



PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

GRUPO TELEVISA REPORTÓ RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DEL 2001

- La Desaceleración Económica Afecta Adversamente a las Ventas- -Instrumentación de Plan de Reducción de Costos -

- Las **ventas netas** de Grupo Televisa disminuyeron 3.1% llegando a \$4,506,438 miles de pesos en el primer trimestre de 2001 en comparación con los \$4,650,115 miles de pesos del mismo período de 2000. La desaceleración económica ha impactado de forma negativa a nuestros clientes y en general a toda la industria de la publicidad, lo que ha repercutido en menores ventas en Televisión Abierta. Las ventas netas en los segmentos de Discos, Editoriales, Radio y en el negocio de mensajes electrónicos personalizados también disminuyeron debido a la menor actividad económica en México y en el extranjero.
- Los **Costo de Ventas** aumentaron un 3.2%, a \$2,772,127 miles de pesos en el primer trimestre de 2001. Este incremento se debió a mayores costos de producción de Televisión Abierta; a los costos relacionados con el portal horizontal de Internet EsMas.com; a mayores costos de personal así como mayores costos por el incremento en los precios del uso de satélites. El **margen de flujo de efectivo de operación** en el primer trimestre de 2001 disminuyó a 22.2% en comparación con un 26.1% en el mismo período del año anterior.
- **Programa de Reducción de Costos.** Grupo Televisa implementará un programa de reducción de costos de aproximadamente \$570 millones de pesos (aproximadamente 60 millones de dólares), en base anualizada, con el fin de mantener y minimizar cualquier decremento en el flujo de efectivo de operación. El programa se hará efectivo el 30 de abril de 2001, contemplando una reducción de 750 plazas. Las medidas en Televisión Abierta contemplan el cierre de dos foros de televisión, así como reemplazar programación fuera del horario estelar por material de nuestra videoteca. El canal de noticias, "ECO" dejará de transmitir el 30 de abril de 2001.
- Los **ratings y la participación de mercado de Televisión Abierta** reportados por IBOPE, aumentaron en comparación al último trimestre de 46.9% a 49.3% en el horario estelar y de 27.9% a 28.7% de 6:00 a 24:00 horas. En este trimestre transmitimos 48 de los 50 programas más populares, asimismo, el Canal 2, continúa siendo el líder en la Televisión mexicana debido al éxito de las siguientes Telenovelas: *Abrázame Muy Fuerte*, *Primer Amor*, *Amigas y Rivaless* y *Por un beso*, entre otras.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

México, D.F. a 25 de abril de 2001 – El día de hoy Grupo Televisa, S.A. (BMV: TLEVISA CPO; NYSE:TV) dio a conocer los resultados correspondientes al primer trimestre de 2001.

Los resultados que se acompañan se presentan en miles de pesos, y de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México, han sido ajustados a pesos con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2001. De dichos resultados destaca la siguiente información financiera:

	Tres meses terminados el 31 de marzo	
	2001	2000
Ventas Netas*	\$ 4,506,438	\$ 4,650,115
Costo de Ventas	2,772,127	2,686,728
Utilidad Bruta	1,734,311	1,963,387
Gastos de Venta	369,583	346,135
Gastos de Administración	365,260	403,545
Gastos de Operación	734,843	749,680
Flujo de Efectivo de Operación**	999,468	1,213,707
Utilidad de Operación	675,461	929,276
Costo Integral de Financiamiento	138,166	77,478
(Pérdida) Utilidad Neta	(125,010)	31,682

* Ver "Resultados por Segmento" para información adicional de cada segmento.

** El flujo de efectivo de operación se define como utilidad de operación antes de la depreciación y amortización.

Ventas Netas

Las ventas netas disminuyeron 3.1% llegando a \$4,506,438 miles de pesos en el primer trimestre de 2001 en comparación con los \$4,650,115 miles de pesos del mismo período de 2000. La desaceleración económica ha impactado de forma negativa a nuestros clientes y en general a toda la industria de la publicidad, lo que ha repercutido en menores ventas en Televisión Abierta. Las ventas netas en los segmentos de Discos, Editoriales, Radio y en el negocio de mensajes electrónicos personalizados también disminuyeron debido a la menor actividad económica en México y en el extranjero.

