

**PARA PUBLICACION INMEDIATA**

**POR TERCER AÑO CONSECUTIVO, GRUPO TELEvisa REPORTO MARGEN RECORD EN EL FLUJO DE EFECTIVO DE OPERACIÓN. MAS DE 6,000 MILLONES DE PESOS PARA 2000; 16.8% MAYOR QUE 1999.**

- *El Margen Récord en el Flujo de Efectivo de Operación alcanzó 29.0% -*
- *Las Ventas Netas de Televisión Abierta se incrementaron un 10.1% -*
- *El flujo de efectivo de operación de televisión abierta se incrementó un 12.6% -*

- En 2000, Grupo Televisa reportó un **flujo de efectivo de operación de \$6,035,486** miles de pesos. Esto representa un incremento de 16.8% en términos reales en comparación con 1999. El margen récord en el flujo de efectivo de operación alcanzó 29.0%, es decir, un incremento de 7 puntos porcentuales en sólo dos años.
- Las **ventas netas** llegaron a \$20,802,813 miles de pesos en 2000, reflejando un **incremento de 6.3%** comparado con el año pasado. El incremento en ventas se atribuye a mayores ingresos de publicidad en Televisión Abierta debido a un mayor volumen de tiempo publicitario vendido, así como un incremento en las tarifas publicitarias.
- Las **ventas netas de Televisión Abierta** fueron de \$12,716,996 miles de pesos en 2000, un incremento de 10.1% con respecto a 1999. Así mismo, **el margen del flujo de efectivo de operación** ha mostrado una tendencia a consolidarse por encima de los niveles del 40%, alcanzando un 43.1% en 2000.
- **Grupo Televisa se ha enfocado en realizar un esfuerzo continuo para reducir los costos. Los gastos de administración disminuyeron 7.0%** en comparación con 1999. La disminución en los gastos de administración fue de \$105,524 miles de pesos. Si los gastos relacionados con Internet no hubieran sido incluidos, la disminución sería de 10.1%.
- Televisa continúa manteniendo su liderazgo de participación del teleauditorio a nivel nacional, logrando una participación entre todas sus cadenas de televisión durante el horario comprendido entre las 6:00 y las 24:00 horas del 75.5% del **teleauditorio a nivel nacional** y en el **horario estelar**, es decir entre las 16:00 y las 23:00 horas obtuvo una participación del 73.7% del teleauditorio a nivel nacional, durante 2000. Adicionalmente, las cadenas de la Compañía transmitieron 48 de los 50 programas de mayor popularidad durante 2000.
- Grupo Televisa obtuvo ingresos **récord por la preventa de tiempo publicitario de televisión** por más de \$1,000 millones de dólares, **lo que demuestra la confianza de nuestros clientes en Televisa.**

**RESULTADOS CONSOLIDADOS**

México, D.F. a 20 de febrero de 2001. - El día de hoy Grupo Televisa S.A. (BMV: TLEVISA CPO; NYSE:TV) dio a conocer los resultados correspondientes al cuarto trimestre y año completo, terminado el 31 de diciembre de 2000.

Los resultados que se acompañan aparecen en miles de pesos, y de acuerdo a los PCGA's (Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados) en México han sido ajustados a pesos con poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2000. De dichos resultados destaca la siguiente información financiera:

	Cuarto trimestre			Doce meses (enero – diciembre)		
	2000	1999	% Cambio	2000	1999	% Cambio
Ventas Netas*	5,996,839	5,927,775	1.2%	20,802,813	19,578,590	6.3%
Costo de Ventas	3,277,838	3,176,672	3.2%	11,854,056	11,427,196	3.7%
Utilidad Bruta	2,719,001	2,751,103	(1.2%)	8,948,757	8,151,394	9.8%
Gastos de Administración	327,743	332,105	(1.3%)	1,406,364	1,511,888	(7.0%)
Gastos de Venta	438,667	516,537	(15.1%)	1,506,907	1,472,591	2.3%
Gastos de Operación	766,410	848,642	(9.7%)	2,913,271	2,984,479	(2.4%)
Flujo de efectivo de operación* <sup>1</sup>	1,952,591	1,902,461	2.6%	6,035,486	5,166,915	16.8%
Utilidad de Operación*	1,680,143	1,603,110	4.8%	4,842,684	4,014,236	20.6%
Costo Integral de Financiamiento	(417,381)	(563,187)	(25.9%)	(977,951)	(1,008,044)	(3.0%)
Utilidad (Pérdida) Neta	701,227	289,074	142.6%	(790,407)	1,159,416	(168.2%)

\* Ver “Resultados por Segmento” para información adicional sobre los resultados de cada segmento.

<sup>1</sup> El flujo de efectivo de operación se define como utilidad de operación antes de la depreciación y amortización.

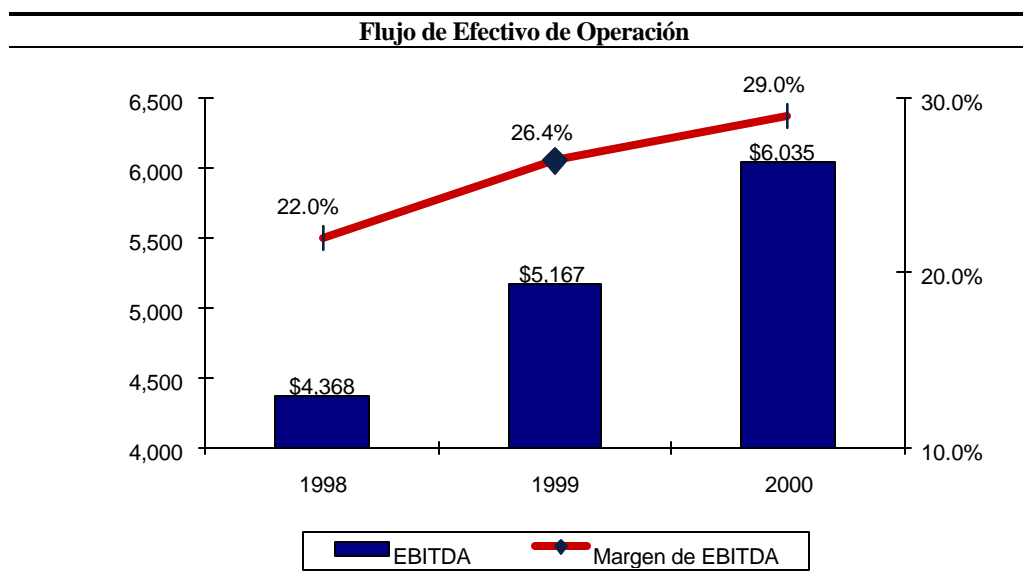
**Las ventas netas** incrementaron 6.3%, llegando a \$20,802,813 miles de pesos durante 2000, en comparación con los \$19,578,590 miles de pesos del mismo período de 1999. El incremento en ventas se debió principalmente a mayores ingresos de publicidad en Televisión Abierta, debido a un mayor volumen de tiempo publicitario vendido y un incremento en las tarifas publicitarias, así como mayores ingresos provenientes de los segmentos de Programación para Televisión Restringida, Licencias de Programación, Radio, Televisión por Cable y Distribución de Publicaciones. Este incremento fue parcialmente compensado por una disminución en los ingresos del segmento de Discos, menores ventas de publicidad del segmento de Editoriales y menores ingresos del negocio de mensajes electrónicos personalizados. Para información adicional con relación a los resultados por segmento ver -“Resultados por Segmentos”. **En el cuarto trimestre** las ventas netas incrementaron 1.2%, llegando a \$5,996,839 miles de pesos en comparación con los \$5,927,775 miles de pesos del mismo período de 1999, debido principalmente a mayores ingresos de publicidad en Televisión Abierta. Este incremento fue parcialmente compensado por una disminución en los ingresos de los segmentos de Discos, Editoriales, Distribución de Publicaciones y en el negocio de mensajes electrónicos personalizados.

