78 de los 100 programas más populares, así como 45 de los 50 programas más vistos del año. El éxito de nuestro negocio de Televisión Abierta se explica principalmente por la gran popularidad de nuestra programación, principalmente la del Canal 2, que se enfoca en familias y mujeres, y la del Canal 5, que atrae principalmente a niños y adultos jóvenes.

Además, nos hemos enfocado en desarrollar nuevos productos para la televisión abierta tomando en consideración todas las oportunidades de negocio potenciales desde su origen hasta su realización, por ejemplo, licencias y comercialización, distribución digital y móvil, entretenimiento en casa, música y revistas.

En 2007 celebramos con grandes éxitos el 50 aniversario de la telenovela, un formato creado por Televisa que ha tenido un gran éxito desde su inicio y que seguimos reforzando y renovando.

Hemos mantenido de forma constante una participación en la audiencia de más del 70 por ciento en el horario de 6:00 a 24:00 horas



Destilando Amor logró una participación promedio en la audiencia de 46.6 por ciento

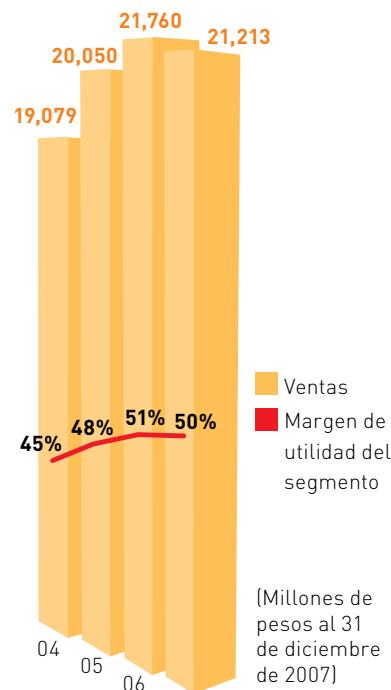


Por ejemplo, nuestra telenovela *Destilando Amor* logró una participación promedio en la audiencia de 46.6 por ciento, y el capítulo final alcanzó un increíble 61.1 por ciento de participación en la audiencia. De hecho, *Destilando Amor* registró el rating más alto de cualquier telenovela desde el año 2000. De igual manera, presentó excelentes oportunidades de publicidad, como la integración de producto en la trama. Esta y otras telenovelas, junto con nuestros noticieros, programas de concurso y de variedad contribuyeron para que el Canal 2 alcanzara un promedio de participación en la audiencia de 29.7 por ciento durante el año.

Durante 2007 cambiamos el enfoque del Canal 5 con el fin de capturar la atención de la población de 19 a 44 años, transmitiendo programas estadounidenses famosos, tales como *Supernatural*, *Law and Order*, *Malcolm in the Middle*, *House*, y *Prison Break*. Los programas anteriores, junto con series originales producidas por nosotros, tales como *SOS: Sexo y Otros Secretos* y *El Pantera*, complacieron tanto a nuestra audiencia como a nuestros clientes.



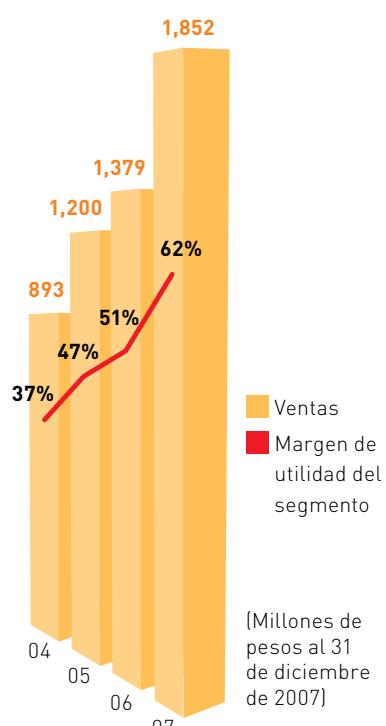
Ventas y margen de utilidad del segmento de Televisión Abierta



Señales de Televisión Restringida

A través de 14 canales de televisión de paga y 31 señales nacionales e internacionales, Televisa llegó a más de 18.2 millones de suscriptores en Latinoamérica, Estados Unidos, Canadá, Europa y Asia, durante 2007. Nuestros canales de televisión restringida incluyen tres canales de música, cuatro de películas y siete programas de variedad y entretenimiento. Distribuimos cinco canales en los Estados Unidos, a través de TuTV, una asociación con Univision. Estos canales cuyo contenido incluye películas, música y programas sobre estilo de vida, llegaron a más de 1.8 millones de hogares durante 2007.

