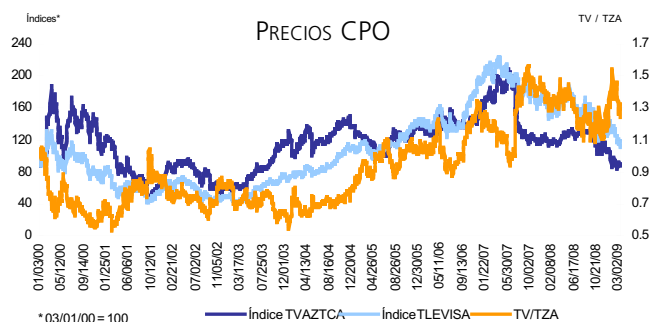


GS MEDIOS

Febrero 09	Último	Δ%3M	Δ%12 M
Índice medios GS EE.UU.	16.57	-21.44%	-50.18%
TVAZTCA CPO	4.79	-20.03%	-20.43%
TLEVISA CPO	37.31	-8.01%	-20.82%



TV AZTECA (en millones de Pesos Reales)

en millones de P\$ reales*	2006-IV	2007-I	2007-II	2007-III	2007-IV	2008-I	2008-II	2008-III	2008-IV	Δ%T/T	Δ%A/A	TACC ⁽¹⁾
BALANCE												
ACTIVO TOTAL	23,680	22,089	21,608	19,948	20,425	21,040	20,320	19,765	21,851	10.6%	7.0%	3.2%
ACTIVO CIRCULANTE	11,053	9,474	8,351	7,177	7,698	9,104	8,359	8,996	9,438	4.9%	22.6%	4.5%
PASIVO TOTAL	18,965	17,795	16,087	15,126	15,750	17,150	16,369	15,624	16,861	7.9%	7.1%	2.8%
DEUDA	8,289	7,048	7,017	6,802	6,392	6,298	6,580	7,898	8,043	NA	NA	1.9%
CAPITAL CONTABLE	4,715	4,293	5,521	4,821	4,675	3,890	3,952	4,141	4,990	20.5%	6.7%	3.7%
ESTADO DE RESULTADOS 12M												
VENTAS	10,587	10,483	10,143	9,912	10,123	10,110	9,964	10,166	9,815	-3.5%	-3.0%	3.1%
RESULTADO OPERATIVO	4,247	4,117	3,814	3,681	3,822	3,728	3,674	3,677	3,414	-7.2%	-10.7%	1.5%
EBITDA	4,677	4,566	4,273	4,130	4,284	4,192	4,149	4,169	3,893	-6.6%	-9.1%	0.3%
RESULTADO NETO	2,397	2,255	1,769	1,675	1,109	257	336	393	1,054	167.9%	-5.0%	-7.5%

*de poder adquisitivo constante al 2008-IV • Información financiera reportada a la BMV

(1) Desde 4T 1996

TELEVISA (en millones de Pesos Reales)

en millones de P\$ reales*	2006-IV	2007-I	2007-II	2007-III	2007-IV	2008-I	2008-II	2008-III	2008-IV	Δ%T/T	Δ%A/A	TACC ⁽¹⁾
BALANCE												
ACTIVO TOTAL	91,734	89,044	85,499	83,879	104,977	102,090	106,835	103,729	122,885	18.5%	17.1%	10.7%
ACTIVO CIRCULANTE	52,461	50,010	45,528	40,787	55,423	52,649	53,964	57,624	68,670	19.2%	23.9%	11.6%
PASIVO TOTAL	51,274	48,026	48,231	44,374	61,833	58,677	62,879	58,725	75,600	28.7%	22.3%	6.4%
DEUDA	20,760	20,914	24,603	24,361	26,653	25,662	32,665	33,194	39,102	NA	NA	13.8%
CAPITAL CONTABLE	40,460	41,019	37,268	39,505	43,144	43,413	43,956	45,004	47,285	5.1%	9.6%	NA
ESTADO DE RESULTADOS 12M												
VENTAS	41,927	42,426	42,007	42,929	44,275	45,279	46,457	47,566	47,972	0.9%	8.4%	6.2%
RESULTADO OPERATIVO	15,197	15,306	14,793	14,957	15,426	15,338	15,689	15,535	15,128	-2.6%	-1.9%	10.2%
EBITDA	18,158	18,316	17,866	18,209	18,860	18,999	19,535	19,623	19,389	-1.2%	2.8%	9.9%
RESULTADO NETO	9,491	8,818	8,413	8,179	8,610	8,913	8,598	8,106	7,804	-3.7%	-9.4%	9.0%

*de poder adquisitivo constante al 2008-IV • Información financiera reportada a la BMV

(1) Desde 1T 1991

	Ventas 12M	12M UAIIDA	VE*	VE/UAIIDA
EN MILLONES DE US\$*				
TLEVISA	3,467.96	1,401.68	7,991.42	5.70
TVAZTCA	709.55	281.39	1,363.17	4.84

* el valor de capitalización de TV Azteca y Televisa es al 27/02/09

Durante 2008-IV, TV Azteca reportó ventas prácticamente iguales (en términos nominales) a las del mismo periodo del año anterior. * Esta cifra incluye ventas por P\$64 millones de Proyecto 40 y P\$194 millones de Azteca America. * Grupo Televisa reportó un incremento nominal en ventas del 18.9%. * Las ventas de cable y telecomunicaciones (P\$2,182 millones) se incrementaron 165.5% nominal. * Durante 2008, el CAPEX de Televisa totalizó US\$490 millones, de los cuales US\$194 millones corresponden al segmento de Cable y Telecomunicaciones. * Ambas empresas muestran niveles de apalancamiento moderado, una ventaja en el entorno actual, no obstante, la deuda de Televisa (P\$39,102 millones) se incrementó en P\$5,908 millones durante el trimestre, no obstante, cuenta con P\$41,904 millones en caja. * La rentabilidad de las televisoras sigue presionada, aunque el nivel se mantiene atractivo. * El ambiente de negocios para la industria de medios y entretenimiento en los EE.UU. es cada vez más hostil, los sectores que típicamente se anuncian van a pique. * Televisión abierta y radio en EE.UU. además enfrentan un deterioro pronunciado en sus niveles de audiencia. * Hay fuertes rumores en el mercado respecto a una posible quiebra de Univisión.

COMENTARIO DE RESULTADOS DEL AÑO 2008: TV AZTECA Y TELEVISA

Durante 2008 el mercado de televisión abierta en México creció 4%, y dentro de dicho mercado TV Azteca tuvo una participación de 30% de los ingresos y Televisa 70%, sin cambios en comparación con el año anterior.

La industria de la televisión abierta ha sido defensiva en ingresos, ya que cerca de dos tercios de sus ventas se relacionan con bienes de consumo no duradero, que reaccionan con baja intensidad a las fluctuaciones del ciclo económico.

La estabilidad en las participaciones relativas en el mercado, se deriva de niveles de audiencia relativamente constantes en el tiempo, en un contexto de competidores capaces de contraprogramar de manera eficiente.

Los balances de las televisoras fueron sólidos al cierre de 2008. La razón de deuda a EBITDA fue de 2 veces tanto para TV Azteca como para el consolidado de Grupo Televisa, y la cobertura de EBITDA a intereses pagados fue de 4 veces en TV Azteca y de 7 veces en Grupo Televisa.

De igual forma, ambas compañías reportaron crecimiento en sus anticipos de anunciantes para 2009, en TV Azteca el aumento fue 8% mientras que en Televisa fue 4%.

Fundamentalmente las dos empresas se encuentran bien preparadas para tener desempeños relativamente estables en el año, en los ámbitos financiero y operativo.

En 2009 el comportamiento de la actividad económica, y en particular del consumo, tendrán influencia importante en el desarrollo de las ventas, y dado un componente fijo en los costos de producción y programación, ello determinará en buena medida el margen EBITDA.

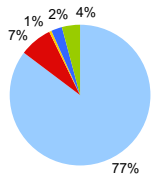
Históricamente la inversión en publicidad en televisión abierta reacciona entre 1 y 1.5 veces al desempeño del producto interno bruto, por lo que en función del comportamiento de la actividad económica, habrá presión entre las televisoras para, a) ganar participación de audiencia que se refleje en un fortalecimiento de ingresos, y b) reducir gastos y costos que permitan preservar márgenes de rentabilidad.

En un entorno difícil los participantes del mercado deberán maximizar su esfuerzo creativo para producir programas de éxito comercial—sobre todo en tiempo estelar, que concentra buena parte del ingreso publicitario—desarrollar estrategias que incrementen la eficiencia operativa, y fortalecer su balance ante la escasez crediticia y la volatilidad de los mercados financieros.

PUNTOS RELEVANTES DEL REPORTE DEL 4T DE 2008

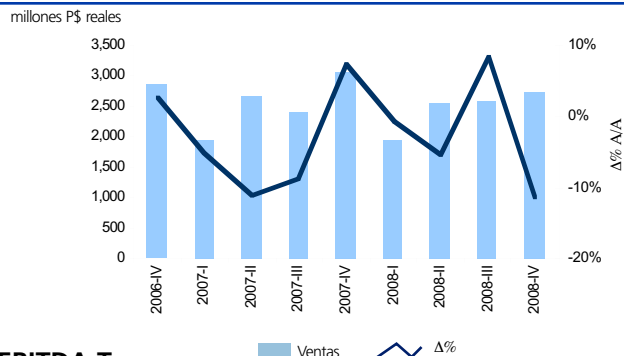
TV AZTECA

- TV Azteca reportó ventas por P\$2,909 millones durante el trimestre, prácticamente igual a lo reportado durante el mismo trimestre de 2007.
- Los ingresos de 2008-IV incluyen ventas por P\$62 millones de Proyecto 40, y P\$194 millones de Azteca America. Las ventas de programación a otros países ascendieron a P\$15 millones, en contraste con los P\$26 millones de 2007-IV. Los ingresos por intercambio ascendieron a P\$112 millones, sin cambios con respecto al mismo periodo del año anterior.
- Los costos y gastos sumaron P\$1,508 millones, un crecimiento de 9% nominal respecto a lo reportado durante el mismo periodo del año anterior; este crecimiento es resultado de un aumento de 13% en los costos de producción, programación y transmisión (P\$1,219 millones) y de una reducción de 4% en gastos de venta y administración (P\$288 millones).
- La emisora reportó un EBITDA por P\$1,401 millones (7.6% inferior en términos nominales a la cifra reportada durante el mismo periodo del año anterior).
- La empresa reportó una utilidad neta mayoritaria por P\$863 millones más de cuatro veces superior a la cifra reportada en 2007-IV.
- La deuda de TV Azteca (excluyendo P\$1,621 millones con vencimiento en 2069) suma P\$8,043 millones, totalmente denominada en pesos.

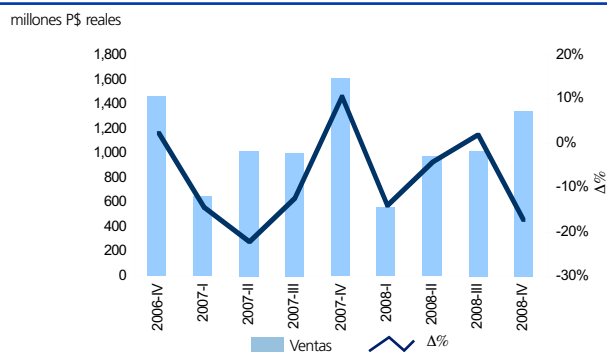


TV abierta Azteca America Exportaciones Proyecto 40 Otros

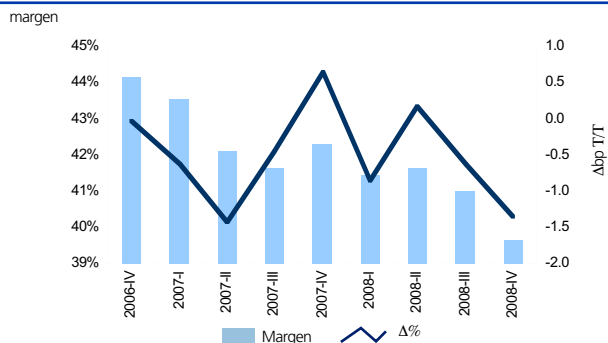
VENTAS TRIMESTRALES



EBITDA TRIMESTRAL

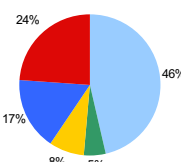


MARGEN EBITDA 12M

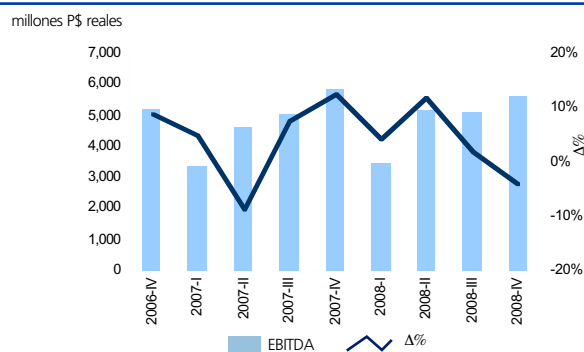
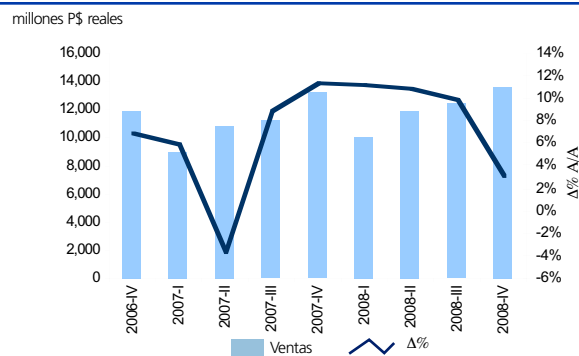