Costo de Ventas

Los costos totales aumentaron un 3.2%, a \$2,772,127 miles de pesos en el primer trimestre de 2001. Este incremento se debió a mayores costos de producción de Televisión Abierta, a los costos relacionados con EsMas.com; a mayores costos de personal así como mayores costos por el incremento en los precios del uso de satélites.

Gastos de Operación

Los gastos de operación incluyendo gastos corporativos, disminuyeron \$14,837 miles de pesos, reflejando una disminución de 2.0% en el primer trimestre del 2001, a \$734,843 miles de pesos en comparación con los \$749,680 miles de pesos del mismo período de 2000. Esta disminución se debe a una reducción del 9.5% en los gastos administrativos, principalmente por disminuciones relacionadas con costos de personal, a una reducción en los gastos de viaje, y a la disminución en artículos promocionales. Esta disminución fue parcialmente compensada por un incremento del 6.8% en los gastos de venta, debido principalmente a la operación de EsMas.com, a las comisiones pagadas a agencias de publicidad y a los agentes publicitarios, así como un incremento en la provisión de cuentas incobrables por \$10,990 miles de pesos.

Flujo de Efectivo de Operación

El flujo de efectivo de operación disminuyó 17.7% a \$999,468 miles de pesos en el primer trimestre de 2001 en comparación con los \$1,213,707 miles de pesos reportados en el mismo período del año anterior. El margen del flujo de efectivo de operación disminuyó a 22.2% en comparación con 26.1% en el mismo período del año anterior, principalmente como resultado de la disminución en las ventas netas y en el aumento en el costo de ventas. La Compañía ha decidido implementar un programa de reducción de costos, con el fin de reducir el impacto en el margen del flujo de efectivo de operación en base anualizada. Para información adicional respecto a este programa ver "Programa de Reducción de Costos".

Margen de Utilidad de Operación

El margen de utilidad de operación disminuyó a 15.0% en el primer trimestre de 2001 comparado con 20.0% del mismo período de 2000, lo que representa una disminución del 27.3% en la utilidad de operación. Esta disminución se debe principalmente a la disminución en las ventas netas y al aumento del costo de ventas, así como un incremento en la depreciación y amortización debido a la operación del portal horizontal de Internet.

Costo Integral de Financiamiento

El costo integral de financiamiento por los tres meses que terminaron el 31 de marzo de 2001 y 2000, se integra como sigue (miles de pesos):

	2001	2000	Incremento (decremento)
Intereses pagados	\$ 270,810	\$ 359,584	\$ (88,774)
Actualización de unidades de inversión (UDIs)	41,870	-	41,870
Intereses ganados	(260,589)	(244,467)	(16,122)
Utilidad en tipo de cambio-neto	(3,278)	(97,999)	94,721
Pérdida en tipo de cambio por contratos de cobertura cambiaria	45,498	31,854	13,644
Pérdida por posición monetaria-neta (incluye una ganancia monetaria por los documentos denominados en UDIs de \$41,870 en 2001	43,855	28,506	15,349
	<u>\$ 138,166</u>	<u>\$ 77,478</u>	<u>\$ 60,688</u>

El costo integral de financiamiento se incrementó a \$138,166 miles de pesos en el primer trimestre de 2001, comparado con los \$77,478 miles de pesos en el mismo

periodo del año anterior, representando un 78.3%. Este incremento fue debido principalmente a una disminución en la utilidad en tipo de cambio neta derivada de una menor posición pasiva neta en moneda extranjera en el primer trimestre de 2001 comparada con el mismo periodo del año anterior, y mayores pérdidas incurridas por contratos de cobertura cambiaria contratados en 1999 con vencimiento en el 2001, debido a la apreciación del peso durante el primer trimestre de 2001 y a la adopción del nuevo Boletín C-2, "Instrumentos Financieros", a partir del 1° de enero de 2001 (ver "Efecto Acumulado de Cambio Contable"); así como una mayor pérdida por posición monetaria neta, debido a un incremento en activos monetarios en el primer trimestre de 2001, en comparación con el primer trimestre del año anterior, y la actualización en 2001 del monto principal de los documentos denominados en "UDIs", con vencimiento en 2007. Estos incrementos fueron parcialmente compensados por los menores intereses pagados en el primer trimestre de 2001 en comparación con el mismo periodo del año anterior, debido al refinanciamiento de la deuda de largo plazo de la Compañía en el segundo trimestre de 2000. Como consecuencia de la reestructura de la deuda, el promedio ponderado de las tasas disminuyó de 13.0% a 9.2%.