Ventas y margen de utilidad del segmento de Señales de Televisión Restringida



Exportación de Programación

Seguimos exportando exitosamente nuestros programas al extranjero y en 2007, exportamos más de 60 mil horas de programación a más de 60 países. Además de producir nuestras telenovelas, avanzamos con nuestra estrategia de llevar a cabo coproducciones con terceros para beneficiarnos de su contribución y su experiencia haciendo que los programas sean relevantes y atractivos para las audiencias locales. Este año logramos un acuerdo de coproducción en Francia y comenzamos las negociaciones para colaborar en la producción de una telenovela en China, que planeamos comenzar a grabar en 2008.

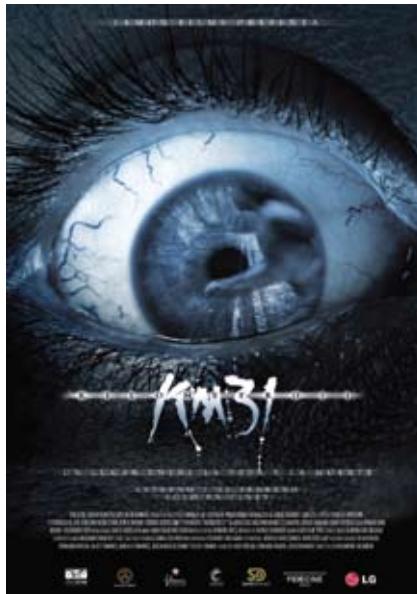
En el mercado hispano de Estados Unidos, nuestras telenovelas siguen transmiéndose en el horario estelar de Univision, y gracias a ellas Univision alcanzó algunos de los ratings más sobresalientes durante 2007. Por ejemplo, el capítulo final de nuestra telenovela *Destilando Amor* alcanzó una audiencia de 12.7 millones de personas, e impulsó a la cadena al primer lugar del país entre adultos de 18 a 34 y de 18 a 49 años de edad, y no sólo entre la población hispana.

En el 2007, la programación de Televisa representó aproximadamente 36 por ciento de las horas de programación sin repetición de la cadena Univision, incluyendo la mayoría de su horario estelar, así como el 15 por ciento de las horas de programación sin repetición de la cadena Telefutura y casi todas las horas de programación sin repetición de la cadena Galavision.

Producción y Distribución de Películas

Televisa produce y coproduce películas de estreno en Español y distribuye películas tanto nacionales como extranjeras en todo México. Este año coprodujimos *Divina Confusión*, que se estrenará en cartelera en 2008. Además, distribuimos 30 películas, incluyendo *Fuera del Cielo*, *KM31*, *Colorín Colorado (Happily Never After)*, *Mr. Brooks*, y *Hasta el Viento Tiene Miedo*.

Nos enlazamos con audiencias en México y en más de 60 países del mundo a través de una amplia gama de opciones de programación



... con nuestros suscriptores



Ingrid Martz
Actriz en
Tormenta en el Paraíso

Televisa se encuentra bien posicionada para capitalizar la adopción del mercado de servicios de triple play



Sky

Sky es el único operador que ofrece televisión directa al hogar vía satélite en México, y es la plataforma de televisión de paga más grande del país. El éxito de Sky se debe a la inigualable calidad de su programación, su excelente servicio al cliente, a su cobertura nacional y a la tecnología digital con la que cuenta. Sky ofrece acceso exclusivo a los eventos deportivos más emocionantes y populares del mundo, incluyendo torneos de fútbol soccer, fútbol americano, basquetbol, beisbol y golf. En 2007, por ejemplo, Sky transmitió de forma exclusiva el NBA Pass, el NFL Sunday Ticket, la liga española de fútbol, la liga profesional de béisbol y uno de cada cuatro partidos de fútbol de la liga Mexicana. Sky complementa dichas ofertas con más de 220 canales de noticias, entretenimiento, películas, música y programación para niños. En 2007, Sky agregó 155 mil suscriptores, terminando el año con una base de suscriptores de cerca de 1.6 millones.