TELEvisa

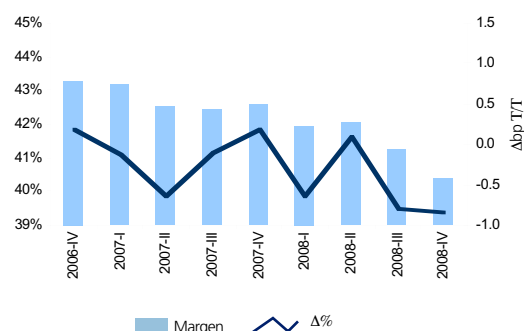
- Las ventas netas consolidadas de Televisa se incrementaron 18.9%, a P\$14,472 millones.
- Las ventas del segmento de cable y telecomunicaciones (P\$2,182 millones) se incrementaron 165.5%; las de exportación de programación (P\$736 millones) se incrementaron 39.6%, y las de señales de televisión restringida (P\$699 millones), 36.2%. Las ventas de Sky (P\$2,413 millones) se incrementaron 11.3%; y las de Televisión Abierta (P\$6,710 millones), 2.8%.
- La utilidad de operación consolidada se incrementó 8.3%, a P\$4,758.9 millones, con incrementos de 142 % en cable y telecomunicaciones (P\$682.4 millones), 57% en exportación de programación (P\$328.2 millones), y 31.3% en señales de televisión restringida (P\$430 millones). El segmento de TV abierta registró un incremento en utilidad operativa del 4% (P\$3,480 millones) y el de Sky, un incremento de 7.1% (a P\$1,086 millones).
- Luego de un largo litigio con Univisión, Televisa se llevará más de US\$610 millones en anuncios publicitarios y alrededor de US\$25 millones en efectivo como parte de un arreglo.



TV abierta Exportación Editoriales Sky Otros



MARGEN



INTERNACIONAL

- **El Senado de EE.UU. aprobó de manera unánime posponer la transición del sistema de televisión análogo al digital durante cuatro meses, para el 12 de junio**, aunque falta que el Congreso apruebe la propuesta. Lo anterior representa una victoria para el Gobierno de Barack Obama y los demócratas, quienes han buscado la suspensión ante la posibilidad de que la mayoría de los estadounidenses no estén listos para el cambio de señal programado el 17 de febrero.

- **Los propietarios de televisiones tienen cuatro meses más para cambiar sus dispositivos antes de que ya no puedan recibir las señales análogas.** La Casa de Representantes voto para extender la transición a televisión digital cuatro meses más, de esta forma terminando un debate en el cual se discutía si se le debería dar más tiempo a los consumidores para hacer el cambio. Las emisoras tenían programado el dejar de transmitir la señal análoga el 17 de Feb., como parte del movimiento esperado a la emisión digital que dejara el espectro análogo disponible para otras aplicaciones, como para el uso de compañías inalámbricas y agencias de seguridad pública. La nueva fecha límite se espera para el 12 de Junio.

- **China acordó disminuir las restricciones en noticias extranjeras y en los proveedores de información dentro del país, de esta forma resolviendo una disputa comercial con EE.UU, la Unión Europea y Canadá.** El acuerdo, que fue firmado en Ginebra, le permite a las noticias y agencias de información internacionales, como Bloomberg, Dow Jones & Company y Thomson Reuters, competir más libremente y vender sus servicios dentro de China, donde el control del gobierno era muy estricto en el 2006.

- **Las compañías de medios se apresuran para subir sus videos al Internet, y algunos dicen que apenas si pueden mantenerse con la demanda de las promocionales.** Los videoclips de shows de TV y los detrás de cámaras son omnipresentes en la red. Mientras que los usuarios usan más tiempo viendo videos con anuncios, se están convirtiendo en una fuente de ingresos en incremento para las compañías de medios. Mientras que el medio de comunicación joven no es inmune a la desaceleración económica, la compañía de investigación eMarketer predice una ganancia del 45% en compras en videos en línea en el 2009, evidencia del rápido incremento en la producción de videos para la red.

- **Parece que hasta Rupert Murdoch no es inmune a las golpeadas compañías de medios. La Corporación de Noticias, imperio de medios controlado por el Sr.**

Murdoch, dice que perdió US\$6.4 miles de millones en el 2T ya que las ganancias en sus áreas de televisión y películas cayeron fuertemente. La compañía también tuvo una disminución fuerte del valor contable de sus activos por US\$8.4 miles de millones, casi US\$3 miles de millones de los cuales reflejaron un declive en el valor de la división del periódico de la compañía, que incluye Dow Jones, la publicadora de The Wall Street Journal. Muchos analistas de medios creían que News Corp. pago de mas cuando compro Dow Jones hace un poco más de un año, en US\$5 miles de millones, y la disminución del valor contable de los activos indica que perdió valor significativo. El anuncio fue seguido por la disminución en el valor contable en otro conglomerado, Time Warner, en el mes pasado y un fuerte declive en las ganancias de Walt Disney Company.

- **Mientras que la mayoría de las compañías de medios esta haciendo recortes, Comcast SportsNet esta haciendo lo opuesto.** Esta invirtiendo en mejoras del estudio, nueva programación y esta reconstruyendo sus sitios de red. Ray Warren, que se unió a SportsNet hace un año como Director de ingresos, dijo que su meta era el hacer la emisora de deportes regional de la compañía, en ciudades como Nueva York, Boston, Chicago, Filadelfia y San Francisco, "el ESPN de los mercados locales." El dijo que SportsNet, que es propiedad de Comcast, estaba trayendo mas ingresos por anuncios nacionales que de los locales, y quieren conseguir más anuncios locales para considerar las redes de Comcast.

- **Touchstone Pictures, una compañía de películas a la que Walt Disney Company había hecho todo menos abandonarla, regresa a la vida como la nueva fuente de distribución para la compañía de producción de Steven Spielberg.** Como se esperaba, Walt Disney Studios y DreamWorks Studios, la última creación de la boutique para hacer películas del Sr. Spielberg, dijeron haber llegado a un acuerdo de distribución después de un colapso de las pláticas entre el Sr. Spielberg y Universal Pictures, con quien DreamWorks había anunciado un nuevo trato de distribución hace solo cuatro meses. Bajo el nuevo acuerdo, Disney, por medio de su imprenta de Touchstone, distribuirá 30 películas de DreamWorks en los siguientes cinco años.

- **La división de televisión de Walt Disney Company anunció que eliminaría aproximadamente 400 empleos de su fuerza laboral de 6,500 a 7,000**, como parte de un esfuerzo de recorte de costos para lidiar con lo que llamaron una economía debilitante. El recorte de empleos afectara a todos los departamentos del Disney-ABC Television Group, que es como se llama la división. Ningún ejecutivo de ABC quiso dar ningún detalle de los despidos oficialmente, pero un ejecutivo importante dijo que aunque se estaban eliminando 400 empleos, solo se estaban despidiendo a 200 trabajadores activos. Los otros 200 empleos habían estado vacantes y no serán llenados, dijo el ejecutivo.

• **Time Warner, la compañía de medios y entretenimiento, reporto perdida en el 4T, debido a US\$24.2 miles de millones en depreciaciones del valor contable de sus activos de cable, publicidad y AOL.** La compañía publicó una perdida por US\$16.03 miles de millones, a comparación de ganancias por US\$1.03 miles de millones, en el año anterior. Los resultados trimestrales bajaron en US\$4.70 por acción más que nada por la disminución del valor contable de sus activos en US\$24.2 miles de millones. Time Warner había anticipado la disminución del valor contable de sus activos, prediciendo que en Enero tendría perdidas operativas para el 4T y el año completo. Excluyendo la disminución del valor contable de los activos, las ganancias ajustadas fueron de 23 centavos por acción.

• **El magnate de los medios Sumner M. Redstone, el accionista mayoritario de Viacom y CBS, dijo que había vendido sus acciones del creador de video juegos Midway Games ya que quiere que su compañía familiar tenga la capacidad de afrontar una deuda por US\$1.6 miles de millones.** El Sr. Redstone; la compañía familiar, National Amusements; y otra sociedad llamada Sumco vendieron aproximadamente 87.2% de las acciones de Midway a una compañía liderada por el inversionista Mark Thomas, de acuerdo a un archivo de la SEC.

• **En un esfuerzo para combatir el desmantelamiento de su imperio de medios, Sumner M. Redstone, el accionista mayoritario de Viacom y CBS, recientemente propuso vender su cadena familiar de cines de 1500 salas para lograr reestructurar la amplia deuda.** La propuesta fue hecha en un plan entregado a sus banqueros, según dicen dos personas informadas acerca de las negociaciones quienes comentaron a condición de que no fueran identificadas. Pero la venta propuesta puede que no sea suficiente para satisfacer a los banqueros, ya que nadie parece estar de acuerdo en cual es el valor de las salas de cine.

• **Las malas noticias en la industria de los medios todavía no acaban, ya que más de 1,000 personas que trabajan en Viacom y NBC Universal perdieron sus empleos.** Viacom, la gran compañía de medios controlada por Sumner M. Redstone, dijo que recortaría casi el 7% de su fuerza laboral, o 850 empleos, y congelaría los salarios a sus principales directores. NBC Universal, mientras tanto, dijo que estaba despidiendo a 500 empleados, incluyendo a correspondientes de muchos años de NBC News. Los recortes de Viacom pretenden ahorrarle de US\$200 millones a US\$250 millones en el 2009.

• **Comcast Corp., el operador de cable más grande de la nación, reportó un incremento del 38% en sus ganancias en el 3T** mientras que disminuyo importantemente sus gastos en capital y tiene cuotas más altas por el servicio de TV por cable, que le ayudaron a mantenerse a flote. Impulsándose hacia la tendencia de las compañías envueltas en efectivo, Comcast también dijo que espera exceder su predicción de crecimiento de

flujo de efectivo libre de al menos 20% en su año fiscal del 2008. Brian Roberts, Director General, dijo en una llamada de conferencia con analistas, que la compañía tiene reservas financieras adecuadas para atravesar la actual crisis económica.

• **La Federal Communications Commission patrocina una carrera de automóviles Nascar como parte de sus esfuerzos para informar a los americanos que en el 18 de Feb.,** las señales de televisión transmitidas en el aire ahora serán transmitidas exclusivamente en formato digital. Pago US\$350,000 para inscribir "The Digital TV Transition" y otras frases en un Ford piloteado por David Gilliland. ¿Entonces como va eso? En Noviembre, el carro choco durante una carrera de Nascar en Phoenix. Fue el segundo choque en los mismos dos meses. ¿Y cómo va la transición a TV digital? De acuerdo a los críticos, igual de bien que el carro, a pesar de una gran campaña de marketing que incluye anuncios nocturnos por televisión.

• **Madison Av. puede estar pensando en una creencia común acerca de los anuncios en el Super Bowl** — evita comprar spots que se proyectaran en el 4C, por temor a partidos que sean palizas — después de que el segundo campeonato seguido se decidió en los últimos momentos del juego. Los comerciales que NBC transmitió durante el 4C del Super Bowl XLIII le funcionaron bien según muchas encuestas y entrevistas hechas. De hecho, los dos comerciales que fueron más vistos en casa con video grabadoras TiVo digitales fueron los spots finales del juego: uno para Bud Light Lime beer, vendido por la división Anheuser-Busch de Anheuser-Busch InBev, y el otro para el servicio de registro en línea GoDaddy.com.