Partidas Especiales

Las partidas especiales representaron un monto de \$85,126 miles de pesos durante el primer trimestre de 2001, principalmente relacionados con recortes de personal y por el costo de la prima estimada de \$ 20,475 miles de pesos por la redención anticipada del saldo remanente de las Obligaciones descontadas a largo plazo que se llevará a cabo el 15 de mayo de 2001. Para información adicional sobre esta redención anticipada ver "Deuda".

Otros gastos -netos

Otros gastos-netos representan un monto de \$135,844 miles de pesos en el primer trimestre de 2001 comparado con un gasto de \$120,480 miles de pesos del mismo periodo del año anterior. Otros gastos netos para el primer trimestre de 2001 reflejan principalmente la amortización del crédito mercantil, y una disminución en la valuación de ciertos activos no estratégicos que serán dispuestos, y el pago de servicios profesionales relacionados con ciertos litigios y otros asuntos.

Participación en las Pérdidas de Afiliadas

La participación en las pérdidas de afiliadas disminuyó a \$61,496 miles de pesos en el primer trimestre de 2001, en comparación con \$295,302 miles de pesos en el mismo periodo del año anterior. Este decremento se debe principalmente a la estrategia de la Compañía de no reconocer su participación en pérdidas adicionales de DTH en México, como se explica a continuación, y por la disminución en la participación en las pérdidas del negocio de PCS de la Compañía, el cual fue dispuesto en el tercer trimestre de 2000.

A principios de 2001, la Compañía dejó de reconocer su participación en las pérdidas adicionales en la plataforma de DTH en México por los siguientes motivos:

- a) el pasivo neto de la Compañía de \$1,693,827 miles de pesos relacionado con esta inversión al 31 de diciembre de 2000, y que representa el monto de la participación en las pérdidas por las inversiones iniciales y contribuciones subsecuentes, así como el financiamiento mediante préstamos a largo plazo a esa fecha, es suficiente para cubrir las garantías de los compromisos hechos por este negocio para el pago de rentas de transpondedores cuando menos hasta 2005, aunado al compromiso de la Compañía para dar apoyo financiero adicional a este negocio durante el 2001. El pasivo neto de la Compañía por esta inversión al 31 de marzo de 2001 es de \$1,294,572 miles de pesos; y,
- b) la capacidad de este negocio de generar un flujo de efectivo de operación positivo en el cuarto trimestre de 2000 y el en el primer trimestre de 2001. Ver "Servicios de Televisión Directa al Hogar Vía Satélite " para información adicional.

**Efecto Acumulado
de Cambio Contable**

A principios de enero de 2001, la Compañía adoptó los lineamientos del Boletín C-2, "Instrumentos Financieros", emitidos por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Antes de adoptar el Boletín C-2, la Compañía reconocía ganancias o pérdidas de instrumentos financieros, no designados como coberturas de los contratos relacionados hasta la fecha de su vencimiento. De acuerdo con este Boletín, la Compañía reconoció el valor razonable de ciertos instrumentos financieros reflejando un incremento en la pérdida en el tipo de cambio en el primer trimestre de 2001 en comparación con el primer trimestre de 2000 (para información adicional ver "Costo Integral de Financiamiento"), y un efecto acumulado de \$103,480 miles de pesos en el estado de resultados consolidado por la aplicación de este nuevo principio contable a partir del 1° de enero de 2001.

Interés Minoritario

El interés minoritario fue de \$20,860 miles de pesos en el primer trimestre de 2001, comparado con \$44,110 miles de pesos en el mismo periodo del año anterior. Esta disminución se debe principalmente a la adquisición del 35% del interés minoritario en el segmento de Editoriales en el cuarto trimestre de 2000, a la disminución en la utilidad de Televisión por Cable y en el negocio de mensajes electrónicos personalizados.