**El costo de ventas** aumentó 3.7%, llegando a \$11,854,056 miles de pesos durante 2000, en comparación con los \$11,427,196 miles de pesos del mismo período de 1999. Este incremento se debió a mayores costos de programación en el segmento de Televisión Abierta, así como mayores costos de venta en los segmentos de Televisión por Cable y Distribución de Publicaciones, así como en Internet y por la transmisión del fútbol soccer y otros eventos deportivos. Este incremento fue parcialmente compensado por la disminución en los costos de venta en los segmentos de Discos, Programación para Televisión Restringida, Licencias de Programación y en el negocio de mensajes electrónicos personalizados. **En el cuarto trimestre** el costo de ventas aumentó 3.2%, llegando a \$3,277,838 miles de pesos en comparación con los \$3,176,672 miles de pesos del mismo periodo de 1999. Este incremento se debió principalmente a mayores costos de programación en Televisión Abierta y a un aumento en el costo de ventas en el portal horizontal de Internet y en Televisión por

Cable. Este incremento fue parcialmente compensado por menores costo de ventas en Editoriales, Distribución de Publicaciones y Radio, así como en el negocio de mensajes electrónicos personalizados.

**Los gastos de operación** disminuyeron \$71,208 miles de pesos, reflejando una disminución de 2.4% durante 2000, a \$2,913,271 miles de pesos en comparación con los \$2,984,479 miles de pesos registrados en el mismo período de 1999. Esta disminución se debió principalmente a la reducción de gastos de administración, los cuales disminuyeron 7.0% en 2000 llegando a \$1,406,364 miles de pesos, en comparación con los \$1,511,888 miles de pesos en 1999, principalmente por disminuciones relacionadas con costos de personal. Este decremento fue parcialmente compensado por un incremento en los gastos de venta, derivado de un incremento en la provisión de cuentas incobrables y en las comisiones sobre ventas. **En el cuarto trimestre**, los gastos de operación disminuyeron 9.7% para llegar a \$766,410 miles de pesos en comparación con los \$848,642 miles de pesos durante el mismo período de 1999. Esta disminución se debe a menores gastos de venta, por una reducción en cuentas incobrables y menores gastos de administración.

**El flujo de efectivo de operación** durante 2000 aumentó 16.8%, alcanzando \$6,035,486 miles de pesos en comparación con \$5,166,915 miles de pesos reportado en 1999. El margen del flujo de efectivo de operación mejoró a 29.0% en comparación con el margen reportado en el mismo periodo de 1999, de 26.4%, debido al incremento reflejado en las ventas netas y la reducción en los gastos de administración, como consecuencia de los esfuerzos adicionales para reducir costos y gastos. **En el cuarto trimestre**, el flujo de efectivo de operación aumentó 2.6% a \$1,952,591 miles de pesos en comparación con los \$1,902,461 miles de pesos reportados en el mismo periodo de 1999. Adicionalmente el margen del flujo de efectivo de operación se incrementó a 32.6% de 32.1% en el cuarto trimestre de 2000 y 1999, respectivamente.



\* Nota: Millones de pesos ajustados al 31 de diciembre de 2000.

**La utilidad de operación** se incrementó 20.6% a \$4,842,684 miles de pesos en 2000, comparado con los \$4,014,236 miles de pesos en el mismo periodo de 1999. El margen de operación se incrementó a 23.3% en 2000 en comparación con 20.5% reportado en el mismo periodo de 1999. Estos incrementos se deben principalmente al incremento en las ventas netas y a la reducción de los gastos de administración. **En el cuarto trimestre de 2000**, la utilidad de operación aumentó 4.8% a \$1,680,143 miles de pesos, en comparación con los \$1,603,110 miles de pesos reportados en el mismo periodo de 1999.

**El costo integral de financiamiento** disminuyó \$30,093 miles de pesos, representando 3.0% a una pérdida de \$977,951 miles de pesos en 2000, en comparación con una pérdida de \$1,008,044 miles de pesos reportados en el mismo periodo del año anterior. Esta variación se debió principalmente al decremento de los intereses pagados por la cantidad de \$72,448 miles de pesos, como consecuencia de la reestructura de la deuda denominada en moneda extranjera y por un incremento en los intereses ganados por un monto de \$72,448 miles de pesos. Estas variaciones fueron parcialmente compensadas por un incremento en la pérdida en cambios relacionada con nuestros activos y pasivos en moneda extranjera y una mayor pérdida por posición monetaria.

**Las partidas especiales** representaron una pérdida de \$1,839,933 miles de pesos en 2000, principalmente relacionadas con los costos incurridos por el refinanciamiento de la deuda *Senior* de largo plazo en el segundo trimestre de 2000. Ver “Otra información relacionada-Deuda.”

**Otros gastos / productos neto** refleja una pérdida de \$500,296 miles de pesos en 2000, principalmente debido a la amortización y la cancelación del crédito mercantil, pérdidas relacionadas con la venta de inmuebles, provisiones de inventarios obsoletos, servicios de asesoría legal y financiera y la amortización de los costos incurridos en las inversiones de DTH de la Compañía. En 1999 se reflejó un producto de \$697,305 principalmente por la ganancia de la venta de las acciones de Univision por aproximadamente \$1,949,740 miles de pesos, parcialmente compensada por la amortización y la cancelación del crédito mercantil, provisiones de inventarios obsoletos, servicios de asesoría legal y por la amortización de los costos incurridos en las inversiones de DTH de la Compañía.