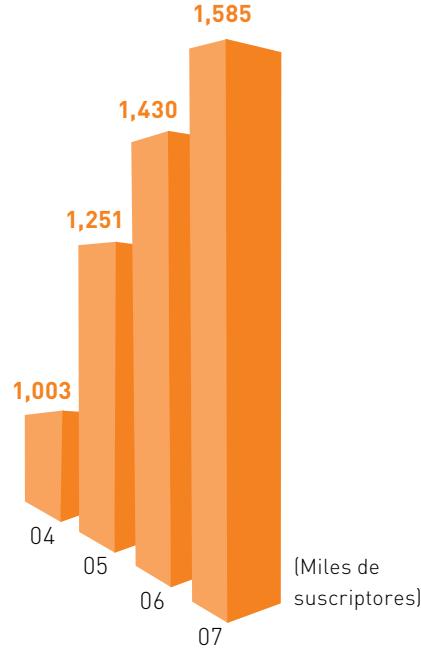
Durante el año, Sky incrementó la cobertura de sus servicios y su capacidad. Sky expandió sus servicios de televisión vía satélite a Centroamérica, específicamente a Costa Rica, y a República Dominicana. Además, Sky logró un acuerdo con Intelsat para construir y lanzar, junto con SKY Brasil, un nuevo satélite que cuenta con 24 transpondedores, que proveerá respaldo para ambas plataformas, y que duplicará la capacidad actual de Sky. Sky utilizará 12 transpondedores como capacidad extra para mejorar los servicios que proporciona ofreciendo a sus suscriptores televisión de alta definición (HDTV) y otros servicios de valor agregado.

Cable y Telecomunicaciones

Televisa tiene participación accionaria en dos de las empresas de cable líderes en México, Cablevisión y Televisión Internacional; y además tiene un bono a largo plazo convertible en una participación accionaria de Cablemás, la segunda empresa de cable más grande de México. Con estas participaciones, Televisa se encuentra bien posicionada para capitalizar la adopción del mercado de servicios de triple play. Nuestras empresas de cable ofrecen un paquete integral competitivo que incluye servicios de Internet de alta velocidad, teléfono y video bajo demanda (VOD), y televisión por cable con numerosos canales.

En diciembre adquirimos Bestel, una empresa de telecomunicaciones cuyo valor reside en su red de fibra óptica de ocho mil kilómetros, que cruza la frontera con Estados Unidos en tres puntos. La experiencia en telecomunicaciones de Bestel complementa las capacidades de nuestras tres empresas de cable y nos permite ofrecer datos y servicios de larga distancia a carriers y a otros proveedores de servicios de telecomunicaciones, tanto en México como en Estados Unidos.

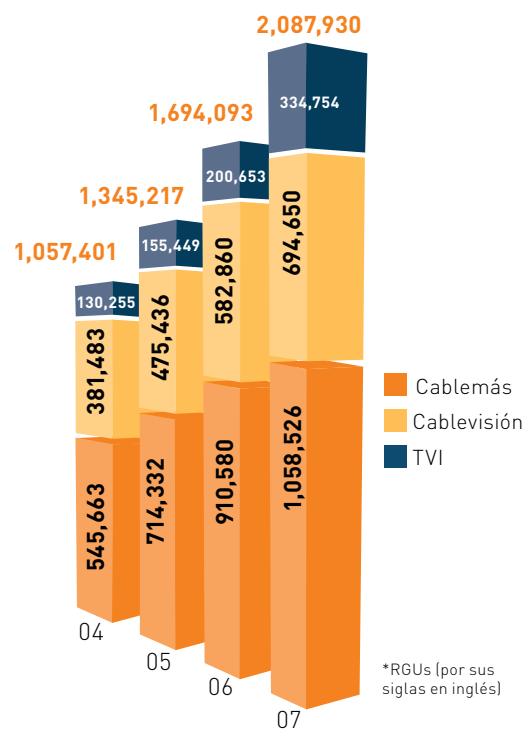
Base de suscriptores



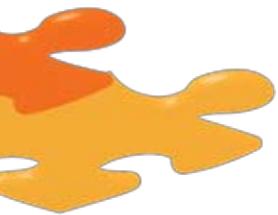
Mediante Sky, nuestro negocio de televisión de paga vía satélite, y nuestros negocios de televisión por cable damos servicio a más de tres millones de suscriptores



Unidades generadoras de ingreso de cable (RGUs*)