Resultado Neto

En el primer trimestre de 2001, la Compañía tuvo una pérdida neta de \$125,010 miles de pesos comparado con una utilidad de \$31,682 miles de pesos en el mismo periodo del año anterior. Esta variación adversa de \$156,692 miles de pesos se debe principalmente a:

- un decremento en la utilidad de operación de \$253,815 miles de pesos;
- un incremento en el costo integral de financiamiento de \$60,688 miles de pesos;
- un incremento en otros gastos de \$15,364 miles de pesos;
- un incremento en las partidas especiales por \$ 21,400 miles de pesos, y
- un efecto acumulado por cambios en la contabilidad de \$103,480 miles de pesos.

Estas variaciones fueron parcialmente compensadas por menores pérdidas de afiliadas de \$233,806 miles de pesos, un decremento en impuestos por \$40,999 miles de pesos, así como por una disminución en el interés minoritario por \$23,250 miles de pesos.

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 negocio de la Compañía:

	Tres meses terminados al 31 de marzo de,			Contribución al ingreso por segmentos
	2001	2000	% Cambio	
Ventas Netas				
Televisión Abierta	\$ 2,566,294	\$ 2,673,300	-4.0%	55.8%
Programación para Televisión Restringida	109,738	111,876	-1.9%	2.4%
Licencias de Programación	365,258	339,907	7.5%	7.9%
Editoriales	316,910	336,391	-5.8%	6.9%
Distribución de Publicaciones	208,239	194,732	6.9%	4.5%
Discos	285,291	325,945	-12.5%	6.2%
Televisión por Cable	236,703	212,760	11.3%	5.2%
Radio	88,563	104,856	-15.5%	1.9%
Otros Negocios*	421,294	383,627	9.8%	9.2%
Segmentos	4,598,290	4,683,394	-1.8%	100.0%
Operaciones Intersegmentos**	(91,852)	(75,354)	-21.9%	
Operación Periódico***	-	42,075	-	
Total de Ventas Netas	\$ 4,506,438	\$ 4,650,115	-3.1%	

	Tres meses terminados el 31 de marzo de				
	2001	Margen	2000	Margen	% Cambio
EBITDA					
Televisión Abierta	\$ 887,336	34.6%	\$ 1,034,204	38.7%	-14.2%
Programación para Televisión Restringida	(96,542)	-88.0%	(87,572)	-78.3%	-10.2%
Licencias de Programación	106,195	29.1%	48,768	14.3%	117.8%
Editoriales	32,562	10.3%	52,603	15.6%	-38.1%
Distribución de Publicaciones	9,610	4.6%	10,352	5.3%	-7.2%
Discos	35,055	12.3%	58,109	17.8%	-39.7%
Televisión por Cable	62,482	26.4%	58,757	27.6%	6.3%
Radio	35,160	39.7%	38,277	36.5%	-8.1%
Otros Negocios*	(39,210)	-9.3%	36,792	9.6%	-206.6%
Gastos Corporativos	(33,180)	-0.7%	(35,343)	-0.8	6.1%
EBITDA de Segmentos	999,468	21.7%	1,214,947	25.9%	-17.7%
Operación Periódico***	-	-	(1,240)	-	-
EBITDA Consolidado	\$ 999,468	22.2%	\$ 1,216,187	26.1%	-17.8%

* 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 Ovaciones.

	Tres meses terminados el 31 de marzo de					
	2001	Margen	2000	Margen	% Cambio	
Utilidad (Pérdida) de Operación						
Televisión Abierta	\$ 683,464	26.6%	\$ 824,862	30.9%	-17.1%	
Programación para Televisión Restringida	(105,162)	-95.8%	(101,447)	-90.7%	-3.7%	
Licencias de Programación	103,338	28.3%	46,388	13.6%	122.8%	
Editoriales	23,889	7.5%	44,497	13.2%	-46.3%	
Distribución de Publicaciones	6,476	3.1%	7,335	3.8%	-11.7%	
Discos	34,050	11.9%	56,920	17.5%	-40.2%	
Televisión por Cable	38,998	16.5%	43,186	20.3%	-9.7%	
Radio	29,558	33.4%	32,706	31.2%	-9.6%	
Otros Negocios*	(105,970)	-25.2%	14,294	3.7%	-841.4%	
Utilidad de Operación por Segmento	708,641	15.4%	968,741	20.7%	-26.8%	
Gastos Corporativos	(33,180)	-	(35,343)	-	6.1%	
Utilidad de Operación Total	675,461	15.0%	933,398	20.3%	-27.6%	
Operación Periódico**	-	-	(4,122)	-9.8%	-	
Utilidad de Operación Consolidada	\$ 675,461	15.0%	\$ 929,276	20.0%	-27.3%	

* Incluye Operaciones de Internet.