**La participación en los resultados de afiliadas** incrementó a una pérdida de \$1,756,812 miles de pesos durante 2000, en comparación con una pérdida de \$762,351 miles de pesos del mismo período de 1999. Este incremento reflejó principalmente (1) la utilidad por el reconocimiento de un método de ganancia de capital de los *warrants* de Univision convertidos a acciones en 1999 por \$397,062 miles de pesos; (2) un incremento en las pérdidas relacionadas en la asociación de DTH en México, que incluye partidas especiales por aproximadamente \$258,430 miles de pesos, para cubrir el costo de la doble iluminación por la utilización de dos satélites, en el tiempo que se reorientan las antenas de los subscriptores y se cambian las operaciones a un nuevo satélite, y (3) mayores pérdidas de las asociaciones de DTH en América Latina y España, por \$216,183 miles de pesos.

**Operaciones discontinuadas.** Durante 1999, este renglón refleja las pérdidas operativas de otros negocios discontinuados, los cuales se dedicaban principalmente a la producción de obras teatrales, la promoción de corridas de toros y la venta de productos de consumo.

**Interés minoritario** refleja la porción de los resultados de operación atribuibles a los intereses en posesión de terceros, de los negocios en que Televisa no es propietaria de su totalidad, incluyendo Editoriales hasta septiembre de 2000, Televisión por Cable y el negocio de mensajes electrónicos personalizados. El interés minoritario de la Compañía fue de \$174,879 miles de pesos en 2000, en comparación con \$235,885 miles de pesos del mismo período de 1999. Esta disminución se debe principalmente a la adquisición del 35% del interés minoritario en el segmento de Editoriales, en el cuarto trimestre de 2000.

En 2000 la Compañía tuvo una **pérdida neta** de \$790,407 miles de pesos, comparado con una utilidad neta de \$1,159,416 miles de pesos del mismo período de 1999. Esta variación por \$1,949,823 miles de pesos, se debe principalmente a:

- un incremento en las partidas especiales por \$1,349,938 miles de pesos,
- un incremento en otros gastos / producto neto de \$1,197,601 miles de pesos,
- un incremento en la participación en los resultados de afiliadas por \$994,461.

Esta disminución fue parcialmente compensada por una disminución en el costo integral de financiamiento, impuestos sobre la renta y diferidos, operaciones discontinuadas, interés minoritario y por un incremento en la utilidad de operación.

**RESULTADOS POR SEGMENTO**

Las siguientes tablas presentan las ventas netas, el flujo de efectivo de operación (EBITDA) y la utilidad (pérdida) de operación por cada uno de los segmentos de negocios de la Compañía:

<b>Ventas Netas</b>		<b>Doce meses (enero-diciembre)</b>			<b>Porcentaje de contribución</b>
		<b>2000</b>	<b>1999</b>	<b>% Cambio</b>	<b>Al total de ventas netas</b>
Televisión Abierta	Ps.	12,716,996 Ps.	11,554,981	10.1%	60.4%
Programación para Televisión Restringida		475,328	442,643	7.4%	2.3%
Licencias de Programación		1,462,802	1,248,593	17.2%	6.9%
Editoriales		1,576,247	1,633,112	(3.5%)	7.5%
Distribución de Publicaciones		865,372	824,046	5.0%	4.1%
Discos		1,243,486	1,407,100	(11.6%)	5.9%
Televisión por Cable		893,606	757,293	18.0%	4.2%
Radio		338,966	310,208	9.3%	1.6%
Otros Negocios*		1,497,363	1,467,039	2.1%	7.1%
Segmentos		21,070,166	19,645,015	7.3%	100.0%
Operaciones Intersegmentos**		(350,683)	(270,745)	(29.5%)	
Operación Periódico***		83,330	204,320	(59.2%)	
<b>Total de Ventas Netas</b>	<b>Ps.</b>	<b>20,802,813 Ps.</b>	<b>19,578,590</b>	<b>6.3%</b>	

**EBITDA**

		<b>Doce meses (enero – diciembre)</b>				
		<b>2000</b>	<b>Margen</b>	<b>1999</b>	<b>Margen</b>	<b>% Cambio</b>
Televisión Abierta	Ps.	5,477,431	43.1%	Ps. 4,864,453	42.1%	12.6%
Programación para Televisión Restringida		(336,785)	(70.9%)	(446,555)	(100.9%)	24.6%
Licencias de Programación		359,835	24.6%	99,453	8.0%	261.8%
Editoriales		350,665	22.2%	373,095	22.8%	(6.0%)
Distribución de Publicaciones		51,701	6.0%	31,963	3.9%	61.8%
Discos		125,260	10.1%	183,143	13.0%	(31.6%)
Televisión por Cable		227,636	25.5%	222,414	29.4%	2.3%
Radio		68,371	20.2%	41,425	13.4%	65.0%
Otros Negocios*		(155,186)	(10.4%)	(54,083)	(3.7%)	(186.9%)
Gastos Corporativos		(130,991)	--	(141,941)	--	(7.7%)
EBITDA de segmentos		6,037,937	28.7%	5,173,367	26.3%	16.7%
Operación Periódico***		(2,451)	--	(6,452)	--	62.0%
<b>EBITDA Consolidado</b>	<b>Ps.</b>	<b>6,035,486</b>	<b>29.0%</b>	<b>Ps. 5,166,915</b>	<b>26.4%</b>	<b>16.8%</b>

\*Incluye Operaciones de Internet.

\*\* Operaciones Intersegmentos. Para efectos de reporte por segmento, los ingresos intersegmentos están incluidos en cada uno de los segmentos.

\*\*\* Operación Periódico refleja principalmente los resultados de operación del periódico Ovociones.

Utilidad de Operación (Pérdida)		Doce meses (enero – diciembre)					
		2000	Margen	1999	Margen	%	
						Cambio	
Televisión Abierta	Ps.	4,677,121	36.8%	Ps.	4,019,644	34.8%	16.4%
Programación para Televisión Restringida		(368,691)	(77.6%)		(497,003)	(112.3%)	25.8%
Licencias de Programación Editoriales		347,656	23.8%		87,685	7.0%	296.5%
Distribución de Publicaciones		317,766	20.2%		340,230	20.8%	(6.6%)
Discos		39,577	4.6%		19,560	2.4%	102.3%
Televisión por Cable		121,032	9.7%		178,658	12.7%	(32.3%)
Radio		151,382	16.9%		158,420	20.9%	(4.4%)
Otros Negocios*		46,386	13.7%		17,346	5.6%	167.4%
Utilidad de Operación por Segmento		(350,629)	(23.4%)		(149,417)	(10.2%)	(134.7%)
Gastos Corporativos		4,981,600	23.6%		4,175,123	21.3%	19.3%
Utilidad de Operación Total		(130,991)	--		(141,941)	--	(7.7%)
Operación Periódico**		4,850,609	23.4%		4,033,182	20.5%	20.3%
		(7,925)	--		(18,946)	--	58.2%
Utilidad de Operación Consolidada	Ps.	4,842,684	23.3%	Ps.	4,014,236	20.5%	20.6%

\* Incluye Operaciones de Internet.