• **En un trato que significa el reordenar todavía más el negocio de películas de especialidad de Hollywood,** la sección de Universal Pictures de General Electric a completó su venta de Rogue Pictures, un productor y distribuidor de películas de bajo costo, a Relativity Media por aproximadamente US\$150 millones. El trato cerro silenciosamente justo antes de Navidad y fue publicado por las compañías. La transacción apunto hacia la disposición de G.E. para impulsar las ganancias por medio de la ayuda de la venta de activos. También muestra la continua viabilidad de Relativity, una compañía de producción y financiamiento privada, que ha estado en una disputa con uno de sus prestadores más importantes.

• **En la hora pico de los sábados por la noche, los anuncios de CBS incluían "Game Show in My Head," "48 Hours Mystery"** — y muchos infomerciales. Los comerciales de dos minutos, para un set de DVD de "The World at War" y un CD de música clásica relajante, ambos de Time Life, se proyectaron durante casi cada programa en la televisora en los recientes sábados por la noche. Esto es una señal de que tan mal esta el mercado de los anuncios: se están proyectando infomerciales en horas pico, llenando espacios que los bancos y los automóviles solían poseer.

NOTICIAS

• **Una disputa interna por el liderazgo del Screen Actors Guild se fue hasta la corte, donde un juez temporalmente descarriló el intento del presidente de la unión de prevenir que una nueva fuerza tomara las negociaciones del contrato entre la unión y los grandes estudios de Hollywood.** El juez James C. Chalfant de la Corte Superior de Los Angeles denegó la petición de una orden de restricción temporal que fue archivada por el presidente de la unión de actores, Alan Rosenberg, y tres otros miembros del consejo de la unión. Esto lo hicieron en contra de la unión y los miembros del consejo nacional quienes votaron para suplantar al director ejecutivo de la unión y negociador principal, tarde en el mes pasado. Al desechar el reclamo, el juez noto varios errores en la queja original.

• **MyNetworkTV, una sección de News Corporation, anuncio que se reestructurara, empezando Septiembre, del modelo de una emisora a un servicio "híbrido" que continuara proveyendo programas a sus estaciones filiales.** El nuevo "servicio de programas," como lo esta llamando News Corporation, retendrá su nombre pero se transformara en algo más cercano al modelo de un negocio de televisión sindical. Eso significa que a los proveedores de programas se les permitirá vender hasta la mitad del tiempo de comerciales en el servicio.

INTERNET

• **Los envíos mundiales de computadoras personales, por primera vez superaron las de las computadoras de escritorio en este 3T, dijo el grupo de investigación iSupply este Martes,** llamándolo un "el punto donde cambios significativos sucedieron" para la industria. Los envíos de computadoras personales incremento casi un 40% a 38.6 millones de unidades, mientras que los envíos de computadoras de escritorio cayeron un 1.3% a 38.5 millones. En general, los envíos de PCs incrementaron 15.4% en el trimestre a 79 millones de unidades.

• **Si pensabas que el negocio de comprar para revender nombres de dominio en Internet por cantidades millonarias fue una moda que desapareció tras la crisis del punto .com, estás en un error.** La realidad es al contrario, el negocio está tomando su segundo aire y quienes por US\$15 registraron con oportunidad algún nombre clave, lo pueden revender desde US\$500 hasta US\$5,000 en promedio. Incluso, el año pasado, el dominio Chinese.com se subastó por un US\$1.1 millardos, Li.com por US\$500,000 y Gibraltar.com por US\$360 mil.

• **Las conexiones a Internet son la tecnología que mayores fallas le genera a los usuarios residenciales. En promedio, 4 de cada 10 accesos a Internet en EE.UU. han pre-**

sentado algún problema en los últimos 12 meses. Los reproductores de MP3 se ubicaron como los más eficaces, pues presentan alguna falla en 1.5 de cada 10 dispositivos, destaca la encuesta del Centro de Investigaciones sobre tecnologías de la información del Pew Internet & American Life Project.

• **La Federal Trade Commission gano una victoria legal preliminar en contra de lo que llamo uno de las más grandes bandas del spam en el Internet, convenciendo a una corte federal en Chicago de congelar los activos de estos grupos y el ordenar que la red de spam sea clausurada.** El grupo, que utilizaba varios nombres pero era conocido entre organizaciones anti-spam como HerbalKing, mando miles de millones de mensajes no solicitados a usuarios de Internet en los últimos 20 meses, promoviendo replicas de relojes y una variedad de productos farmacéuticos, incluyendo píldoras herbales que supuestamente mejoran la anatomía masculina y para la perdida de peso, de acuerdo con la comisión.

• **Desde que los MP3s se volvieron populares hace una década, los ejecutivos de la industria de la música se han obsesionado con esta pregunta: ¿En que momento las ganancias en música digital finalmente sobrepasaran las ventas en discos compactos?** Para Atlantic Records, la firma que en años pasados ha entregado para artistas como Ray Charles, John Coltrane y Led Zeppelin, aparentemente, ese momento, es ahora. Atlantic, una sección de Warner Music Group, dice haber llegado a un punto importante en su desarrollo al cual no han llegado otras grandes compañías de discos: más de la mitad de sus ventas de música en los EE.UU son de productos digitales, como descargas en iTunes y tonos para teléfonos celulares.

• **Microsoft introdujo lo que se ha dicho una versión más leve y de mayor respuesta que su sistema operativo Windows,** y a la vez simplemente dejando el nombre de su marca Vista para su nuevo producto. La nueva versión será llamada Windows 7, por que es la séptima de una larga lista de sistemas operativos desarrollados para PCs por la compañía desde los 1980s. la compañía no dijo cuando vendería Windows 7 al público. La compañía también dijo que estaba planeando el introducir una versión en línea de sus programas de Office, lo cual tiene como objetivo dirigirse a una nueva hola de competidores como Google Docs y Zoho, que han lanzado procesadores de palabras, hojas de calculo y programas para presentaciones que corren en navegador en línea.

• **Buscando crecimiento en nuevos mercados que están siendo ignorados mucho, Microsoft dice que a finales del año próximo empezara a ofrecer el nuevo sistema operativo "nube" que manejara la relación entre el software de la computadora y de la red, donde los datos y servicios se están volviendo muy centralizados.** La compañía necesita un nuevo

tipo de sistema operativo para un nuevo mundo de computación, que no está poblado por una sola computadora, sino por docenas de diferentes tipos de aplicaciones conectadas a Internet desde teléfonos inteligentes hasta mini-laptops llamadas netbooks. Más de esos dispositivos usan programas que residen en un servidor remoto en lugar de en el dispositivo en sí. Los servidores, en la llamada nube, proveen lo que se llama servicios Web, que pueden ser lo que sea desde software con una relación de clientes hasta un juego de Facebook.

• **Google dijo que había acordado pagar US\$125 millones para arreglar dos demandas de derechos de autor hechas por autores y publicistas por los planes de la compañía de digitalizar y mostrar pequeñas partes de libros con derechos de autor** y compartir copias digitales de los libros con bibliotecas sin un permiso explícito. Bajo el acuerdo, que está sujeto a la aprobación de la corte, el dinero será utilizado para organizar un registro de libros, resolver quejas existentes de autores y publicistas así como cubrir cuotas legales. Quienes poseen los derechos de autor también serán capaces de registrar sus trabajos y recibir pagos por venta de libros, uso de usuarios y por suscripciones a bibliotecas. Los ingresos de estos programas se dividirán entre Google, los publicistas y los autores. Si se aprueba, el acuerdo puede expandir el acceso en línea a millones de libros con derechos de autor disponibles en bibliotecas que participan en el programa de búsqueda de libros de Google.

• **El negocio de anuncios de búsqueda de Google continúa mostrando resistencia a la grave recesión global. Google dijo que sus ganancias netas para el 4T del 2008 cayeron 68% del año anterior debido a cargos únicos relacionados a la disminución del valor de dos inversiones.** Pero sus ingresos crecieron en 18%, a US\$5.7 miles de millones, venciendo las expectativas bajas de Wall Street. Los cargos enmascararon lo que de otra manera fue un buen trimestre para Google, en el cual ventas firmes y constantes esfuerzos para reducir gastos, empujaron las ganancias de la compañía arriba de los pronósticos.

• **Claramente estableciendo una batalla con Google y otros, como Apple en el creciente negocio de libros electrónicos, Amazon.com introdujo el Kindle 2,** una nueva versión de su popular lector de libros electrónico. El anuncio fortalece la postura de Amazon por el control sobre el Mercado de los libros electrónicos y los dispositivos que los consumidores usan para leerlos. Amazon espera que el Kindle se vuelva en el iPod del mundo literario, retando al libro impreso.

• **¿Podrán los amantes de libros finalmente estar dispuestos a cambiarse de páginas a píxeles?** Por una década, los consumidores ignoraron los dispositivos electrónicos de libros, que usualmente eran difíciles de usar y ofrecían pocas opciones

populares para leer. Pero este año, en parte por la popularidad del dispositivo inalámbrico Kindle de Amazon.com, el libro electrónico ha empezado a tomar mercado. El Kindle de US\$359, el cual es delgado, blanco y aproximadamente del tamaño de un libro con cubierta de cartón, fue introducido el año pasado.

• **Jerry Yang, quien, como Director General de Yahoo, resistió una oferta de apropiación hecha por Microsoft solo para después hablar de resumir las pláticas para la unión, dijo que iba a dejar el puesto.** En un memorando enviado al staff de la compañía, el Sr. Yang, de 40 años, dijo que mantendría el puesto hasta que el consejo nombre a su sucesor, un proceso en el cual él dijo que participaría. El cofundador de Yahoo dijo que después regresaría a su pasado trabajo como Jefe Yahoo, un rol de estrategia corporativa, y permanecería en el consejo. En un memorando escrito en su estilo en puras minúsculas, escribió, "creo fuertemente que el transformar nuestra plataforma y haber alineado mejor costos e ingresos, tenemos el escenario correcto para que llegue el nuevo director general y haga suya la nueva fase de decisiones críticas que enfrenta la compañía."

• **Ben Zimmer, productor ejecutivo de un sitio de red y paquetería de software llamado Visual Thesaurus, estaba buscando el uso de la frase "you're not the boss of me."** Utilizando una base de datos de periódicos, él había encontrado una referencia de 1953. Pero mientras utilizaba el buscador de libros de Google recientemente, encontró la frase en una breve historia en "The Church," un periódico publicado en 1883 y escaneado de la Bodleian Library en Oxford. Desde que Google empezó a escanear libros impresos hace cuatro años, sabios y otros con intereses especializados han sido capaces del acceso a una colección de información que había sido encerrada en los estantes empolvados de las bibliotecas y en librerías de antigüedades.

• **¿Carol A. Bartz venderá el servicio de búsqueda de Yahoo a Microsoft? Los analistas hicieron esta pregunta en varias ocasiones después de que la Sra. Bartz entregó los resultados financieros de Yahoo a Wall Street** por primera vez desde que se volvió Director General a principios de este mes. Una y otra vez, la Sra. Bartz dijo que no lo había decidido. Si bien dijo algo, la Sra. Bartz sugirió que el deshacer el negocio de búsqueda no sería fácil y que la decisión no llegaría pronto.

• **Plastic Logic, creador de un lector de libros electrónico, planea anunciar tratos que dice traerán un número importante de publicaciones a su dispositivo planeado.** La compañía planea hacer un dispositivo con una exposición diagonal electrónico de 10.7 pulgadas, más grande que las pantallas en un Amazon Kindle o Sony Reader, dos de los modelos más populares que están ahora en el mercado. Plastic Logic dice que el dispositivo estará disponible a principios del próximo

NOTICIAS

año. Utiliza la misma tecnología para mostrar impresos que sus principales competidores. Se espera que Amazon anuncie una nueva versión de su Kindle.

• **Hacer videos para YouTube — por tres años, tiempo pasado para millones de navegadores de la red — es ahora una forma de ganarse la vida.** Un año después de que YouTube, el importante servidor de videos en línea, invite a miembros para que se volvieran “asociados” y agregaran anuncios a sus videos, los usuarios más exitosos están ganando ingresos de seis cifras del sitio de red. Para algunos, como Michael Buckley, el creador del show que charla acerca de las celebridades, el filmar videos chistosos es ahora un trabajo de tiempo completo.

OTROS

• **The Tribune Company se declaró en banca rota y pidió protección en una corte federal de Delaware, como dueño de Los Angeles Times, The Chicago Tribune y el equipo de baseball de los Chicago Cubs sufrieron para lidiar con montañas de deuda e ingresos de anuncios en picada.** Tribune, que fue adquirida el año pasado por el inversionista multimillonario de las bienes raíces Samuel Zell, había contratado a consejeros de banca rota como Lazard y la firma legal Sidley Austin en semanas recientes mientras negociaba con quienes le habían prestado las deudas contraídas. (Lea la petición de banca rota aquí.) Es solo el último — y más grande — signo de restricción para la industria de los periódicos. Varias compañías de periódico han luchado para lidiar con los ingresos decrecientes y las crecientes deudas.