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

Televisión Abierta

El decremento en las ventas de Televisión Abierta de 4.0% es atribuible a dos factores, primero la desaceleración en la actividad económica afectó a la industria publicitaria, reduciendo las ventas de Televisión Abierta, y segundo, el año anterior tuvimos ventas de publicidad asociadas a las campañas políticas federales y estatales que sumaron \$144,000 miles de pesos constantes en el primer trimestre de 2000, que no tendremos en dicho periodo. Para el segundo trimestre, este efecto se incrementará debido a que nuestras ventas fueron mayores por los cierres de campañas llegando a representar un monto de \$560,000 miles de pesos constantes. En el tercer trimestre del año anterior, se tuvieron ventas de publicidad extraordinarias por las Olimpiadas de Verano 2000 que totalizaron \$182,000 miles de pesos; importes actualizados a pesos constantes al 31 de marzo de 2001 y \$17.7 millones de pesos de ventas de publicidad política. Para más información ver "Publicidad de Partidos Políticos y Olimpiadas de Verano 2000".

La utilidad de operación de Televisión Abierta decreció 17.1% como resultado de menores ventas y el incremento en el costo de ventas. El incremento en los costos de producción en este segmento se debe a telenovelas, a un nuevo programa de concurso y a nuevos programas unitarios; aunado a un incremento en los costos por la producción de noticieros. También hubo un incremento en los costos debido a mayores costos de las señales relacionados con la migración del satélite Satmex al Galaxy 4 y al incremento en los costos de transmisión de señales de microondas. Para reducir nuestros costos en el segmento de Televisión Abierta, se van a disminuir las horas de producción; programando en su lugar material de nuestra videoteca fuera del horario estelar. Asimismo dejarán de operar 2 foros.

**Programación para
Televisión Restringida**

El decremento en ventas de Programación para Televisión Restringida de 1.9% es debido a menores ingresos por publicidad. Este decremento ha sido parcialmente compensado por mayores ingresos por la venta de programas en México, América Latina y España.

La pérdida de operación de Programación para Televisión Restringida incrementó 3.7% debido a la disminución en ingresos, al incremento en los costos de producción asociados con "ECO", el cual cerrará sus operaciones el 30 de abril de 2001. Representando una disminución en los costos por \$110 millones de pesos, en una base anualizada.

**Licencias de
Programación**

El incremento en las ventas de Licencias de Programación de 7.5% se debió a los mayores ingresos por la exportación de programas a otros países en Asia (concentrándose en Filipinas e Indonesia) y América Latina, así como por el incremento de las regalías pagadas a la Compañía por Univision, de conformidad con el contrato de Programación. 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 aumentó a \$103,338 miles de pesos reflejando un incremento en los ingresos y una reducción en el costo de ventas debido a menores costos relacionados con la amortización de programas, como resultado de menores costos de producción en 2000 y 1999.

Editoriales

El decremento en las ventas de Editoriales de 5.8% , se debió principalmente a la disminución en las ventas en los mercados nacional e internacional debido a la desaceleración en la economía en México y en el extranjero, y al incremento en precios del 25% en una de nuestras revistas más importantes, provocando un efecto negativo en el volumen de revistas vendidas. En el mismo período del año anterior se vendieron 23.3 millones de revistas en comparación con 20.9 millones de revistas en el primer trimestre de este año; estas cifras incluyen América Latina y México. Así mismo, se vendió un menor volumen de páginas de publicidad en el mercado internacional debido a la desaceleración económica y por el efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera. Este decremento fue parcialmente compensado por un mayor volumen de páginas de publicidad vendidas en el mercado nacional.