\*\* Operación Periódico refleja principalmente los resultados de operación del periódico Ovaciones.

### Televisión Abierta

El incremento de 10.1% en las ventas de Televisión Abierta es atribuible a varios factores incluyendo, mayores ingresos por la venta de publicidad dado un mayor volumen de tiempo publicitario vendido debido principalmente a mayores ingresos por las campañas publicitarias de los partidos políticos para las elecciones locales y federales y los “Juegos Olímpicos de Sydney 2000” así como por un incremento en las tarifas de publicidad, como parte de los cambios del plan de ventas de la Compañía.

La utilidad de operación de Televisión Abierta durante 2000, se incrementó 16.4% como resultado de mayores ingresos y la disminución en los gastos de administración como parte del programa de reducción de costos y gastos de la Compañía. Este incremento fue parcialmente compensado por mayores costos de venta debido a mayores costos de transmisión y por costos de programación adicionales relacionados con telenovelas, noticieros, series y películas y eventos especiales (principalmente “Juegos Olímpicos de Sydney 2000”), así como un incremento en los gastos de venta como resultado de la reestructuración de la fuerza de ventas de la Compañía y un incremento en la provisión de cuentas incobrables.

### Programación para Televisión Restringida

El incremento en ventas de Programación para Televisión Restringida de 7.4%, se debió principalmente al incremento en la venta de tiempo publicitario y a un mayor volumen de servicios de programación vendidos en el mercado nacional e internacional. Este incremento fue parcialmente compensado por menores ingresos recibidos por la venta de “Pago por Evento”.

La pérdida de operación de Programación para Televisión Restringida disminuyó 25.8%, debido principalmente a un incremento en las ventas netas, menores costos de producción relacionados con “ECO”, menores costos relacionados con series y películas, así como el decremento en los gastos de administración.

### Licencias de Programación

El incremento en las ventas de Licencias de Programación de 17.2% se debió principalmente al incremento en las regalías pagadas a la Compañía por Univision, de conformidad con el Contrato de Programación bajo Licencia con Univision y al incremento en las ventas netas por la exportación de programación a países de América Latina, Asia y África. Este incremento fue parcialmente compensado por el efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera.

La utilidad de operación de Licencias de Programación tuvo un aumento de 296.5%, reflejando un incremento en las ventas netas y una reducción en los gastos de operación y en el costo de ventas, como parte del programa de reducción de costos y gastos de la Compañía.

### **Editoriales**

El decremento de 3.5% en las ventas de Editoriales durante 2000 (excluyendo el efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera, el decremento sería de 0.5%), se debió principalmente a un menor volumen de revistas vendidas en el mercado internacional, por el efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera, y por un menor volumen de páginas de publicidad vendidas en el mercado internacional. Esta disminución fue parcialmente compensada por un mayor volumen de páginas de publicidad vendidas, así como por el incremento en el volumen de revistas vendidas en el mercado nacional.

La utilidad de operación de Editoriales disminuyó 6.6%, reflejando el decremento en las ventas netas, así como el incremento en el costo de ventas como resultado de una mayor circulación de revistas en el mercado nacional, así como un aumento en el volumen de revistas impresas en México. Esta disminución fue parcialmente compensada por la disminución de gastos de operación debido al programa de reducción de costos y gastos de la Compañía.

### **Distribución de Publicaciones**

El incremento del 5.0% en las ventas de Distribución de Publicaciones durante 2000, se debió principalmente al aumento en las ventas netas por mayor distribución de revistas publicadas por terceros en el mercado nacional. Este incremento fue parcialmente compensado por menores ventas de distribución de revistas publicadas por terceros en el mercado internacional, así como por el efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera.

La utilidad de operación de Distribución de Publicaciones se incrementó 102.3%, como resultado del incremento en las ventas netas y menores gastos de operación como parte del programa de reducción de costos y gastos de la Compañía. Este incremento fue parcialmente compensado por el incremento en el costo de ventas debido a un mayor volumen de revistas publicadas por terceros.

### **Discos**

El decremento en las ventas de Discos de 11.6% (excluyendo el efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera, el decremento sería de 7.0%) se debió principalmente a menores ventas netas de unidades de catálogo en el mercado internacional y lanzamientos en el mercado nacional. Este decremento fue parcialmente compensado por el incremento en los lanzamientos en el mercado internacional.

La utilidad de operación de Discos disminuyó 32.3%, reflejando una reducción en unidades de catálogo y lanzamientos. Estas variaciones fueron parcialmente compensadas por una disminución en los costos de producción y promociones de discos.

### **Televisión por Cable**

El incremento de 18.0% en las ventas de Televisión por Cable durante 2000, se debió principalmente al aumento en el número de subscriptores del servicio básico a más de 403,000 al 31 de diciembre de 2000, en comparación con los 390,000 al 31 de diciembre de 1999, y del lanzamiento del servicio digital a través de nuevos decodificadores. Este incremento fue parcialmente compensado por menores ingresos de la venta de publicidad.

La utilidad de operación de Televisión por Cable disminuyó 4.4%, como resultado del incremento en los costos de venta, dado mayores costos por señal, así como mayores gastos de operación asociado con un incremento en la provisión de cuentas incobrables y otros costos relacionados con los servicios y señales digitales.

### **Radio**

El incremento de 9.3% en las ventas de Radio durante 2000, se debió principalmente a mayor tiempo publicitario vendido.

La utilidad de operación de Radio se incrementó 167.4%, como resultado de mayores ventas netas y la reducción de gastos de operación como parte del programa de reducción de costos y gastos de la Compañía.



## Otros Negocios

El incremento de 2.1% en las ventas netas de Otros Negocios durante 2000, se debió principalmente a mayores ingresos publicitarios provenientes de eventos de fútbol, por participación en torneos internos de nuestros equipos de fútbol, un aumento en la distribución de películas de largometraje y por las ventas del portal horizontal de Internet, EsMas. Este incremento fue parcialmente compensado por menores ingresos de nuestro negocio de mensajes electrónicos personalizados y de doblaje.