... con nuestros lectores



Mayrín Villanueva

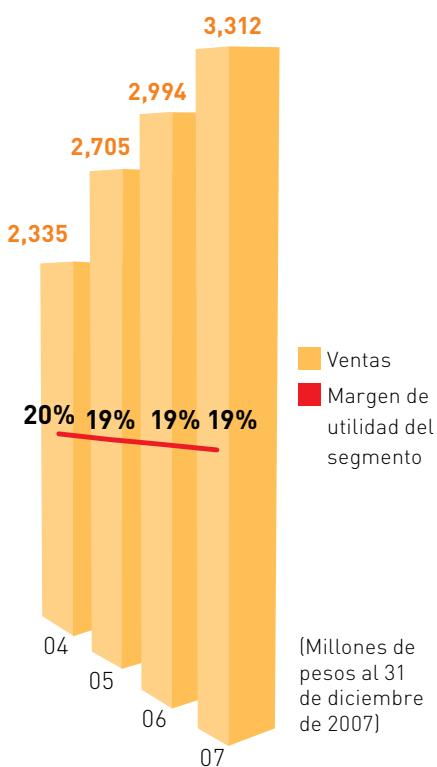
Protagonista de
Yo Amo a Juan Querendón



Editoriales y Distribución de Publicaciones

Televisa es la editorial de revistas en español más grande del mundo, publicando más de 156 títulos bajo 92 marcas diferentes en más de 20 países. La variedad de nuestros títulos abarca desde belleza, salud, moda y celebridades hasta tecnología, viajes, deportes y ciencia. En 2007, la circulación anual superó los 165 millones de copias gracias a nuestro contenido popular, al fuerte hábito de lectura de nuestros clientes y a nuestra extensa red de distribución. De igual manera, Televisa es una de las distribuidoras de revistas en español líderes del mundo.

Ventas y margen de utilidad del segmento de Editoriales



Nos mantenemos en contacto con nuestros lectores creando contenidos convincentes, que los mantengan informados y entretenidos mediante formatos de revistas llamativas diseñadas para captar y mantener su atención. Entendemos a nuestros lectores y satisfacemos sus diversos intereses ofreciéndoles materiales relevantes y atractivos. Televisa emplea estrategias de mercadeo regionales para adaptar el contenido a las preferencias del mercado local. Editorial Televisa tiene asociaciones con las editoriales de revistas más prestigiosas del mundo, tales como National Geographic, Hearst, Marie Claire, Disney, Rodale, G+J, Motorpress y Northern & Shell. Las revistas producidas por Televisa, tales como *Vanidades*, *TVyNovelas*, *Caras*, *Tú*, *Conozca Más*, *Casaviva* e *In Fashion*, se producen de forma local en varios países de Latinoamérica y complementan nuestra oferta de revistas para suscriptores así como para los lectores casuales.

Para expandir tanto la oferta de revistas como la gama de lectores, en 2007, Televisa adquirió Editorial Atlántida, la editorial de revistas líder en Argentina. Tal adquisición aumenta nuestro portafolio de revistas para incluir tres marcas principales: *Gente*, la revista semanal de estilo de vida y entretenimiento; *Para Ti*, la revista semanal de belleza y moda para mujeres, y *Billiken*, la revista semanal infantil. Lo anterior nos permitió ponernos en contacto con aproximadamente 2.6 millones de lectores adicionales.

Televisa produce 5 de los 10 títulos más leídos en el mercado hispano de los Estados Unidos



... con nuestros concursantes

Juegos y Sorteos

El negocio de juegos y sorteos de Televisa ofrece una gran variedad de opciones para todas las personas en México, incluyendo bingo, apuestas deportivas y una lotería nacional. Televisa es propietario y opera 13 salones de juego PlayCity®, así como una lotería nacional en línea llamada MultiJuegos®, que cuenta con una red de más de 5,500 terminales electrónicas de lotería.

Televisa es propietario y opera 13 salones de juego PlayCity® en México



Arath de la Torre
Actor en
La Parodia

... con la comunidad en línea

Plataformas Digitales

Televisa utiliza la totalidad de sus negocios de multimedia y los canaliza de diversas maneras para mantenerse en contacto con distintas audiencias. Nuestra estrategia digital es una herramienta importante que nos permite hacer uso de nuestro contenido para emocionar y entretenir a las personas a través de todos los medios. Vemos nuestro negocio digital como una ampliación de nuestros esfuerzos por profundizar el contacto con nuestras audiencias y nuestros clientes, obtener el máximo valor posible de nuestro contenido e impulsar el crecimiento de nuestros ingresos mediante ventas en línea y servicios móviles.