La utilidad de operación de Editoriales disminuyó 46.3% reflejando el decremento de las ventas netas, y los mayores gastos operativos por el incremento por el nuevo diseño de las portadas de las revistas. Este decremento fue parcialmente compensado por el decremento en el costo de ventas ya que se redujo el volumen de impresión en el mercado nacional e internacional. Se está instrumentando una estrategia de segmentación que consiste en publicar una edición para la "Costa Oeste" y otra para la "Costa Este" de la revista Tv y Novelas comenzando en abril de 2001. La estrategia consiste en diferenciar el 60% del contenido, con material relevante para hispanos de origen mexicano que residen en la Costa Oeste e incorporando material sudamericano para la Costa Este, con el fin de incrementar la penetración en los distintos mercados hispanos.

Distribución de

Publicaciones

El incremento en las ventas de Distribución de Publicaciones de 6.9%, se debió principalmente al aumento en las ventas de revistas en el mercado nacional e internacional, así como a mayores ingresos por la distribución de otros artículos (principalmente tarjetas telefónicas y formas para pagos fiscales) en el mercado internacional.

La utilidad de operación de Distribución de Publicaciones disminuyó un 11.7%, como resultado de mayores costos de distribución, este decremento fue parcialmente compensado por un incremento en las ventas y menores gastos de operación, debido a la reducción de costos de personal. En el mes de mayo de 2001 se nombrará a un nuevo Director de este segmento, con el objeto de replantear y mejorar la estrategia de distribución del grupo.

Discos

El decremento en las ventas de Discos de 12.5% se debió principalmente a menores ventas de unidades de catálogo y lanzamientos en el mercado nacional y a menores lanzamientos en el mercado internacional, que solo tuvo una disminución de 3.5% y un impacto de \$11.8 millones de pesos por el efecto en conversión. Las ventas en la industria discográfica en los Estados Unidos disminuyeron 7% respecto al año anterior, las ventas en el primer trimestre del año también han tenido este efecto.

La utilidad de operación de Discos disminuyó 40.2%, debido principalmente a una reducción en ventas, parcialmente compensado por menores regalías pagadas a los artistas, así como a la reducción en los gastos operativos derivados principalmente de gastos de publicidad. Fonovisa, nuestra marca en Estados Unidos, ha incrementado su participación de mercado en los ciudadanos hispanos de 26% en 1998 a 29% en 2000 de acuerdo al "Recording Industry Association of America". Esto se debe a que la Compañía tiene un fuerte catálogo en su género único, que consiste de artistas como Los Tigres del Norte, Los Temerarios, Conjunto Primavera, Banda el Recodo y Marco Antonio Solís, entre otros.

Televisión por Cable

El incremento en ventas de Televisión por Cable de 11.3%, se debió principalmente al incremento de subscriptores del servicio básico a más de 407,000 y del servicio digital a más de 55,000 en el primer trimestre de 2001. Este incremento fue parcialmente compensado por menores ventas de tiempo publicitario. Cablevisión es el mayor operador de Televisión por Cable dentro de la República Mexicana basado en el número de subscriptores y por la participación en el mercado.

La utilidad de operación de Televisión por Cable disminuyó 9.7% como resultado de mayores costos por señal y a mayores gastos operativos; esto fue parcialmente compensado por un incremento en las ventas netas.

Radio

El decremento en las ventas de Radio de 15.5% se debió principalmente al menor tiempo publicitario vendido, y al efecto de las ventas de publicidad política en primer trimestre de 2000.

La utilidad de operación de Radio decreció 9.6% como resultado a unas menores ventas netas, lo cual fue parcialmente compensado por una disminución en los costos de programación, así como a la reducción de los gastos operativos debido a menores costos de personal.

En diciembre del año 2000, la Comisión Federal de Competencia ("CFC"), negó la autorización de fusión con Grupo Acir Comunicaciones, S.A. de C.V. ("Grupo Acir") y Sistema Radiopolis, S.A. de C.V. ("Radiopolis"), la subsidiaria de Radio de la Compañía. Televisa y Grupo Acir presentaron un recurso de reconsideración ante la CFC, el primero de febrero de 2001. La CFC tiene un plazo de 60 días hábiles para emitir un fallo. Si la CFC sostiene la decisión de denegar la autorización, se va a apelar ante el Tribunal Federal.