• **La declaración de la bancarrota de la Tribune Company es solo la última, y más grande evidencia de que la industria Americana de periódicos esta sufriendo la resaca de una inmensa racha de compras en el 2006 y el 2007** en lo que resulto ser el peor momento para los compradores, justo cuando el negocio estaba apunto de entrar a un declive drástico. Los periódicos estarían en aprietos de cualquier forma. La constante fuga de los anuncios y lectores del periódico impreso a las noticias en línea se ha vuelto en una importante tendencia en este año de recesión. La mayoría de los periódicos se mantienen generando ganancias, pero los márgenes están cayendo rápidamente, con la industria perdiendo aproximadamente 15% de sus ingresos en este año. Pero las compañías en situación más precaria están así, más que nada por que pidieron todo ese dinero prestado para comprar periódicos, usualmente a precios inflados, y los tratos más grandes fueron hechos en el 2006 y a principios del 2007.

• **The New York Times Company dijo haber llegado a un acuerdo con el multimillonario Mexicano Carlos Slim Helú por un préstamo por US\$250 millones que tiene la intención de ayudar a la compañía de periódicos a financiar sus negocios.** Bajo los términos del trato, el Sr. Slim, a quien ya le pertenece 6.9% de Times Company, invertirá US\$250 millones en la forma de pagarés con garantía de ser convertidos en acciones, según dijo la compañía en una declaración. Los pagarés también tienen una tasa de interés del 14%, pagándose 11% en efectivo y 3% en bonos adicionales.

• **Golpeado por una fuerte caída en los anuncios de periódico, The New York Times Company reporto ingresos del 4T de US\$27.6 millones, 47.5% menos que el año anterior.** El ingreso neto en ese periodo hace un año fue de US\$53 millones. Para el año, la compañía perdió US\$57.8 millones, después de más de US\$300 millones en cargos que no fueron en efectivo. Eso comparado con una ganancia de US\$208.7 millones en el 2007.

• **En una llamada por conferencia con analistas a finales del mes pasado, Janet L. Robinson, la Presidenta y Directora General de The New York Times Company, planteo una visión de como la compañía sobreviviría el declive que esta fracturando la industria del periódico.** “Mientras que otros periódicos limitan su cobertura internacional y nacional, o dejan de operar, nosotros creemos que habrá oportunidades para que The Times llene ese vacío,” ella dijo, a tanto lectores como anunciantes. Pero antes de que ejecuten lo que la industria considera una estrategia de “el último en pie”, la compañía primero tiene que llegar ahí.

• **Considerables esfuerzos cosechan artículos modestos en el sitio de Internet de Newsweek, y nada en la revista impresa.** Newsweek esta a punto de empezar grandes cambios en su identidad, con un nuevo diseño, uno mucho más pequeño y, espera, lectores más abundantes, y algunos cambios en su contenido. El venerable forjado rol de cobertura de los grandes eventos, será abandonado de una vez por todas, según dicen los ejecutivos.

• **Pronto puede llegar el punto en el que exista más gente que quiere escribir libros, que los que quieren leerlos.** Al menos, eso es lo que la evidencia sugiere. Los vendedores de libros, que están dificultados por la crisis económica, están sufriendo para atraer a los lectores. Casi todas casas de publicación en Nueva York están despidiendo a editores y contando los centavos. Pequeñas librerías están cerrando. Grandes cadenas están despidiendo a gente o explorando la banca rota. Un estudio reciente publicado por la National Endowment for the Arts encontro que mientras más gente esta leyendo ficción literaria, menos de ellos están leyendo libros.

• **CNN, esta en el resplandecer que quedo de una época de elecciones y ratings record para las noticias por cable, esta codeándose en nuevas líneas de negocio: de banquetes a periódicos con problemas financieros buscando una alternativa a la agencia The Associated Press.** Por casi un mes, una versión de prueba del servicio alámbrico de CNN ha estado expuesto en algunos periódicos. Pero esta semana editores de aproximadamente 30 periódicos visitaran Atlanta para escuchar los planes de CNN para ampliar un servicio para proveer cobertura de grandes eventos nacionales e internacionales — y tal vez también los locales — en menor escala y a un costo menor que la AP.

• **Las ventas de música mundiales bajaron aproximadamente un 7% el año pasado mientras que otro gran salto en las ventas digitales no pudo remplazar el declive en las ventas del Mercado de discos compactos, de acuerdo con John Kennedy, Director General del principal grupo internacional de intercambio.** Los ingresos de la música vendida en el Internet, por medio de teléfonos celulares y otras formas digitales, creció en un 25% el año pasado, a US\$3.7 miles de millones, la International Federation de la Phonographic Industry dijo en un reporte. Las ventas digitales contaron por un 20% de los ingresos de la industria, 15% arriba que el año pasado.

• **National Public Radio, viviendo una inesperada caída en sus ingresos, dijo que recortaría 64 empleos, o aproximadamente 7% de su fuerza laboral de 889, y cancelaría dos programas transmitidos entre semana, "Day to Day" y "News & Notes".** Los recortes, que llegan mientras que NPR esta llegando a lo que dicen son audiencias cercanas al record de 26.4 millones de escuchas a la semana, incluyendo a 22 empleados en los programas cancelados, que terminaran el 20 de Marzo; seis reporteros y correspondientes en otras ubicaciones; y una posición de medios digitales. Adicional a los recortes de empleos, 21 vacantes abiertas no seran cubiertas.

• **Quienes escuchan son entretenidos por iPods, Internet y radio por satélite.** Las compañías están llenas de deuda. Los anunciantes se dirigen a la televisión o a la red — y los anunciantes que han seguido anunciando en la radio, como las agencias de automóviles y minoristas, están siendo golpeados por la crisis económica y están limitando sus gastos. Y aunque la audiencia de las emisiones de radio está creciendo, las estaciones parecen no poder incrementar sus ingresos. Los anuncios en la radio bajaron en un 10% en Octubre desde el 2007, de acuerdo con el Radio Advertising Bureau, el 18vo mes consecutivo de decremento.

• **Muzak Holdings LLC, la compañía que hizo la "música de elevador" famosa, busca protección de banca rota de sus**

cobradores. La compañía, centralizada en Fort Mill, South Carolina, tiene deuda por tanto como US\$500 millones y activos por menos de US\$50,000 en el capitulo 11 los documentos fueron archivados en el U.S. Bankruptcy Court en Wilmington, Delaware. Muzak dijo que 14 filiales también buscaran protección de banca rota. La subsidiaria de Muzak, Muzak LLC dijo que tiene activos por tanto como US\$500 millones. Muzak provee a negocios con más de 2 millones canciones y música para establecer un ambiente para los clientes en las tiendas, esperando convencer a los compradores de comprar, de acuerdo con su sitio de red.

• **Silicon Valley esta consternado por la creciente sensación de que el retroceso económico puede hacer más que deprimir las ganancias.** Hay demasiado optimismo fundamentado en las personas aquí para pensar que el sector tecnológico no se pondrá de vuelta en pie, mucho más fuerte que antes. Un generalmente seguro Steven A. Ballmer, Director Ejecutivo de Microsoft, expreso después de anunciar el primer recorte de su fuerza laboral grande. "Nuestro modelo no es para un rebote rápido," dijo que. "Nuestro modelo es que las cosas se vienen para abajo, y después se reinician. La economía se encoje."

• **Entre una recesión que se agudiza y una controversia acerca de la salud del Director General que se intensifica, Apple reporto fuertes ganancias en el 1T que sorprendieron a los analistas y sin problemas vencieron las expectativas de Wall Street.** Apple dijo que la venta bruta de iPods y laptops mantuvo a flote a la compañía en una terrible temporada de compras en las vacaciones, que golpeo a todas las otras compañías de tecnología de electrónica para el consumidor. Apple dijo que sus ganancias del trimestre saltaron a US\$1.61 miles de millones, de US\$1.58 miles de millones, en el año anterior.

• **Cuando Steve Jobs atendió el teléfono para responder al cuestionamiento de Wall Street acerca de las ganancias de Apple, es una señal que Apple sabe que los inversionistas están asustados.** La última vez que recuerdo al Director General de Apple hacienda eso fue hace ocho años, cuando Apple no llego a sus números como una de las primeras señales que la caída de los dot-com le pegaría a Silicon Valley. En ese entonces, las acciones de Apple (AAPL) perdieron más de la mitad de su valor. Adelantándose al 2008 las ventas de las Mac de Apple están creciendo más rápido que sus rivales, sus iPod son lo mejor en el mercado de los reproductores de MP3 y el iPhone esta en una racha muy buena.

• **Maniobrando en la ola de entusiasmo del consumidor por sus teléfonos inteligentes iPhone, Apple reporto un fuerte 4T fiscal con ganancias que sobrepasaron cualquier**

expectativa de Wall Street. Pero advirtió sobre ventas más lentas en el futuro. Los analistas piensan de Apple como un líder de la industria del consumo electrónico que debería de mostrar los primeros efectos de una economía del consumidor que va deteniéndose. Sin embargo la compañía dijo, que cualquier desaceleración que detecto a finales del trimestre termino el 30 de Sept. pudo haber sido causada por clientes que estaban pensando el retrasar su compra para comprar el nuevo Macintosh portable que fue introducido. Apple tuvo Fuertes ventas en todas sus líneas de productos principales. También dijo que había vendido más iPhones en el trimestre de los que había vendido desde que se introdujo el teléfono inteligente en Junio del año pasado.

• **Christie Hefner planea dejar el puesto de Presidente del Consejo y Director General de Playboy Enterprises el próximo año después de tener el puesto por dos décadas, según dijo la compañía de entretenimiento para adultos. La Sra. Hefner, de 56 años, la hija del fundador de Playboy, Hugh Hefner, pretende permanecer como Directora General hasta el 31 de enero, y se quedara en el Consejo hasta que su sucesor se una a la compañía.** Como muchos publicadores de revistas y periódicos, Playboy tiene una marca que es más conocida que leída. Su circulación ha bajado ya que más y más gente buscando entretenimiento adulto e imágenes más sugestivas acuden a los sitios gratuitos en la red.

• **El verano pasado, Mel Karmazin estaba expresando sus característicos chistes para hablar del futuro de Sirius XM Radio, la compañía en conjunto que el dirigía que apenas había sido aprobada por los reguladores.** El estaba planeando recortar costos y expandir un negocio que ya estaba fijo en las vidas de millones de americanos. "Cuarenta y tres centavos diarios — no es ni siquiera lo que cuesta un café en la maquina expendedora," el decía en ese entonces, evitando la pregunta acerca de cómo la economía actual afectaría sus suscripciones. Pero ahora Sirius XM, la compañía de radio por satélite, tiene problemas con etiquetas de precio mayores. Ha contratado a consejeros para prepararse para una posible banca rota, según dice gente envuelta en el proceso.

Meredith Corporation clausuro una de sus revistas, Country Home, y despidió a 7% de sus empleados, uniéndose a una larga lista de clausuras y despidos de una industria muy golpeada por la caída de los anuncios. Meredith dijo que eliminaría 250 empleos, incluyendo aproximadamente 40 personas que trabajan en Country Home, una reducción que Patrick Taylor, un portavoz de la compañía, dijo se haría efectiva inmediatamente.

MÉXICO

• **Grupo Televisa se llevará más de US\$610 millones en anuncios publicitarios y alrededor de US\$25 millones en efectivo, como parte del acuerdo al que llegó con Univisión, la principal cadena de televisión de habla hispana en EE.UU.** Luego de un largo litigio por incumplimiento contractual sobre regalías, llevado en las cortes estadounidenses y promovido por la empresa de Emilio Azcárraga Jean, ambas compañías pactaron un nuevo acuerdo contractual que incluye un cálculo simplificado de regalías, que resultará en mayores pagos a Televisa a cambio de derechos incrementados para Univisión. La enmienda al acuerdo comprende que Televisa reciba US\$3.5 millones en efectivo, mantenga los US\$21 millones que Univisión ha prometido pagarle, y reciba US\$65 millones en publicidad de Univisión hasta 2017, fecha de expiración del acuerdo en cuestión.

• **A la televisión en EE.UU. le llegó el "apagón" y México debe considerar esta experiencia en el marco de su proceso de digitalización.** La transición del sistema de televisión análogo a digital concluirá el 17 de febrero, pero se estima que cerca de 6.5 millones de hogares se podrían quedar sin servicio. Algunos desconocen el cambio, otros no contaron con recursos para comprar su convertidor de señal o no pudieron adquirir una televisión nueva. El riesgo también es latente para México, que entró este año en la segunda etapa de su proceso de digitalización, el cual concluirá en 2021, pues a pesar de la distancia, se deben considerar todas las experiencias internacionales.

