



## Mercado

En México, la televisión abierta tiene una cobertura del 98% y Televisa es dueña del 71.3% del mercado a través de sus cuatro señales, Canal de las Estrellas, 4TV, Canal 5 y Galavisión, y 258 estaciones locales repartidas por toda la República Mexicana.

Al mismo tiempo, Televisa atiende el mercado de la televisión cerrada a través de diversas filiales como Sky, líder absoluto de la televisión vía satélite en México; Cablevisión, el principal proveedor de televisión por cable en la Ciudad de México, y Televisa Networks, que produce, programa, distribuye y comercializa 23 señales que llegan a México, Estados Unidos, Latinoamérica, Europa y Asia Pacífico.

Televisa tiene presencia internacional a través de Televisa Estudios, que traduce las telenovelas de la empresa a 27 idiomas y comercializa su programación en más de 100 países. Con Editorial Televisa, la empresa publica las revistas de más amplia circulación en el mercado hispano: con 82 títulos abarca el 57.5% del mercado y vende más de 127 millones de revistas al año.

En el mercado de la radiodifusión, Televisa Radio ha fortalecido tanto su producción de contenidos como su nivel de penetración: Hoy cuenta con 81 emisoras que llegan al 91% del país.

En Internet, Esmas es el portal de contenido líder en México. Registra arriba de 15 millones de visitantes al mes, de 150 países diferentes, y su servicio de SMS tiene más de 10 millones de usuarios que descargan contenido a sus celulares.

A través de Televisa Licencias se comercializan, a nivel nacional e internacional, las marcas más importantes de la empresa. Además representa en México y Latinoamérica a diversas marcas internacionales.

En el mercado del *home video*, Televisa Home Entertainment selecciona, adapta y produce en formato DVD las producciones de mayor éxito de la empresa y las comercializa a nivel nacional e internacional.



Dentro de la industria cinematográfica, Televisa está presente con Videocine, la productora y distribuidora de películas más importante de México, que distribuye en exclusiva películas independientes y títulos de las principales productoras de Hollywood.

Televisa tiene 3 equipos protagonistas del fútbol mexicano: Club América, Club Necaxa y Club San Luis. Además, es dueña del Estadio Azteca, uno de los



estadios más grandes e importantes del mundo.

Televisa tiene una fuerte presencia en el mercado hispano de Estados Unidos. Es socio y principal proveedor de contenido de Univisión. Además, en sociedad con esta empresa, creó TuTV, operadora y distribuidora de cinco canales digitales de televisión en español, que se transmiten por sistemas de cable y vía satélite en Estados Unidos.

## Logros

En asociación con Grupo Audiovisual de Medios de Producción, Televisa lanzó, en España, La Sexta, una nueva cadena de televisión que ofrece novedosos formatos de entretenimiento y humor como comedias, programas de concursos, *reality shows*, entrevistas y series. La Sexta incluye un canal analógico y dos canales digitales con cobertura nacional.

En el ámbito de la música, la empresa creó Televisa Música, una plataforma de lanzamiento para nuevos talentos, espacios de promoción para discos, espacios de promoción para artistas y artistas nacionales y extranjeros. Además, la empresa consolidó un convenio con EMI Music para formar Televisa EMI Music, cuyo objetivo es impulsar nuevos talentos de telenovelas, promover lo mejor de la música latina y crear nuevas estrellas en México y Estados Unidos.

Espacio, el proyecto de vinculación universitaria de Televisa, celebró 10 años de ser un foro

abierto a las ideas y beneficiar a más de 200 mil estudiantes de México y América Latina. Este foro se ha proyectado a nivel internacional, con Espacio Ecuador y Espacio USA Vanguardia Latina, en donde, a través del diálogo con los líderes de las Américas, se discutió el impacto y desarrollo de la comunidad hispana en aquel país.

## Historia

En 1950, con la creación de XHTV Canal 4, México se convirtió en la primera nación latinoamericana en instaurar la televisión. Un año después, salió al aire la señal del segundo canal de televisión mexicano: XEWTV Canal 2, fundado por don Emilio Azcárraga Vidaurreta.

En 1952 el ingeniero Guillermo González Camarena, inventor de la televisión a color, recibió la concesión de XHGC Canal 5, el tercer canal transmitido en México.

En el año de 1955 el nacimiento de Telesistema Mexicano significó la unión de los canales 2, 4 y 5, y Televisión Independiente de México recibió la concesión de XHTMTV Canal 8 en 1968.

En 1973 se fusionaron Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México para formar Televisa.

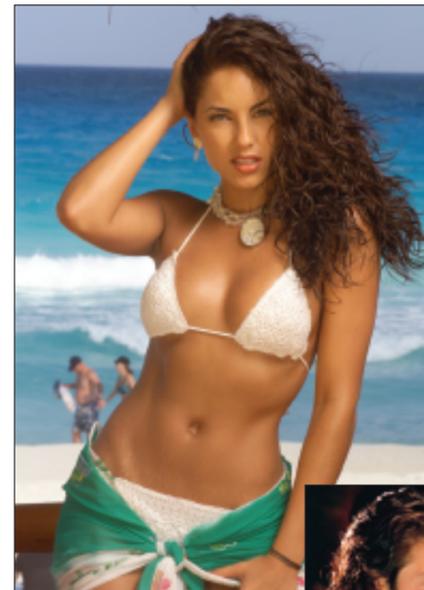
En 1997, Emilio Azcárraga Jean asumió la presidencia de Grupo Televisa. Cuatro años más tarde, se unificó la identidad de la empresa para reflejar la imagen contemporánea que hoy la mantiene a la cabeza del mundo de los medios en habla hispana.