La pérdida de operación de Otros Negocios aumentó 134.7%, debido principalmente a mayores costos relacionados con la puesta en operación del portal horizontal de Internet, EsMas, así como mayores costos relacionados con eventos deportivos. Este incremento fue parcialmente compensado por una reducción en el costo de ventas del negocio de mensajes electrónicos personalizados y menores gastos en la distribución de películas de largometraje.

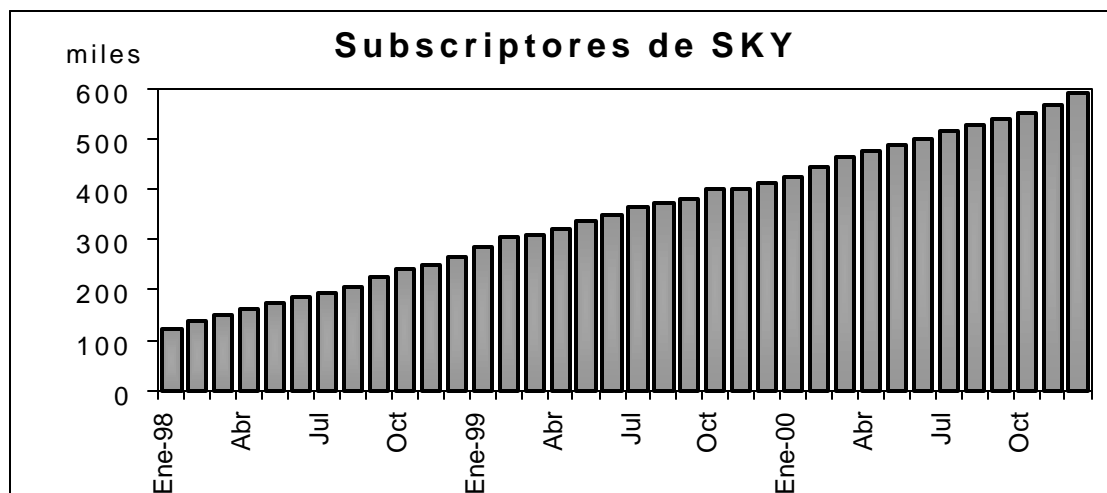
## Internet

En mayo de 2000 lanzamos EsMas.com, un portal horizontal de Internet de habla hispana. Parte de su estrategia es convertirse en el líder del mercado de habla hispana. EsMas.com posee el extenso y exclusivo contenido de Televisa en noticias, deportes, música, editoriales y entretenimiento, y ofrece una variedad de servicios, incluyendo correo electrónico, buscadores, *chats* y comercio electrónico. La inversión total de EsMas.com ha sido de 76.4 millones de dólares. En diciembre 2000 *Alexa* ubicó a EsMas.com como el cuarto sitio de Internet en México. En sólo 8 meses de operación EsMas.com se ha posicionado como uno de los portales líderes en México, con más de 5 millones de visitantes mensuales y 375,000 usuarios registrados y más de 150,000 visitantes únicos.

## Información sobresaliente del Cuarto Trimestre de 2000, por segmento del negocio

En el cuarto trimestre de 2000, las ventas netas se incrementaron 1.2% debido a mayores ingresos por la venta de publicidad en Televisión Abierta. Las ventas totales de Televisión Abierta se incrementaron 6.0% en comparación con el cuarto trimestre de 1999. Este incremento fue parcialmente compensado por menores ingresos de los segmentos de Discos y Editoriales. El flujo de efectivo de operación aumentó 2.6% en el cuarto trimestre de 2000, debido a un incremento en Televisión Abierta de 7.3%, el cual fue parcialmente compensado por la disminución en los segmentos de Discos, Editoriales, Licencias de Distribución, Televisión por Cable y por las operaciones de nuestro portal de Internet. La utilidad de operación aumentó 10.7% en Televisión Abierta, comparado con el cuarto trimestre de 1999.



**SERVICIOS DE TELEVISIÓN DIRECTA AL HOGAR VÍA SATÉLITE**

El servicio de televisión directa al hogar vía satélite (“DTH”) de la Compañía ha mantenido un crecimiento en el número de subscriptores. Durante 2000, Innova incrementó en 180,000 su base de subscriptores, terminando el año con más de 590,000 subscriptores activos, comparado con los 410,000 subscriptores, al 31 de diciembre de 1999. Al 31 de diciembre de 2000 el servicio de DTH en México transmitía 164 canales digitales de audio y video. La Compañía atribuye este fuerte crecimiento a la exclusiva programación que provee Grupo Televisa, a los eventos especiales y a su extensa red de distribución.

**PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

Al 31 de diciembre de 2000, la Compañía había recibido depósitos por preventa relacionados exclusivamente a la venta de tiempo publicitario de Televisión por aproximadamente \$9,632.3 millones de pesos (nominales), representando \$1,002.3 millones de dólares, al tipo de cambio del 31 de diciembre de 2000. Los depósitos por preventa de televisión, representan un incremento de aproximadamente 23.3% en términos nominales y de 11.7% en términos reales, en comparación con las cifras al 31 de diciembre de 1999. En términos de dólares el incremento fue de 21.9%.

Se recibieron aproximadamente 53.6% de los depósitos por preventa en forma de documentos de corto plazo que no devengan intereses, con un vencimiento promedio de 3.6 meses, mientras que el resto fue recibido en efectivo. En comparación, el 31 de diciembre de 1999 se recibieron el 58.2% de los depósitos en documentos de corto plazo, con un vencimiento promedio de 2.8 meses, mientras que el resto fue recibido en efectivo.

**OTRA INFORMACIÓN RELACIONADA****Inversiones de Capital, Adquisiciones e Inversiones.**

Las inversiones de la Compañía en inmuebles, planta y equipo durante 2000, ascendieron a \$150 millones de dólares, las cuales fueron destinadas a la adquisición de equipo técnico, de transmisión y de cómputo. Adicionalmente, durante 2000 la Compañía invirtió para el desarrollo de sus servicios de DTH aproximadamente \$108 millones de dólares en la forma de aportaciones de capital por un monto de \$59 millones de dólares y \$49 millones de dólares en préstamos de largo plazo.

### Adquisición de un Interés Minoritario

En agosto de 2000, la Compañía celebró un convenio mediante el cual Televisa adquiriría de un accionista minoritario el 35% de Editorial Televisa, S.A. de C.V. ("Editorial Televisa"), la principal subsidiaria del segmento Editorial de la Compañía. Esta adquisición fue aprobada por los accionistas el 19 de octubre de 2000, y se llevó a cabo mediante la realización de una serie de transacciones relacionadas, lo que resultó en:

- a) La cancelación de 309,921,737 acciones, compuestas por 137,000,000 acciones Serie "A", no negociables como unidades de CPOs, y 172,921,737 acciones adicionales en la forma de 57,640,579 CPOs. Estas acciones forman parte de las acciones recompradas por la Compañía durante los últimos dos años.
- b) Televisa emitirá a favor de dicho accionista minoritario 172,921,737 acciones en la forma de 57,640,579 CPOs.
- c) La fusión de la Compañía con la subsidiaria de participación mayoritaria, Editorial Televisa, siendo la Compañía la entidad fusionante. Asimismo Televisa adquirió todas las acciones propiedad de un accionista minoritario, de Editorial Televisa.