• **Los suscriptores de Internet de banda ancha a través de empresas de TV por cable alcanzarán cerca de 2 millones de cuentas para el próximo año, lo cual las coloca como los competidores más cercanos de Telmex en este mercado.** Este servicio crece a un ritmo de 25% anual, de tal forma que a finales de 2008 habrá 1.5 millones de conexiones con esta tecnología y para 2009 llegarán a 2 millones de conexiones. "Las expectativas de crecimiento para 2009 se basan en los atractivos paquetes de doble y triple play de la industria de cable. Esperamos que muchas personas que hoy contratan los servicios por separado se inclinarán por contratar los paquetes de servicios que ofrece el cable para ahorrar dinero", dijo la Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable (Canitec).

• **Grupo Televisa no quiere someterse a las nuevas reglas del Instituto Federal Electoral para acceso de los partidos**

políticos a radio y televisión. La empresa promovió una demanda de amparo en la que cuestiona 33 artículos del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, publicado por el IFE el pasado 27 de agosto. Prácticamente todos los puntos relevantes son considerados inconstitucionales por Televisa, que litiga el amparo 1719/2008 por medio de su filial Televimex y alega violaciones a 10 artículos de la Carta Magna.

- **Grupo Multimedios realizó el lanzamiento de Milenio Televisión, un canal de información en la modalidad de 24 horas y semejante a otro proyecto que años atrás tuvo Televisa con su denominado sistema de noticias ECO.** El nuevo canal utiliza productos editoriales similares a un programa que Milenio Diario realizaba en febrero de 2002 para Televisa. "La producción, operación y transmisión de la señal se harán de manera combinada desde los nuevos estudios de la Ciudad de México y del Grupo Multimedios en Monterrey", detalla información de la empresa.

- **Entretenimiento GM de México, propiedad de Germán Larrea, alcanzó un acuerdo para adquirir la totalidad del capital de Grupo Cinemex por aproximadamente US\$237 millones a AMC Entertainment, propiedad de Apollo Advisors y el brazo de capital privado de JP Morgan Chase.** De acuerdo con un reporte enviado a la Comisión de Bolsa y Valores de Estados Unidos (SEC) el pasado 7 de noviembre, Entretenimiento GM de México alcanzó un acuerdo definitivo con los propietarios de Cinemex para pagar US\$315 millones (P\$4.03 millardos) descontando deuda de aproximadamente US\$77 millones.

- **Telmex quiere ampliar su relación comercial con MVS, ser su socio para proveer el servicio de televisión satelital, en vista de que las autoridades regulatorias no le permiten aún ser proveedor de video, aseguró Javier Mondragón,** representante legal de la telefónica. Por el

momento, la relación entre ambas empresas se limita a que Telmex ofrece el servicio de venta, facturación y cobranza (a través del recibo telefónico) del sistema de Televisión Directa al Hogar, que se distribuye con la marca Dish.

- **El negocio de televisión de Teléfonos de México (Telmex) está en América Latina. En los próximos cinco años, la firma telefónica de Carlos Slim liderará el mercado con 31% de los usuarios de televisión sobre el protocolo de Internet (IPTV)** en esa región, afirmaron analistas. A pesar de que en México las restricciones regulatorias de su título de concesión le prohíben dar servicio de video, el negocio de Telmex está al sur del continente, señala Signals Telecom Consulting.

- **Teléfonos de México confirmó que llevará a cabo una alianza comercial con MVS Comunicaciones para facilitar-le la parte de facturación y cobranza del servicio de televisión restringida. Arturo Elías Ayub, director de Alianzas Estratégicas, Comunicación y Relaciones Institucionales** de la telefónica, explicó que no se trata de un acuerdo para dar servicios de "triple play", es decir, telefonía, internet y video. MVS dará servicio de televisión vía satélite y la telefónica cobrará por él a sus clientes, informó. El servicio de televisión restringida no sería ofrecido a través de su red, de forma directa.

- **Teléfonos de México (Telmex) comercializa, factura y cobra los servicios de televisión directa al hogar (DTH) de la empresa Dish México, una sociedad entre MVS Comunicaciones y EchoStar Corporation,** fabricante de satélites. El nuevo canal de DTH es una asociación entre ambas firmas al 50%, según informaron fuentes relacionadas con la operación, en la que Telmex cobrará los paquetes de televisión en su recibo telefónico. Dish México arrancó su comercialización en las ciudades de Puebla y León, a través de los centros de atención de Multivisión, centros de servicios Telmex y en diversas tiendas departamentales.

BALANCE GENERAL

Durante 2008, las inversiones de capital de Televisa totalizaron US\$489.7 millones, de los cuales US\$194.2 millones correspondieron al segmento de cable y telecomunicaciones (las inversiones de este segmento se distribuyen: US\$95.3 millones de Cablevisión, US\$81.7

millones Cablemás y US\$17.2 millones a Bestel); US\$114 millones a Sky, y US\$39.6 millones a juegos y sorteos. El remanente de US\$142 millones se relaciona con el segmento de televisión abierta y otros negocios.

TV AZTECA - EN PESOS REALES

en millones de P\$ reales*	2006-IV	2007-I	2007-II	2007-III	2007-IV	2008-I	2008-II	2008-III	2008-IV	Δ%T/T	Δ%A/A	TACC ⁽¹⁾
BALANCE												
ACTIVO TOTAL	17,464	23,095	21,543	21,075	19,455	19,978	20,521	19,819	19,277	-2.7%	-0.9%	2.3%
ACTIVO CIRCULANTE	5,596	10,780	9,240	8,145	7,000	7,508	8,879	8,152	7,585	-7.0%	8.4%	2.9%
EFFECTIVO E INVERSIONES TEMP	1,155	3,350	2,040	1,888	1,725	1,744	2,745	2,270	2,699	18.9%	56.4%	16.0%
CUENTAS Y DOCTOS	2,862	5,979	5,434	4,265	3,407	3,953	4,125	3,582	2,719	-24.1%	-20.2%	-0.8%
OTROS	1,579	1,450	1,766	1,991	1,868	1,811	2,009	2,301	2,167	-5.8%	16.0%	0.7%
PROP., PLANTA Y EQUIPO	2,993	2,997	3,022	3,223	3,000	3,101	3,101	3,085	3,119	1.1%	4.0%	3.4%
PASIVO TOTAL	12,349	18,497	17,356	15,689	14,753	15,367	16,726	15,965	15,238	-4.5%	3.3%	2.2%
PASIVO CIRCULANTE	4,683	4,908	3,578	2,663	3,884	3,907	3,704	3,813	5,020	31.7%	29.2%	11.4%
PASIVO A LARGO PLAZO	5,287	7,876	7,815	8,227	7,708	7,586	7,453	7,364	7,292	-1.0%	-5.4%	2.1%
OTROS PASIVOS	2,380	5,713	5,962	4,800	3,161	3,874	5,569	4,788	2,926	-38.9%	-6.8%	-3.5%
CAPITAL CONTABLE	5,115	4,598	4,187	5,385	4,702	4,611	3,794	3,854	4,039	4.8%	-14.1%	2.1%
DEUDA TOTAL	6,608	8,084	6,874	6,844	6,634	6,234	6,142	6,417	7,703	NA	NA	1.8%

*de poder adquisitivo constante al 2008-IV • Información financiera reportada a la BMV

(1) Desde 4T 1996

TELEvisa - EN PESOS REALES

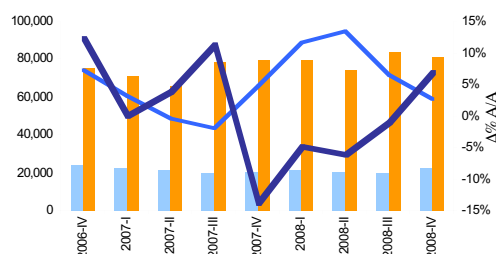
en millones de P\$ reales*	2006-IV	2007-I	2007-II	2007-III	2007-IV	2008-I	2008-II	2008-III	2008-IV	Δ%T/T	Δ%A/A	TACC ⁽²⁾
BALANCE												
ACTIVO TOTAL	79,284	89,469	86,846	83,389	81,808	102,551	99,569	104,197	101,169	-2.9%	23.7%	9.6%
ACTIVO CIRCULANTE	43,688	51,166	48,776	44,404	39,780	54,055	51,349	52,632	51,097	-2.9%	28.4%	10.1%
EFFECTIVO E INVERSIONES TEMP	17,898	17,045	32,933	28,985	25,666	28,369	31,297	33,633	33,313	-1.0%	29.8%	20.0%
CUENTAS Y DOCTOS	6,426	14,659	9,662	7,410	6,813	17,969	12,935	10,200	8,868	-13.1%	30.2%	11.6%
OTROS	19,364	19,463	6,181	8,009	7,301	7,717	7,117	8,798	8,917	1.4%	22.1%	1.6%
PROP., PLANTA Y EQUIPO	22,365	22,613	22,473	22,515	22,712	26,153	25,592	29,378	29,108	-0.9%	28.2%	6.2%
PASIVO TOTAL	42,899	50,008	46,840	47,040	43,279	60,316	57,229	61,327	57,276	-6.6%	32.3%	5.0%
PASIVO CIRCULANTE	7,882	8,638	8,030	7,527	7,425	8,662	9,219	10,180	9,834	-3.4%	32.4%	-2.0%
PASIVO A LARGO PLAZO	20,941	20,392	20,176	24,529	24,264	26,461	25,680	31,509	32,051	1.7%	32.1%	14.8%
OTROS PASIVOS	14,076	20,978	18,634	14,985	11,589	25,193	22,329	19,637	15,391	-30.4%	9.5%	1.9%
CAPITAL CONTABLE	36,385	39,461	40,006	36,348	38,529	42,235	42,341	42,871	43,893	2.4%	13.9%	NA
DEUDA TOTAL	20,860	20,247	20,398	23,996	23,759	25,995	25,029	31,859	32,375	NA	NA	12.9%

*de poder adquisitivo constante al 2008-IV • Información financiera reportada a la BMV

(2) Desde 1T 1991

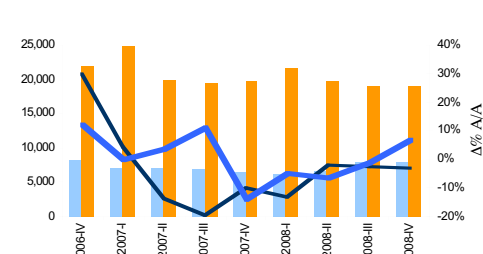
millones P\$ reales

ACTIVO TOTAL



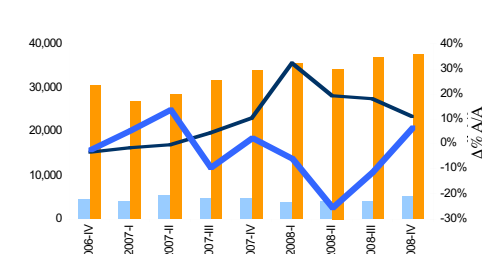
millones P\$ reales

DEUDA TOTAL



millones P\$ reales

CAPITAL CONTABLE



Televisa
TV Azteca

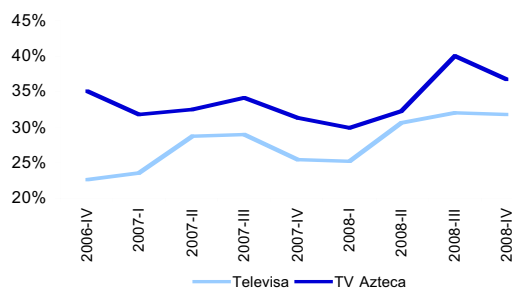
Crecimiento Televisa
Crecimiento TV Azteca

APALANCAMIENTO Y LIQUIDEZ

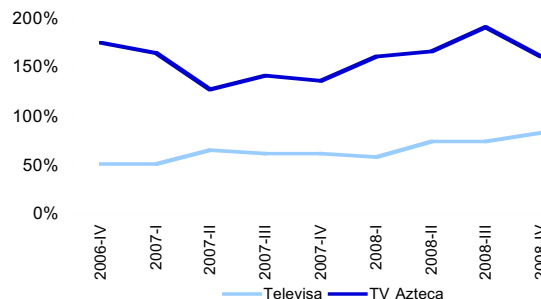
En los tiempos actuales, los inversionistas buscan empresas con apalancamiento moderado. Esta condición la cumplen las dos principales empresas de medios de México que muestran niveles bajos y estables de Deuda a Activo total. La deuda de Televisa se incrementó en P\$5,908 millones durante el trimestre, a P\$39,102 millones, no obstante, cuenta con P\$41,904 millones en caja. La deuda

de TV Azteca (excluyendo P\$1,621 millones con vencimiento en 2069) suma P\$8,043 millones, totalmente denominada en pesos, esta cifra se incrementó marginalmente en el trimestre (TV Azteca cuenta con P\$3,250 millones en caja). De esta deuda, P\$6,000 millones son Certificados Bursátiles de largo plazo, con una tasa de interés fija de 9.29% anual.