## Producto

Décadas de experiencia le han dado a Televisa la capacidad de generar productos que le ofrecen a las más diversas audiencias nacionales e internacionales, el entretenimiento y la programación de calidad que buscan.



Entre 2005 y 2006, Televisa produjo 16 telenovelas, 21 programas unitarios, 2 *reality shows* con varias temporadas al aire, 5 programas deportivos de información y análisis, las transmisiones de los mejores eventos, y 12 noticieros en los que la pluralidad y el profesionalismo son siempre la orden del día.



Uno de sus grandes éxitos fue "Rebelde", una telenovela que, durante tres temporadas, se ganó la fidelidad de las audiencias juveniles y sobrepasó la pantalla para convertirse en un auténtico fenómeno musical. RBD ha grabado 4 producciones discográficas, con las que ha obtenido discos de diamante, oro y platino. Además, reunió a más de 70 mil personas en El Coliseo de los Ángeles, cifra igualada solamente por U2, Madonna y los Rolling Stones.

A principios del 2006, Televisa lanzó "La Fea más Bella", una telenovela que narra una original y divertida historia de amor que alcanzó una *share* de 49.5 puntos en sus primeras semanas de transmisión.

En el ámbito de los *reality shows*, Televisa creó dos formatos originales que conjuntan el entretenimiento con el compromiso social: "Bailando por un Sueño" y "Cantando por un Sueño", los cuales reunieron a las familias y pusieron a bailar y cantar a todo México. El estilo emotivo y espectacular de estos programas se coronó con los sueños de los concursantes en diversos ámbitos de la solidaridad social, como la salud y la vivienda.



Noticieros Televisa es el referente noticioso más importante de México y se ha posicionado como un medio plural, ya que da cabida a todos los sectores del país: político, económico, social y cultural, a través de los diversos programas informativos, de análisis y de debate que ha desarrollado, como "Diálogos por México", "Tercer Grado", "Punto de Partida" y "Alebrijes, Águila o Sol".

## Desarrollos Recientes

Televisa Deportes transmitió la Copa Mundial de Fútbol Alemania 2006 con la más alta calidad de audio y video que ofrece la Alta Definición, a través de sus canales digitales. Utilizó tecnología de última generación, con sistemas como Orad, StroMotion, Screen Writer y otras aplicaciones para transmitir emocionantes estadísticas visuales, un minucioso análisis de las jugadas y detalles precisos de los movimientos de los jugadores.

En Internet, Esmas desarrolló Tarabú, una tienda virtual de música digital con un catálogo de más de 300 mil canciones para descargar.

Televisa innovó en la forma de promocionar sus marcas con "Round 5", un cortometraje sumergido en el *advertising*, que se convirtió en la imagen de

Canal 5; se lanzó en cine, en las principales ciudades del país.

A través de 35 años de historia, "El Chavo del Ocho" se ha convertido en un ícono humorístico del entretenimiento y se ha posicionado como una marca familiar a nivel nacional e internacional, por lo que Televisa creó la nueva serie animada "El Chavo", para seguir desarrollando la marca y abrir nuevas ventanas de comercialización.

## Promoción

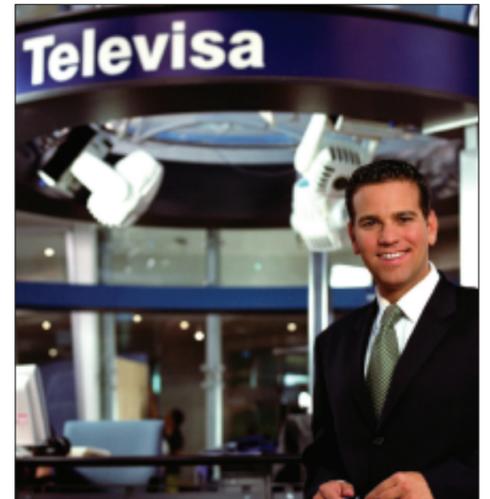
La campaña corporativa 2006 manifiesta la cercanía y empatía que ha tenido la empresa con su audiencia por más de 50 años. Lejos de toda artificialidad, la campaña acerca al público al México real con un tono simbólico y sincero a la vez.

Es una campaña fresca y espontánea, que captura ambientes sutilmente costumbristas y se fundamenta en respuestas a una pregunta que nunca se dice abiertamente, pero que implica las relaciones de los mexicanos con Televisa.

La campaña no comercializa la imagen de Televisa; más bien, marca una postura de cercanía y empatía con su gente.

## Valores de Marca

Televisa asume su liderazgo en el mundo de los medios en habla hispana. Sus contenidos conjuntan calidad y diversidad para satisfacer plenamente los gustos y necesidades de entretenimiento de los distintos segmentos de la audiencia. Asimismo, Televisa es una empresa plural, que da cabida a todas las voces, las respeta y les brinda un espacio



para expresarse. Televisa es, sobre todo, una empresa cercana, que ha estado presente en los hogares mexicanos durante generaciones, creando productos que reflejan la identidad nacional y generan un sentido de pertenencia.

Televisa es responsable y asume su compromiso social a través de su fundación, cuyo objetivo es ofrecer más oportunidades de desarrollo al mayor número de personas a través de esfuerzos enfocados a la nutrición, la salud y la educación. Paralelamente, despliega múltiples campañas para promover valores como el respeto, la honestidad y la generosidad. También promueve la difusión y preservación del patrimonio cultural mexicano.



## Cosas Que Usted No Sabía Sobre Televisa

- Televisa Chapultepec cuenta con la capacidad tecnológica para transmitir 6 programas simultáneamente.
- Televisa produce 50,000 horas de programación original al año.
- Desde 1958, Televisa ha producido más de 700 telenovelas.
- Televisa lleva produciendo más de diez años programación en Alta Definición.