### Desinversiones

En julio de 2000, la Compañía vendió tanto su participación accionaria en Pegaso y los activos netos relacionados con las operaciones del periódico Ovaciones, en conjunto con una serie de transacciones relacionadas con el cambio en la estructura accionaria de Grupo Televisión, la compañía controladora de Grupo Televisa. Con relación a estas transacciones, que fueron completadas en el tercer trimestre de 2000, la Compañía vendió:

- a) Su participación accionaria en Pegaso por \$126 millones de dólares; de tal forma que recibió 58,238,668 acciones Serie "A" de la Compañía y \$66.6 millones de dólares en efectivo. Las acciones Serie "A" fueron valuadas en aproximadamente \$60 millones de dólares, utilizando el precio de cierre del GDS del día previo de esta negociación. Estas acciones Serie "A" fueron aprobadas para cancelarse el 19 de octubre de 2000.
- b) Su participación de Ovaciones por la cantidad de \$25 millones de dólares en efectivo.
- c) La ganancia neta antes de impuestos de estas ventas fue de \$79,793 miles de pesos.

### Deuda

Al 31 de diciembre de 2000, la deuda de la Compañía a largo plazo fue de \$10,873,091 miles de pesos, y la deuda de corto plazo fue de \$345,711 miles de pesos, en comparación con \$9,491,395 miles de pesos y \$857,452 miles de pesos respectivamente, al 31 de diciembre de 1999.

Durante el segundo trimestre de 2000, la Compañía consumó el refinanciamiento de su deuda. Referente a este refinanciamiento, la Compañía:

- a) Canceló aproximadamente el 88% de su deuda *Senior* a largo plazo (incluyendo aquellos títulos en posesión de terceros por cuenta de la Compañía) y eliminó sustancialmente las distintas restricciones en relación con esta deuda.
- b) Emitió en el mercado mexicano \$3,000 millones de pesos en forma de documentos denominados en UDIS, con vencimiento en 2007.
- c) Incurrió en \$400 millones de dólares en deuda, bajo los términos de un crédito sindicado con bancos comerciales internacionales, con vencimiento en 2003.

En 2000, la Compañía concluyó exitosamente el refinanciamiento de su crédito denominado en pesos por \$610.5 millones de pesos, el cual hubiera vencido en agosto de 2000. Bajo dicho refinanciamiento, la Compañía

pagará el principal de este crédito trimestralmente, comenzando en octubre de 2000, hasta julio de 2004, con una tasa anual de interés de TIE más 45 puntos base, pagaderos mensualmente.

Durante el tercer trimestre de 2000, la Compañía concluyó exitosamente la colocación de Documentos por Pagar a largo plazo por \$200 millones de dólares con vencimiento en el año 2005. La tasa de interés anual de estos Documentos, es de 8 5/8%, y el precio de colocación fue 99.5%. Los Documentos fueron emitidos con un diferencial de +260 puntos base sobre los Bonos del Tesoro de Estados Unidos, o +18 puntos base sobre las UMS'06.

## **FUSIÓN CON GRUPO ACIR**

Durante diciembre de 2000, la Comisión Federal de Competencia ("CFC"), negó la autorización para realizar la fusión entre Grupo Acir Comunicaciones, S.A. de C.V. ("Grupo Acir") y Sistema Radiópolis, S.A. de C.V. ("Radiópolis"), subsidiaria de Grupo Televisa. En este sentido, Televisa y Grupo Acir promovieron un recurso de reconsideración ante la CFC. En caso que éste sea decidido adversamente, se promoverá un juicio de amparo ante los tribunales competentes.

## **NUEVOS NOMBRAMIENTOS**

Televisa nombró el día de hoy a José Bastón como Vicepresidente Corporativo de Televisión. El Sr. Bastón ha trabajado con Grupo Televisa por más de 12 años, ocupando recientemente el puesto de Vicepresidente de Operaciones. En su nuevo puesto, el Sr. Bastón mantendrá sus responsabilidades actuales y se encargará de la Producción, Programación y Ventas de todas las estaciones de televisión de la Compañía. El señor Bastón le reportará al señor Emilio Azcárraga Jean, Presidente del Consejo de Administración y Presidente Ejecutivo.

El señor Bastón se hará cargo de las responsabilidades que tenía Jaime Dávila, quien deja su posición como Vicepresidente Ejecutivo de Operaciones para concentrar sus esfuerzos en el desarrollo de nuevos negocios fuera de México, con los Estados Unidos como su base de operaciones. El señor Dávila, que permanece como Vicepresidente de la Compañía, continuará siendo miembro del Consejo y mantendrá una oficina en la ciudad de México.

Televisa le da la bienvenida a Alberto Islas. El Lic. Islas tiene estudios en Economía y una Maestría en Ciencia Política por el MIT, y más de 8 años de experiencia en promover inversiones en México, en áreas como, la agricultura, telecomunicaciones, aviación, entre otras. Hoy en día, el Licenciado Islas será Director de Relaciones Bursátiles en Televisa.

Grupo Televisa, S.A., es la compañía de medios de comunicación más grande en el mundo de habla hispana. A través de sus subsidiarias y asociaciones estratégicas, produce y transmite programas de televisión; programación para televisión restringida; distribuye programas de televisión para el mercado nacional e internacional; desarrolla y opera servicios de televisión directa al hogar vía satélite; editoriales y distribución de publicaciones; produce y distribuye discos; presta servicios de televisión por cable; produce y transmite programas de radio; promueve espectáculos deportivos y eventos especiales; presta servicios de mensajes electrónicos personalizados (paging); produce y distribuye películas; y presta servicios de doblaje y subtítulo, y opera un portal horizontal de Internet. Grupo Televisa tiene también participación accionaria en Univision, la empresa de televisión de habla hispana más importante de los Estados Unidos de América.