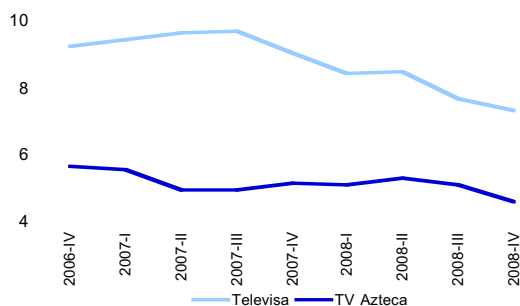
DEUDA / ACTIVO TOTAL



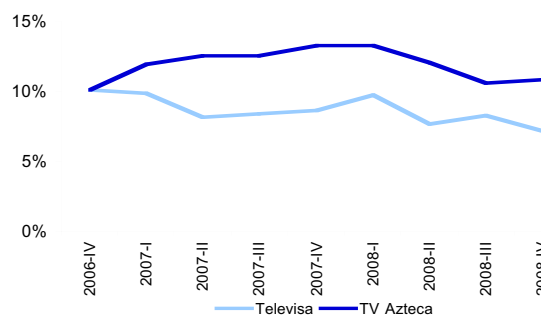
DEUDA / CAPITAL CONSOLIDADO



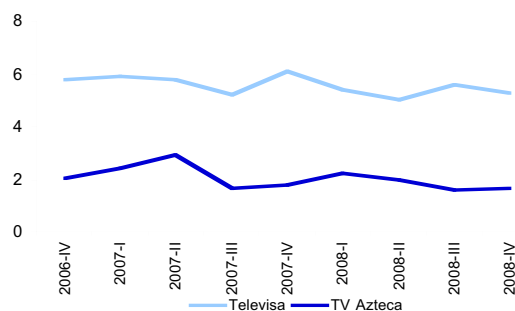
CAPACIDAD DE PAGO DE LA DEUDA*



COSTO DE LA DEUDA

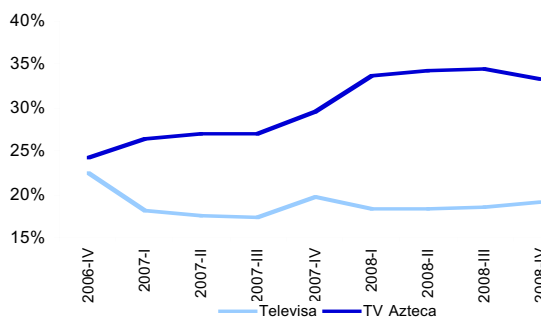


ACT. CIRCULANTE / PASIVO CIRCULANTE



*(EBITDA + Int ganados 12M) / Int Pagados 12M

COEFICIENTE DE VARIABILIDAD EBITDA (8 TRIMESTRES)**



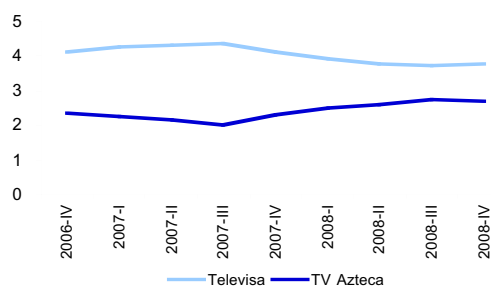
**Desviación Estándar / Media

ACTIVIDAD Y OPERATIVIDAD

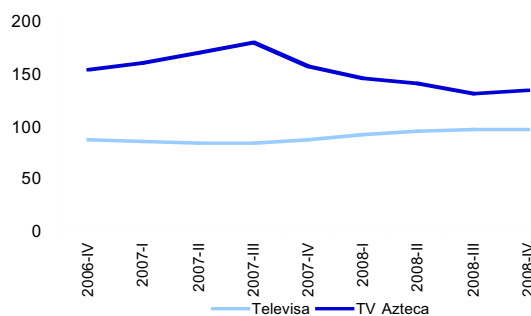
Los indicadores de actividad y operatividad muestran la estabilidad de la industria, aunque los días de cobro en TV Azteca muestran un

muy ligero incremento. Los días de pago se han incrementado ligeramente en Televisa, y se han mantenido en TV Azteca.

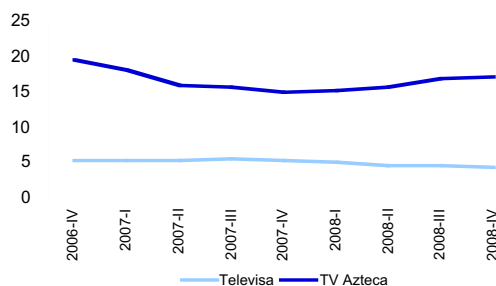
VENTAS 12M / CUENTAS X COBRAR PROM (ROTACIÓN CxC)(i)



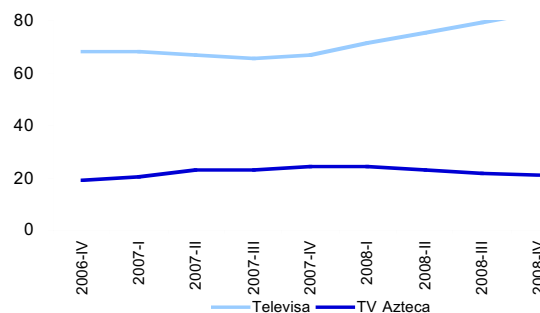
DÍAS DE COBRO



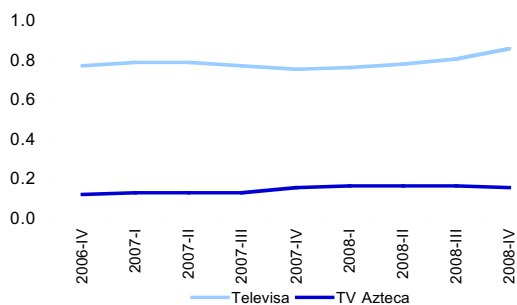
CTO VENTAS 12M / CUENTAS X PAGAR PROM (ROTACIÓN CxP) (ii)



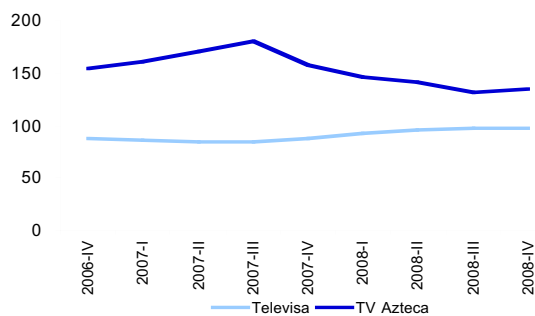
DÍAS DE PAGO



ROTACIÓN CxC / ROTACIÓN CxP
(V / CxC) (CV / CxP) = (i)/(ii)



DÍAS DE COBRO NETOS (DÍAS DE COBRO - DÍAS DE PAGO)



ESTADO DE RESULTADOS

En estos tiempos, la Industria de la Televisión muestra cierta fortaleza relativa ya que gran parte de sus clientes distribuyen productos básicos cuyas ventas no se encuentran totalmente sometidas al ciclo económico. Se considera que ésta es una industria defensiva, y así lo demuestran sus cifras, aunque no son invulnerables puesto que sus márgenes siguen bajo presión, como se puede apreciar en la siguiente sección.

Al 31 de diciembre de 2008, Televisa recibió depósitos por la preventa

de tiempo publicitario para televisión abierta por P\$16,882 millones, con un incremento del 4% en términos nominales en comparación con 2007. Para TV Azteca, el saldo de anticipos de anunciantes fue de P\$3,971 millones, un 8% superior al saldo del año previo.

Grupo Televisa llegó a un arreglo en su litigio con Univisión, lo que implica más de US\$610 millones en anuncios publicitarios y US\$25 millones en efectivo de aquí a 2017, fecha en que vence el acuerdo vigente.

TV AZTECA - EN PESOS REALES

en millones de P\$ reales*	2006-IV	2007-I	2007-II	2007-III	2007-IV	2008-I	2008-II	2008-III	2008-IV	Δ%T/T	Δ%A/A	TACC ⁽¹⁾
RESULTADOS 3M												
VENTAS	2,563	2,804	1,901	2,625	2,338	3,009	1,888	2,483	2,535	2.1%	8.4%	3.7%
RESULTADO OPERATIVO	1,015	1,308	521	876	886	1,445	429	824	889	7.9%	0.3%	3.4%
RESULTADO NETO	533	745	191	256	442	193	-640	332	498	49.9%	12.8%	4.3%
EBITDA	1,116	1,425	635	991	977	1,575	545	949	997	5.1%	2.1%	1.7%
UTILIDAD EN EFECTIVO	655	803	311	351	561	372	-551	409	723	76.8%	28.9%	17.9%
RESULTADOS 12M												
VENTAS	10,253	10,326	10,224	9,893	9,667	9,873	9,860	9,718	9,915	2.0%	2.6%	3.5%
RESULTADO OPERATIVO	4,158	4,142	4,015	3,719	3,590	3,727	3,636	3,584	3,586	0.1%	-0.1%	2.2%
RESULTADO NETO	1,692	2,338	2,199	1,726	1,634	1,082	251	327	384	17.2%	-76.5%	-15.5%
EBITDA	4,531	4,561	4,453	4,167	4,028	4,178	4,089	4,046	4,067	0.5%	1.0%	0.9%
UTILIDAD EN EFECTIVO	2,002	2,661	2,507	2,121	2,026	1,595	733	790	953	20.5%	-53.0%	-8.9%

*de poder adquisitivo constante al 2008-IV • Información financiera reportada a la BMV

(1) Desde 4T 1996

TELEVISIA- EN PESOS REALES

en millones de P\$ reales*	2006-IV	2007-I	2007-II	2007-III	2007-IV	2008-I	2008-II	2008-III	2008-IV	Δ%T/T	Δ%A/A	TACC ⁽¹⁾
RESULTADOS 3M												
VENTAS	10,093	11,579	8,785	10,513	10,993	12,891	9,764	11,662	12,075	3.5%	9.8%	8.4%
RESULTADO OPERATIVO	3,850	4,325	2,527	3,726	4,009	4,783	2,441	4,069	3,859	-5.1%	-3.7%	20.0%
RESULTADO NETO	2,722	2,524	783	2,176	2,493	2,945	1,079	1,869	2,014	7.8%	-19.2%	9.1%
EBITDA	4,553	5,078	3,274	4,521	4,887	5,713	3,434	5,044	4,973	-1.4%	1.8%	15.4%
UTILIDAD EN EFECTIVO	3,934	3,458	1,759	2,762	3,414	3,729	1,762	2,774	3,063	10.4%	-10.3%	37.9%
RESULTADOS 12M												
VENTAS	40,140	40,892	41,378	40,970	41,870	43,182	44,161	45,310	46,392	2.4%	10.8%	6.3%
RESULTADO OPERATIVO	14,419	14,822	14,928	14,428	14,587	15,045	14,959	15,302	15,152	-1.0%	3.9%	10.5%
RESULTADO NETO	9,556	9,256	8,601	8,205	7,977	8,398	8,693	8,386	7,906	-5.7%	-0.9%	9.5%
EBITDA	17,307	17,710	17,863	17,425	17,760	18,394	18,555	19,078	19,163	0.4%	7.9%	10.2%
UTILIDAD EN EFECTIVO	12,206	12,421	11,958	11,914	11,394	11,665	11,668	11,680	11,329	-3.0%	-0.6%	31.4%

*de poder adquisitivo constante al 2008-IV • Información financiera reportada a la BMV