El portal de Internet de entretenimiento digital de Televisa, Esmas.com, recibe a más de 7 millones de

usuarios únicos al mes. Los usuarios que confían cada vez más en Internet y en sus PCs para adquirir programas de televisión y música y simplemente administrar sus podcasts y su biblioteca de música, imágenes y video, entre otros, han descargado 8 millones de veces Esmas Player, la aplicación de Televisa. Asimismo, Esmas se ha convertido en el distribuidor de contenido a través de proveedores de telefonía inalámbrica líder de América Latina. Hoy en día, los usuarios pueden descargar imágenes, textos, tonos, juegos y servicios interactivos relacionados con los programas y contenido de Televisa.

Nuestros diversos servicios digitales nos permiten llegar a más personas, y les dan a ellas control sobre sus preferencias de entretenimiento e información. Otros servicios digitales de Televisa incluyen:

Video bajo demanda

permite a los usuarios descargar programas de televisión, películas y videos musicales

TV en vivo

permite a los usuarios ver los cuatro canales de televisión abierta de Televisa en línea y cuenta con 14 días de programación en archivo

Transmisión de videos cortos

ofrece a los usuarios acceso a más de 16 mil videos, clips, películas y programas de televisión

Tarabu

nuestra tienda en línea de música, permite a los usuarios comprar y descargar música de un extenso catálogo

Esmas.com de Televisa es el portal de Internet líder de entretenimiento digital en Latinoamérica



... con nuestros oyentes



Angelique Boyer
Actriz en *Alma de Hierro*



Radio

Permanecemos en contacto con nuestro auditorio complaciendo su gama de gustos mediante nuestra diversa programación de radio y la promoción de artistas nuevos y reconocidos. Mediante una red de 86 estaciones de radio propias y afiliadas, la programación de radio de Televisa alcanza a cerca del 70 por ciento de la población del país y ofrece música, noticias y entretenimiento a aproximadamente 26.7 millones de radioescuchas.

Música

A través de su asociación con EMI Records (Televisa EMI), Televisa produce y promociona a una gran variedad de artistas musicales, incluyendo a Flex, La Nueva Banda Timbiriche y Lola. En 2007, 22 de nuestros artistas fueron nominados al *Premio Lo Nuestro*, entre los que se encontraban Kumbia All Stars, Moderatto, Intocable y Fonseca. Durante los Premios Grammy 2007, nuestros artistas recibieron 32 nominaciones y 10 premios. Los artistas nominados incluían a Aleks Syntek, Miranda!, Zoé y Juan Luis Guerra, que ganaron 6 premios Grammy.

Estación radiofónica

40 Principales

Formato del programa

Las 40 canciones más populares en inglés y en español

Ke Buena

Música popular mexicana

Bésame Radio

Canciones románticas y música fácil de escuchar

Estadio W

Transmisión de eventos deportivos en vivo las 24 horas, así como análisis y comentarios relacionados

W Radio

Noticias y análisis político y económico, así como otros programas de radio que tratan una variedad de temas



La programación de radio de Televisa alcanza a cerca del 70 por ciento de la población del país



... con nuestros espectadores

Entretenimiento en Vivo

Televisa se mantiene en contacto con los espectadores en México haciendo posible que disfruten a sus equipos deportivos, grupos musicales y artistas favoritos en vivo. Televisa produce una gran variedad de eventos en vivo a través de su cartera única de recursos de entretenimiento, incluyendo la compañía productora de eventos Ocesa Entretenimiento (Ocesa), el Estadio Azteca de la Ciudad de México y el América, uno de los equipos de fútbol más populares de México.

En 2007, Ocesa produjo más de 4,000 eventos en vivo, incluyendo conciertos de Gwen Stefani, Joss Stone, Ricky Martin, Shakira, Alejandro Sanz, The Police y Timbiriche. Las producciones teatrales de Ocesa incluyeron Cirque du Soleil, Disney on Ice y La Bella y la Bestia. El año pasado, Ocesa también produjo las carreras de autos Nascar y Champ Car. Mediante patrocinios de estaciones de radio como la Ke Buena y los 40 Principales, el Estadio Azteca, con un cupo aproximado de 105 mil personas, recibió a artistas como Intocable, Zoé, Flex, Daddy Yankee y Moderatto, así como los partidos del América como local.