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

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

###

**Información a Inversionistas:**

**En México:**

**Alberto Islas**  
Grupo Televisa, S.A.  
Av. Vasco de Quiroga No. 2000  
Colonia Santa Fe  
01210 México, D.F.  
(525) 261-2000

**En el Extranjero:**

**Adam Miller/Robert Malin**  
The Abernathy MacGregor Frank  
501 Madison Avenue  
New York, NY 10022  
(212) 371-5999

## GRUPO TELEvisa, S.A.

## BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2000 Y AL 31 DE DICIEMBRE DE 1999

(En miles de pesos con poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2000)

ACTIVO

	2000 (No Auditado)	1999 (Auditado)
Circulante:		
Disponible:		
Efectivo	\$ 1,057,333	\$ 1,407,354
Inversiones temporales	<u>6,567,259</u>	<u>5,237,643</u>
	7,624,592	6,644,997
 Documentos y cuentas por cobrar a clientes-neto	8,142,895	8,423,277
 Otras cuentas y documentos por cobrar-neto	718,478	495,925
 Cuentas corrientes de compañías afiliadas y relacionadas-neto	378,468	487,314
 Inventarios	8,391,193	8,765,258
 Otros activos	<u>566,164</u>	<u>519,115</u>
Suma el activo circulante	25,821,790	25,335,886
 Documentos por cobrar a clientes largo plazo	--	81,088
 Documentos y cuentas por cobrar a largo plazo	103,381	118,287
 Inversiones	301,022	1,335,209
 Inmuebles, planta y equipo-neto	12,586,676	13,084,384
 Marcas comerciales-neto	353,198	381,543
 Crédito mercantil-neto	2,618,566	3,575,057
 Activo diferido-neto	2,613,528	2,422,853
 Otros activos	<u>655,843</u>	<u>760,819</u>
Suma el activo	<u>\$ 45,054,004</u>	<u>\$ 47,095,126</u>

## GRUPO TELEvisa, S.A.

## BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2000 Y AL 31 DE DICIEMBRE DE 1999

(En miles de pesos con poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2000)

PASIVO

	2000 (No Auditado)	1999 (Auditado)
A corto plazo:		
Créditos bancarios	\$ 288,831	\$ 801,378
Otros documentos por pagar	56,880	56,074
Proveedores	2,219,344	2,235,420
Impuestos por pagar	561,301	870,060
Intereses por pagar	186,603	75,165
Otros pasivos acumulados	<u>973,271</u>	<u>1,338,392</u>
Suma el pasivo a corto plazo	<u>4,286,230</u>	<u>5,376,489</u>
A largo plazo:		
Créditos bursátiles	6,092,525	9,085,300
Créditos bancarios	4,708,801	341,643
Otros documentos por pagar	71,765	64,452
Otros créditos	<u>524,987</u>	<u>895,125</u>
Suma el pasivo a largo plazo	<u>11,398,078</u>	<u>10,386,520</u>
Créditos diferidos:		
Depósitos de clientes	<u>9,922,724</u>	<u>8,802,588</u>
Otros pasivos:		
Impuestos Diferidos	<u>1,919,904</u>	<u>--</u>
Suma el pasivo	<u>27,526,936</u>	<u>24,565,597</u>

CAPITAL CONTABLE

Capital contribuido:		
Capital social, sin valor nominal:		
Autorizado y emitido	7,032,996	7,002,870
Recomprado	<u>(411,178)</u>	<u>(325,272)</u>
En circulación	6,621,818	6,677,598
Prima en colocación de acciones	<u>296,287</u>	<u>6,449</u>
	<u>6,918,105</u>	<u>6,684,047</u>
Capital ganado:		
Reserva legal	1,008,493	950,523
Reserva para recompra de acciones	4,999,179	5,529,165
Utilidades por aplicar	9,201,829	8,639,343
Insuficiencia en la actualización	(4,726,723)	(1,875,002)
Utilidad neta	<u>(790,407)</u>	<u>1,159,416</u>
	<u>9,692,371</u>	<u>14,403,445</u>
Interés minoritario	<u>916,592</u>	<u>1,442,037</u>
Suma el capital contable	<u>17,527,068</u>	<u>22,529,529</u>
Suma el pasivo y el capital contable	<u>\$ 45,054,004</u>	<u>\$ 47,095,126</u>

## GRUPO TELEvisa, S.A.

ESTADOS DE RESULTADOS POR LOS TRES Y DOCE MESES TERMINADOS  
EL 31 DE DICIEMBRE DE 2000 y 1999

(En miles de Pesos con poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2000)

	Cuarto trimestre		Doce meses	
	2000	1999	2000	1999
	(No Auditado)	(No Auditado)	(No Auditado)	(Auditado)
Ventas Netas:	Ps. 5,996,839	Ps. 5,927,775	Ps. 20,802,813	Ps. 19,578,590
Costo de ventas	<u>3,277,838</u>	<u>3,176,672</u>	<u>11,854,056</u>	<u>11,427,196</u>
Utilidad bruta	<u>2,719,001</u>	<u>2,751,103</u>	<u>8,948,757</u>	<u>8,151,394</u>
Gastos de operación:				
Gastos de administración	327,743	332,105	1,406,364	1,511,888
Gastos de venta	<u>438,667</u>	<u>516,537</u>	<u>1,506,907</u>	<u>1,472,591</u>
	<u>766,410</u>	<u>848,642</u>	<u>2,913,271</u>	<u>2,984,479</u>
Depreciación y amortización	<u>272,448</u>	<u>299,351</u>	<u>1,192,802</u>	<u>1,152,679</u>
Utilidad de Operación	<u>1,680,143</u>	<u>1,603,110</u>	<u>4,842,684</u>	<u>4,014,236</u>
Costo integral de financiamiento:				
Intereses pagados	392,678	391,566	1,400,443	1,657,215
Intereses ganados	(225,968)	(177,666)	(887,662)	(815,214)
Pérdida (utilidad) en el tipo de cambio neto	24,311	269,623	163,285	(76,115)
Pérdida por posición monetaria neta	<u>226,360</u>	<u>79,664</u>	<u>301,885</u>	<u>242,158</u>
	<u>417,381</u>	<u>563,187</u>	<u>977,951</u>	<u>1,008,044</u>
Partidas especiales	<u>170,854</u>	<u>235,077</u>	<u>1,839,933</u>	<u>489,995</u>
Otros gastos/ (productos) neto	<u>144,877</u>	<u>(586,687)</u>	<u>500,296</u>	<u>(697,305)</u>
Utilidad antes de provisiones	<u>947,031</u>	<u>1,391,533</u>	<u>1,524,504</u>	<u>3,213,502</u>
Provisiones para:				
Impuesto sobre la renta y al activo	197,450	246,242	930,410	922,561
Participación de los trabajadores en la utilidad	2,319	59,880	18,148	73,784
Impuesto sobre la renta y participación de los				
Trabajadores en la utilidad diferidos	<u>(338,991)</u>	<u>(2,428)</u>	<u>(564,939)</u>	<u>(55,193)</u>
	<u>(139,222)</u>	<u>303,694</u>	<u>383,619</u>	<u>941,152</u>
Utilidad antes de la participación en los resultados de afiliadas, operaciones discontinuadas e interés minoritario	1,086,253	1,087,839	1,140,885	2,272,350
Pérdida en los resultados de afiliadas	(379,344)	(581,162)	(1,756,812)	(762,351)
Operaciones discontinuadas	874	(103,236)	399	(114,968)
Interés minoritario	<u>(6,556)</u>	<u>(114,367)</u>	<u>(174,879)</u>	<u>(235,885)</u>
Pérdida (utilidad) neta	<u>Ps. 701,227</u>	<u>Ps. 289,074</u>	<u>Ps. (790,407)</u>	<u>Ps. 1,159,416</u>