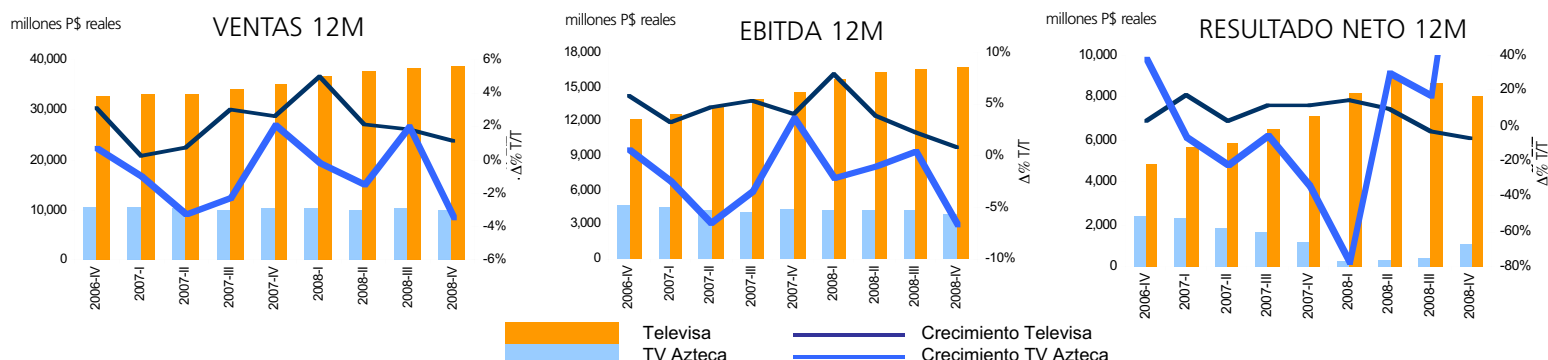
(2) Desde 1T 1991

TV ABIERTA 3M

en millones de P\$ reales*	2006-III	2006-IV	2007-I	2007-II	2007-III	2007-IV	2008-I	2008-II	2008-IV	Δ%T/T	Δ%A/A	TACC ⁽³⁾
VENTAS	22,520	22,609	22,448	21,480	21,665	22,041	21,936	22,033	21,960	-0.3%	1.4%	26.1%
RESULTADO OPERATIVO	10,118	10,298	10,099	9,402	9,561	9,842	9,759	9,873	9,756	-1.2%	2.0%	32.5%

**de poder adquisitivo constante al 2008-IV • Información financiera reportada por Grupo Televisa

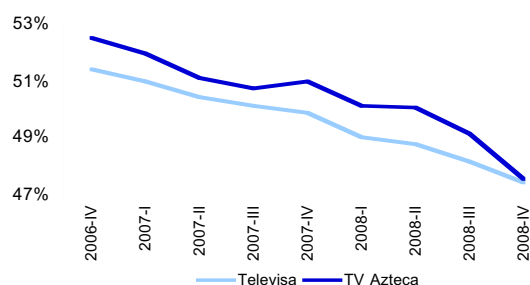
(3) Desde 1T 1999



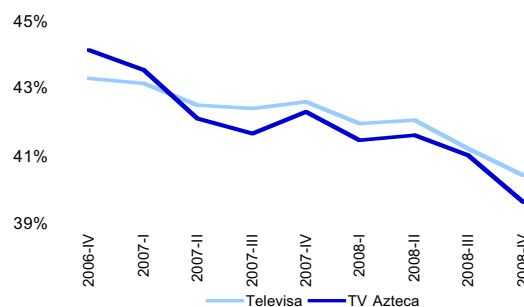
MÁRGENES 12M*

A pesar de la relativa fortaleza de la industria de medios en México, sus márgenes siguen bajo presión, con decrementos muy similares en margen bruto y margen EBITDA 12M.

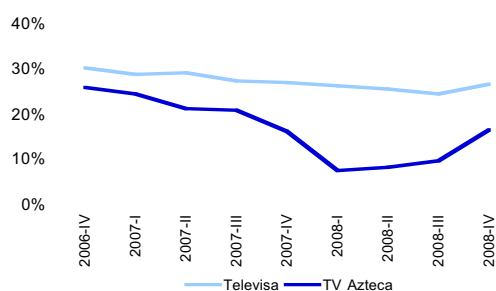
MARGEN BRUTO



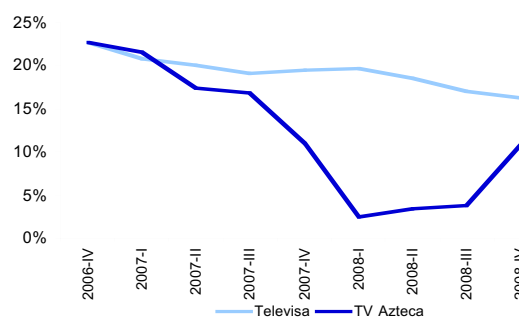
MARGEN EBITDA



MARGEN UTILIDAD EN EFECTIVO

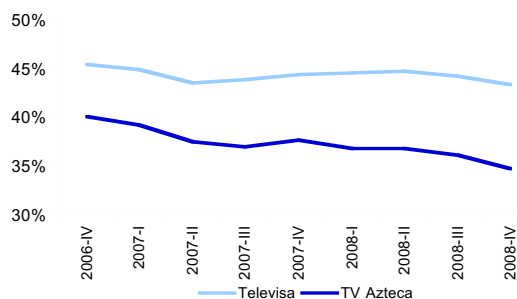


MARGEN NETO

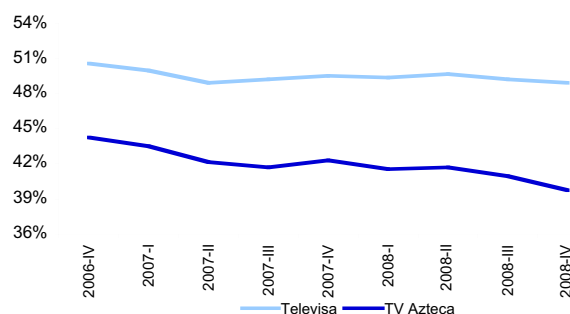


INFORMACIÓN COMPARATIVA CONSIDERANDO SÓLO TV ABIERTA DE TELEvisa

MARGEN OPERATIVO ESTIMADO**



MARGEN EBITDA



*El Margen es el resultado de dividir el rubro 12 meses entre los ingresos totales 12 meses.

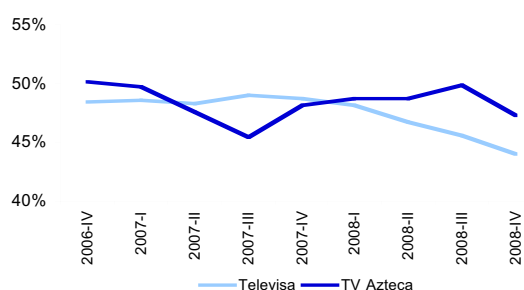
** Televisa dejó de publicar la utilidad operativa por segmentos por lo que las cifras a partir de 2007 son estimadas.

RENTABILIDAD

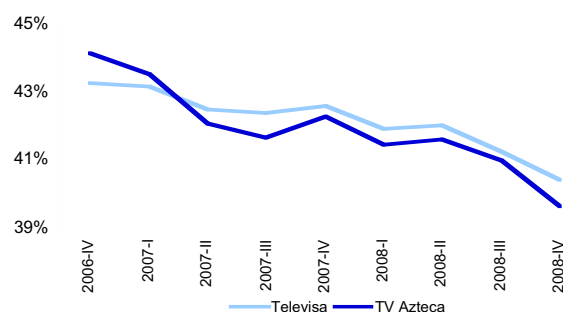
La rentabilidad de las televisoras sigue bajo presión, aunque el nivel sigue siendo atractivo. El ROIC contable (Return on Invested Capital) de TV Azteca es del 18.8%, mientras que el de Televisa es de 17.8% -hace un año se ubicaba en 20.4% en TV Azteca, y en 20.8% en

Televisa. Esta disminución es el resultado conjunto de la disminución en márgenes comentada, y de una disminución continua en rotación de activos: Televisa pasó en cuatro trimestres de 48.7% a 44.1%, y TV Azteca, de 48.7%, a 47.3%.

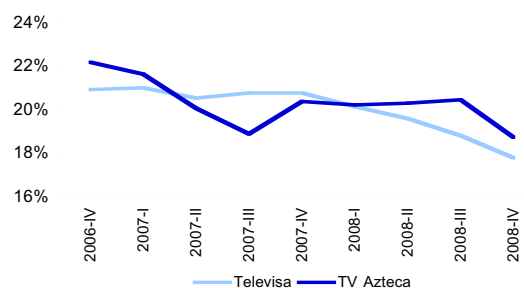
VENTAS 12M / ACTIVOS PROM (ROTACIÓN ACTIVOS)



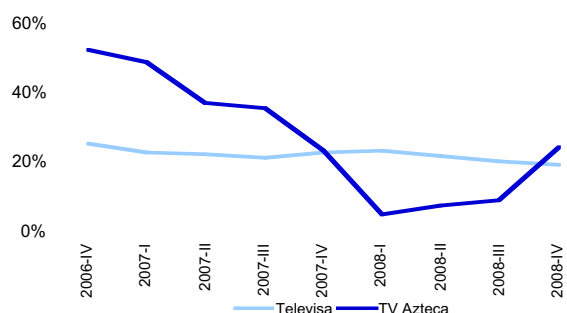
MARGEN EBITDA 12M



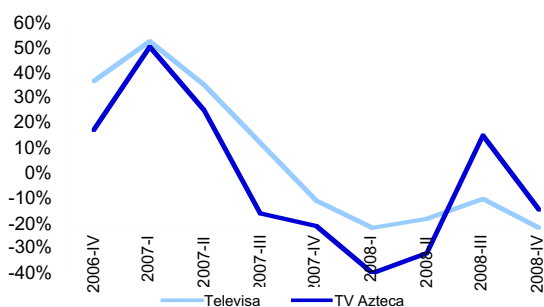
ROIC CONTABLE



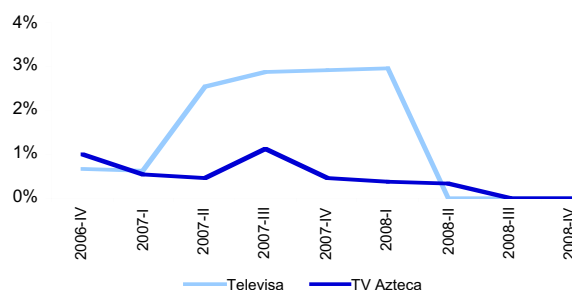
ROE



RENDIMIENTO ACCIONARIO 12M



RENDIMIENTO POR DIVIDENDOS 12M
(DIVIDEND YIELD)



VALUACIÓN

El precio objetivo del CPO al cierre de febrero es de P\$5.25. Los múltiplos para la muestra de comunicación y medios cayeron, el múltiplo VE/UAIDA descontado por riesgo país disminuyó de 4.8x a 4.5x,

mientras que la razón P/VL se ajustó de 1.3x a 1.2x. Durante el mes, el CPO perdió 4.20% de su valor (P\$4.79). De acuerdo con este ejercicio, la apreciación potencial es de 9.68%.

VALUACIÓN POR SUMA DE PARTES DE TV AZTECA (EN MILLONES DE US\$)			
	Entretenimiento		TOTAL
	TV Azteca Producción y Distribución	Azteca America Network & KAZA-TV	
Multiplo Utilizado	VE/UAIDA 2008'4T ⁽¹⁾	P/VL 2008'4T	
UAIDA 12M 4T'08	\$281		
Valor Libros 4T'08		\$154	
Multiplo Value Line 4T'08	4.5	1.2	
Valor de la Empresa EV	\$1,271		
Menos Deuda Neta 4T'08 ⁽²⁾	\$439		
Valor de Mercado (US\$)	\$833	\$184	
Valor de Mercado (P\$)	11,519	2,542	
CPOs en circulación (millones)	2,916	2,916	2,916
Valor del CPO (P\$)	\$4.30	\$0.95	\$5.25
Precio de Mercado CPO (P\$) ⁽³⁾			\$4.79
Apreciación Potencial			9.68%

Para más información por favor visite la sección de valuación de nuestra página corporativa: www.irtvazteca.com

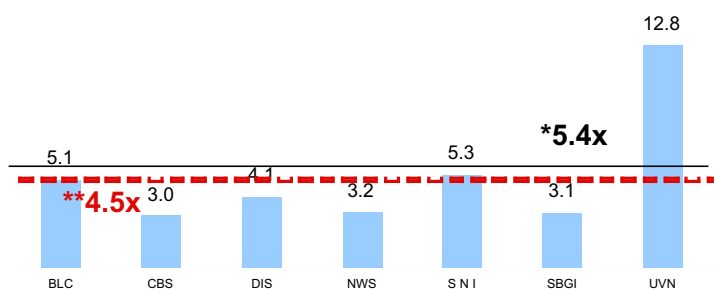
(1) Ajustado por el riesgo país para México en 368 puntos base.

(2) Neto del valor en efectivo de la inversión en Canal 40 (US\$25 millones).