Eventos más exitosos producidos por Ocesa en 2007

- 1 Cirque Du Soleil
- 2 Timbiriche
- 3 Soda Stereo
- 4 Miguel Bosé
- 5 Héroes del Silencio
- 6 Shakira
- 7 Disney On Ice
- 8 Vive Latino
- 9 Roger Waters
- 10 Alejandro Sanz



.... con nuestras comunidades

Responsabilidad Social

En Televisa creemos que tenemos un impacto positivo importante en el desarrollo de las comunidades que alcanzamos. Mediante nuestra programación, creamos conciencia sobre asuntos sociales críticos e invitamos al público a resolverlos. Además, creamos alianzas entre las empresas, los gobiernos y las organizaciones no gubernamentales con el mismo propósito. En nuestra programación normal y especial presentamos los resultados del trabajo realizado gracias a alianzas y a la participación del público. A través de estas actividades, creamos un círculo virtuoso de confianza y compromiso social.

Permanecemos conectados a nuestras comunidades dedicando tiempo

y recursos para apoyar y mejorar la estructura social y cultural de México. Fundación Televisa es un elemento clave en dichos esfuerzos. Establecida en el año 2000, Fundación Televisa lucha para financiar y promover oportunidades de desarrollo educativo, alimenticio, ambiental, cultural y de salud.

Entre otras actividades, Fundación Televisa creó y coordina el programa privado de becas más importante de México, *Bécalos*, y patrocina los programas más amplios de nutrición infantil, de transplantes y de combate a la debilidad auditiva en el país. Además, la Fundación apoya los esfuerzos de preservación y promoción del patrimonio cultural Mexicano. Una actividad esencial de Fundación Televisa es la transmisión de la campaña de conciencia

Permanecemos conectados a nuestras comunidades dedicando tiempo y recursos para mejorar su estructura social y cultural

social más conocida del país, *¿Tienes el valor o te vale?*, que destaca valores universales. Con el fin de lograr un impacto significativo, los mensajes que promueven los programas que apoya Fundación Televisa se intercalan en nuestra programación como parte de la trama, ya sea en los deportes, las noticias o las telenovelas. Dichas iniciativas incluyen *Goles por México*, *Telenovelas con Causa*, *GuiARTE* y *Más que Palabras*.

Iniciativas clave de Fundación Televisa en 2007

Educación

El programa de recaudación de fondos *Redondeo* de Televisa, producido en colaboración con nuestros patrocinadores, recaudó \$92.5 millones de pesos para ofrecer computadoras y acceso a Internet a 1,000 escuelas públicas del país. Además, los profesores de tales escuelas recibirán capacitación mediante un programa llamado *Formando Formadores*.

Vivienda Económica

Televisa ayudó a través de sus negocios relacionados con fútbol a promover el programa *Goles por México*. Por cada gol anotado por los equipos América, Toluca, San Luis, Querétaro, Atlante, Cruz Azul, y la Selección Nacional, Televisa hizo una donación para ayudar a financiar de forma accesible viviendas en México. En 2007, este programa hizo posible la entrega de 2,000 casas a familias de escasos recursos.

Salud

Televisa aumentó la conciencia sobre el cáncer cérvico-uterino al incorporar el tema a la trama de la popular telenovela, *Destilando Amor*.

Infancia

Fundación Televisa recibió \$439.9 millones de pesos durante el *Teletón* anual, una colecta de fondos dedicada a construir centros de rehabilitación para niños discapacitados.

Medio Ambiente

México es hogar de seis de las siete especies de tortugas que actualmente existen en el mundo. En un esfuerzo para proteger a la tortuga golfinas, que se encuentra en peligro de extinción, *Televisa Verde* se asoció con otras organizaciones para liberar a 1,000 tortugas golfinas en la playa El Pozole. Los actores de nuestra telenovela *Tormenta en el Paraíso* participaron en el evento.

Cultura

Fundación Televisa promovió el centenario de Frida Kahlo en el Walker Art Center, en Minneapolis, y "The Arts in Latin America 1492 - 1820" en el Los Angeles County Museum of Art.