## GRUPO TELEvisa, S.A.

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS 1ER., 2DO., 3ER. Y 4° TRIMESTRES 1999 VS. 2000 (DE 6:00 A 24:00 HORAS) <sup>(1)</sup>

		1999															
		Ene	Feb	Mar	1er. T	Abr	May	Jun	2° T	Jul	Ago	Sep	3er. T	Oct	Nov	Dic	4° T
<b>Canal 2</b>																	
Rating		14.8	15.2	14.4	14.8	14.5	13.3	13.4	13.7	13.2	13.2	13.3	13.2	12.6	12.8	11.9	12.4
Share(%)		37.9	38.2	36.8	37.6	37.7	35.0	34.3	35.7	33.8	34.1	34.8	34.2	33.0	33.3	33.1	33.1
<b>Total Televisa<sup>(2)</sup></b>																	
Rating		30.6	31.5	30.5	30.9	30.1	29.9	29.8	29.9	31.0	30.5	30.0	30.5	29.9	30.1	28.2	29.4
Share(%)		78.4	79.3	78.0	78.6	78.5	78.8	76.3	77.9	79.6	78.9	78.5	79.0	78.5	78.7	79.0	78.4
		2000															
		Ene	Feb	Mar	1er. T	Abr	May	Jun	2° T	Jul	Ago	Sep	3er. T	Oct	Nov	Dic	4° T
<b>Canal 2</b>																	
Rating		12.4	12.4	12.5	12.4	11.4	11.4	12.1	11.6	12.1	12.3	11.9	12.1	12.2	12.2	11.7	12.0
Share(%)		33.2	32.5	32.2	32.6	30.5	29.7	30.5	30.2	31.3	31.5	31.0	31.3	32.4	31.9	31.7	32.0
<b>Total Televisa<sup>(2)</sup></b>																	
Rating		28.8	29.7	29.5	29.4	28.4	28.9	29.8	29.0	29.4	29.6	28.3	29.1	28.2	28.3	26.9	27.8
Share(%)		77.5	77.6	76.0	77.0	75.6	75.5	75.2	75.4	76.0	76.2	73.8	75.4	74.6	74.1	73.3	74.0

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS EN HORARIO ESTELAR DE TELEvisa 1999 VS. 2000 (DE 16:00-23:00 HORAS) <sup>(1) (3)</sup>

		1999															
		Ene	Feb	Mar	1er. T	Abr	May	Jun	2° T	Jul	Ago	Sep	3er. T	Oct	Nov	Dic	4° T
<b>Canal 2</b>																	
Rating		23.6	24.7	23.2	23.8	23.1	19.8	19.2	20.7	19.5	20.1	20.6	20.0	19.5	20.3	18.8	19.5
Share(%)		41.6	42.8	41.4	41.9	42.7	36.8	35.3	38.3	35.4	36.4	37.1	36.3	35.6	36.1	35.9	35.9
<b>Total Televisa<sup>(2)</sup></b>																	
Rating		45.2	46.3	43.9	45.1	43.0	42.4	41.4	42.2	43.0	42.6	42.8	42.8	42.2	43.5	40.3	42.0
Share(%)		79.5	80.3	78.2	79.3	79.3	78.8	76.3	78.1	78.2	77.3	77.2	77.6	77.1	77.5	76.9	77.1
		2000															
		Ene	Feb	Mar	1er. T	Abr	May	Jun	2° T	Jul	Ago	Sep	3er. T	Oct	Nov	Dic	4° T
<b>Canal 2</b>																	
Rating		19.9	19.7	20.0	19.9	17.4	17.9	18.6	18.0	18.6	18.7	18.4	18.6	18.9	18.9	17.4	18.4
Share(%)		36.1	35.0	35.3	35.5	32.3	32.2	32.7	32.4	33.8	33.3	33.2	33.4	33.9	33.4	32.6	33.3
<b>Total Televisa<sup>(2)</sup></b>																	
Rating		42.5	43.1	41.9	42.5	39.7	40.9	42.1	40.9	40.6	41.6	40.6	40.9	40.6	40.4	37.9	39.7
Share(%)		76.9	76.6	74.0	75.8	73.7	73.4	73.9	73.7	73.9	73.9	73.4	73.7	72.8	71.4	70.9	71.8

## Notas:

(1) La información referente a ratings y participación de mercado a nivel nacional en zonas urbanas está certificada por IBOPE y está basada en los estudios a nivel nacional de IBOPE, los cuales son calculados tomando en cuenta los siete días de la semana en la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y otras 24 ciudades cuya población es mayor a los 400,000 habitantes. La información de ratings y participación de mercado en la Ciudad de México, misma que representa el 21.6% de los hogares en el país y aproximadamente el 26.3% del consumo nacional de productos de consumo, comprende el 43.4% de los datos nacionales de IBOPE. El "Rating" en un horario determinado se refiere al número de televisores encendidos y sintonizados en alguno de los programas de la Compañía como porcentaje del total de hogares en el país. La "participación de mercado" significa el número de televisores encendidos y sintonizados en alguno de los programas de la Compañía como porcentaje del número de hogares que están viendo televisión abierta durante un horario determinado, sin importar el número de televidentes.

(2) "Total Televisa" incluye las cuatro cadenas de la Compañía, así como todas las estaciones afiliadas (incluyendo las televisoras afiliadas al Canal 4, las que en su mayoría transmiten diariamente parte de los programas del horario estelar del Canal 4). La programación del Canal 4 en estaciones afiliadas se transmite generalmente en 10 de las 26 ciudades, excluyendo a la Ciudad de México, que son cubiertas por IBOPE en sus estudios a nivel nacional. Asimismo, la programación del Canal 9 en estaciones afiliadas se transmite en 22 de dichas ciudades.

(3) El "Horario Estelar de Televisa" es aquél durante el cual la Compañía generalmente aplica las tarifas publicitarias más altas para su cadena del Canal 2.