Deuda Neta = Deuda-Efectivo = US\$650.3 millones incluyendo "US\$93.4 millones (pasivo de American Tower)" (Deuda Total) - US\$220.1 millones (Posición en efectivo) = US\$430.2 millones

(3) Al 27 de febrero 2009.

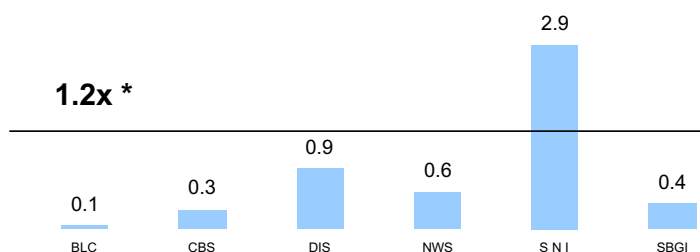
MUESTRA DE ENTRETENIMIENTO
VALOR DE LA EMPRESA / UAIDA (4T'08)



* Promedio ponderado

** Promedio ponderado descontado por riesgo país, incluyendo Televisa

MUESTRA DE ENTRETENIMIENTO
PRECIO / VALOR EN LIBROS (4T'08)



* Promedio ponderado

ESTADOS UNIDOS Y MEDIOS HISPANOS

El ambiente de negocios para la industria de medios y entretenimiento en los EE.UU. es cada vez más hostil. Los sectores que típicamente se anuncian como el de comercio al menudeo, banca y distribución de automóviles ven que sus ventas van a pique y recortan drásticamente su inversión en publicidad. La industria de medios y entretenimiento se ha visto en la necesidad de hacer sus propios recortes. Para muchas empresas el impacto es doble, ya que sus ventas de artículos como CDs, DVDs y otros formatos se han desplomado ante los crecientes niveles de desempleo. La temporada de ventas por anticipado se acer-

ca y se estima que éste podría ser el peor 'upfront' en décadas. Las empresas de televisión abierta y radio enfrentan además un deterioro pronunciado en sus niveles de audiencia debido a la creciente gama de opciones de entretenimiento con que cuenta el consumidor. Esto último no ha afectado tanto a la industria de televisión por cable. Para complicar aún más la situación, en junio se realizará la migración total a televisión digital, apagando la señal analógica, después de un aplazamiento de cuatro meses, y el Sindicato de Actores está considerando irse a huelga, después de la huelga de guionistas del año pasado.

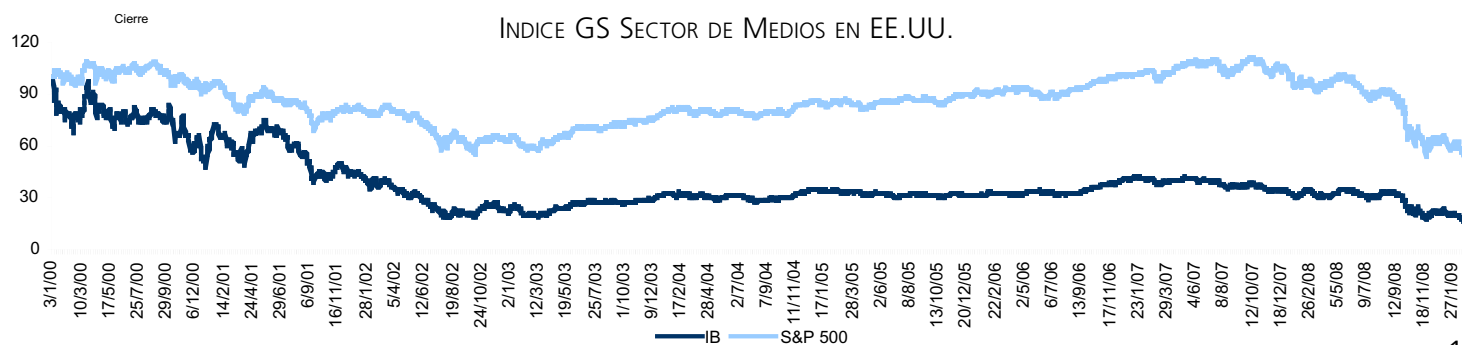
TV AZTECA: RESUMEN DE MERCADOS

	ÚLTIMO	MAXFEB	MINFEB	Δ%1Mo	Δ%3Mo	Δ%12Mo	σ ⁽¹⁾	Δ%2009
TVAZTCA CPO (P\$)	4.79	4.95	4.36	-4.20%	-20.03%	-20.43%	45.85%	-13.85%

COMPARATIVO DE LA INDUSTRIA (US\$, a menos que se exprese)

Televisa CPO	37.31	40.95	35.37	-6.98%	-8.01%	-20.82%	39.44%	-8.62%
Índice Medios GS	16.57	20.79	16.52	-18.68%	-21.44%	-50.18%	44.59%	-25.33%
Belo	0.80	1.55	0.80	-44.06%	-58.55%	-93.20%	115.64%	-48.72%
Disney	16.77	20.62	16.77	-18.91%	-25.53%	-48.26%	47.22%	-26.09%
Time Warner	7.63	9.78	7.35	-18.22%	-15.69%	-51.12%	58.08%	-24.16%
Radio One	0.60	0.63	0.32	-3.23%	11.11%	-52.76%	343.20%	33.33%
Sinclair Bcsting.	1.12	1.81	0.99	-39.46%	-64.56%	-87.87%	110.56%	-63.87%

(1) σ, o sigma representa la volatilidad, una medida de riesgo calculada sobre una muestra mensual de datos diarios, anualizada.





GRUPO SALINAS ES UN CONJUNTO

DE EMPRESAS DINÁMICAS,

DE RÁPIDO CRECIMIENTO

Y A LA VANGUARDIA TECNOLÓGICA,

ENFOCADAS EN CREAR VALOR

ACCIONARIO Y MEJORAR

LA SOCIEDAD A TRAVÉS

DE LA EXCELENCIA. AL HACER DIS-

PONIBLE LA TECNOLOGÍA

PARA CUALQUIER NIVEL SOCIAL,

GRUPO SALINAS FOMENTA

EL DESARROLLO

DE LOS PAÍSES DÓNDE OPERA.



GLOSARIO

Δ% T/T: Cambio porcentual trimestre a trimestre.

Δ% A/A: Cambio porcentual año a año, que es importante porque elimina efectos de estacionalidad.

AUDIENCIA COMERCIAL: La programación de TV Azteca está diseñada para atraer a la audiencia comercial. La audiencia comercial está compuesta por televidentes de segmentos socioeconómicos ABC+, C y D, que representan el 63% de la población en México que controla el 92% del ingreso disponible, sintonizando alguno de los canales 2, 5, 7 y 13.

COSTO DE LA DEUDA: Se calcula como el cociente de los Intereses Pagados del período sobre la Deuda.

COSTO POR PUNTO DE RATING (CPR): El costo de una unidad publicitaria dividido entre el rating promedio de un grupo demográfico específico.

CPO: Certificado de Participación Ordinaria, los CPO's de TV Azteca se componen de tres acciones, uno de cada serie A, D-A y D-L.

DEUDA: Pasivo con Costo Financiero.

DÍAS DE COBRO: Es el número de días que tarda la empresa en promedio en cobrar sus cuentas por cobrar (CxC) y se calcula dividiendo 365 entre la rotación de CxC.

DÍAS DE INVENTARIO: Es el tiempo promedio en días que la empresa tarda en desplazar sus inventarios y se calcula como el cociente de 365 entre la rotación de inventarios.

DÍAS DE PAGO: Es el número de días que tarda la empresa en promedio en pagar sus cuentas por pagar (CxP) y se calcula dividiendo 365 entre la rotación de CxP.

EBITDA: Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization; es decir, utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (UAIIDA).

HOGARES VIENDO TELEVISIÓN (HUT): El porcentaje de hogares en los que sintonizan la televisión a una hora en particular.

HORARIO ESTELAR O PRIMETIME: La franja horaria que atrae el mayor número de audiencia.

INTERCAMBIO O BARTER: El intercambio de bienes y servicios sin que medie del dinero en efectivo. Generalmente es la adquisición de tiempo o espacio en algún medio de comunicación a cambio de mercancía.

PARTICIPACIÓN O SHARE: Participación de la audiencia es el porcentaje de hogares viendo televisión (HUT) o de personas viendo televisión (PUT) que sintonizan un programa.

PARTIDAS VIRTUALES: Partidas contables que no representan erogación o ingreso de efectivo, tales como depreciación, amortización, resultado por posición monetaria (REPOMO) y resultado cambiario (RECAM).

RATING: Es el porcentaje de un grupo poblacional que hace uso de un medio en un momento dado. Generalmente se utiliza para medios de transmisión, pero se puede usar para cualquier medio de comunicación. Un punto de rating equivale a uno por ciento de una audiencia dada.

RAZÓN DE PRECIO A UTILIDADES: Razón P/U. La medida más común de lo barata o cara que está una acción. La razón P/U es equivalente a la capitalización de mercado de la acción, dividida entre su utilidad después de impuestos a lo largo de un periodo de 12 meses, generalmente un periodo conocido, pero ocasionalmente el periodo actual o estimado.

ROA: Return on assets, retorno sobre los activos, se calcula como el cociente de la utilidad neta sobre los activos promedio al cierre del periodo.

ROE: Return on Equity, o retorno sobre el capital contable que se calcula como el cociente de la utilidad neta entre el capital contable promedio al cierre del periodo.

ROIC: Return on Invested Capital; retorno sobre el capital invertido. Se calcula como UAIIDA/ Activos Totales. El ROIC contable se calcula con el valor contable de los activos, mientras que el ROIC normal utiliza el valor de mercado de los mismos (Ver Valor de Capitalización).

UPFRONT: Pago por adelantado, un método para comprar tiempo en televisión con mucha anticipación a la fecha de transmisión de los programas y generalmente por un periodo largo, por ejemplo, de un año.

UTILIDAD EN EFECTIVO: Es la utilidad neta calculada sin tomar en cuenta las partidas virtuales y se calcula como Resultado por posición cambiaria o posición monetaria, Depreciación y Amortización y efectos por cambios en los principios de contabilidad.

VALOR DE CAPITALIZACIÓN: Valor de mercado del capital, se calcula como el producto del precio de la acción y el núm. de acciones en circulación.

VALOR EN LIBROS: Un término contable. El valor en libros de una acción se determina sumando todos los activos de una empresa y luego restando todos sus pasivos y deudas, incluyendo el precio de liquidación de cualesquiera emisiones preferentes. Este resultado luego se divide entre el número de acciones ordinarias en circulación y el resultado es el valor en libros por acción ordinaria. El valor en libros de los activos de una empresa o de un valor puede tener poca relación con su valor de mercado.

CONTACTOS

GRUPO SALINAS

Presidente: Ricardo B. Salinas

CEO: Pedro Padilla

TV AZTECA

CEO: Mario San Román

AZTECA AMERICA

Presidente: Luis J. Echarte

CEO: Adrian Steckel

GRUPO ELEKTRA Y BANCO AZTECA

CEO: Carlos Septién

SEGUROS AZTECA Y AFORE AZTECA

CEO: Alfredo Honsberg

GRUPO IUSACELL

CEO: Gustavo Guzmán

LUIS J. ECHARTE

GS - Director General de Estrategía Financiera
(5255) 1720-5777

BRUNO RANGEL

GS - Director de Relación con Inversionistas
(5255) 1720-9167
jrangelk@gruposalinas.com.mx

ELENA ARCEO

GS - Gerente de Análisis Financiero
(5255) 1720-7000 xt. 72510
mearceo@tvazteca.com.mx

PRODUCIDO POR:



www.signumresearch.com

Sistemas de Información Financieros:

ANTONIO MENDOZA BOTELLO

Diseño:

LINDA GARCIDUEÑAS S.

Este documento, y la información, opiniones, pronósticos y recomendaciones expresadas en él, fue preparado por Grupo Salinas para proporcionar a sus socios, proveedores, clientes y empleados información económica y financiera general en torno a la fecha de emisión del reporte y están sujetos a cambios sin notificación previa. Grupo Salinas no asume la responsabilidad de notificar sobre dichos cambios o cualquier otro tipo de actualización del contenido. Este documento y su contenido no constituyen una oferta, invitación o petición de compra o suscripción de ningún título o instrumento, ni a tomar o abandonar inversiones.

Los documentos de este reporte están basados en información pública que se ha obtenido de fuentes que se consideran fidedignas pero sin ninguna garantía, ni expresan de manera explícita o implícita su exactitud o integridad. Grupo Salinas ni ninguna de sus empresas aceptan responsabilidad alguna por ningún tipo de pérdidas directas o indirectas que pudieran generarse por el uso del presente documento.