Otros Negocios

El incremento en las ventas de Otros Negocios de 9.8% se debió principalmente a la operación de EsMas.com y al incremento de la distribución de películas de largometraje. Este incremento fue parcialmente compensado por menores ventas en nuestro negocio de mensajes electrónicos personalizados.

La utilidad de operación de Otros Negocios decreció a una pérdida de \$105,970 miles de pesos, esto se debió principalmente al incremento en los costos relacionados con la operación de EsMas.com; y mayores costos relacionados con el negocio de mensajes electrónicos personalizados, debido al lanzamiento de nuevos servicios. Este decremento fue parcialmente compensado con menores costos relacionados con eventos deportivos.

En mayo del 2000 se lanzó EsMas.com, un portal horizontal de Internet en español. Con 10 diferentes canales, el portal se concentra en el mercado mexicano. Al final del año 2000, después de solamente 7 meses de su lanzamiento, EsMas.com pertenece a uno de los 5 portales líderes en México, ofreciendo a través de su última versión, más fotografías, audio y video para un mejor desarrollo.

EsMas.com reducirá gastos por \$117 millones de pesos, en base anualizada y eliminará 95 plazas. El monto total del presupuesto de EsMas.com para el 2001 será de \$286.6 millones de pesos, al 31 de marzo de 2001.

SERVICIOS DE TELEVISION DIRECTA AL HOGAR VIA SATELITE

SKY

El servicio de televisión directa al hogar vía satélite ("DTH") de la Compañía ha mantenido un crecimiento en el número de subscriptores, bajo condiciones altamente competitivas en el mercado. Durante el primer trimestre, Innova incrementó 54,600 nuevos clientes a la base de subscriptores comparado con 49,000 en el trimestre anterior. La base activa de subscriptores se incrementó 9.2% de 590,000 el 31 de diciembre de 2000 a 644,900 al 31 de marzo de 2001. Comparado con el primer trimestre del año anterior, la base activa de subscriptores se ha incrementado un 39.4% representando 182,400 subscriptores. Innova es el líder en servicios de televisión directa al hogar vía satélite en México con una participación de mercado estimada del 73% medido por el número de la base activa de subscriptores.

Innova reportó ventas netas consolidadas de \$687.5 millones de pesos en el primer trimestre terminado el 31 de marzo del 2001. Las ventas netas se incrementaron \$158.6 millones de pesos, aproximadamente 30% en comparación con el mismo periodo del año anterior; esto es debido al fuerte crecimiento de la base de subscriptores. El EBITDA positivo de \$86.5 millones de pesos en el primer trimestre del 2001 aumentó \$203.7 millones de pesos en comparación con pérdida de \$117.2 millones de pesos negativo del mismo período del año anterior.

OTRA INFORMACIÓN RELACIONADA

Publicidad de Partidos Políticos y Olimpiadas De Verano 2000

Las ventas extraordinarias de publicidad de partidos políticos y de los Juegos Olímpicos del Verano de 2000, ascendió a \$965.3 millones de pesos a marzo del 2001, los cuales están desglosados a continuación.

	1T00	2T00	3T00	4T00	Total
Venta Política	154.9	585.4	17.7	11.3	769.3
Televisión Abierta	144.8	560.5	17.7	11.3	734.3
Televisión Restringida	0.4	4.9	0	0	5.3
Editorial	1.3	4.5	0	0	5.8
Radio	8.4	13.4	0	0	21.8
Cable	0	2.1	0	0	2.1
Juegos Olímpicos	0	0	196.0	0	196.0
Televisión Abierta	0	0	182.2	0	182.2
Televisión Restringida	0	0	12.6	0	12.6
Radio	0	0	1.2	0	1.2
Total	154.9	585.4	213.7	11.3	965.3

Cifras en millones de pesos

A continuación se presenta un estado de resultados consolidado que no se incluye el efecto de la venta política e Internet.

Estados de Resultados Consolidados (Sin efecto de venta política en 2000 e Internet) (Cifras en millones de pesos al 31 de marzo de 2001) Tres Meses Terminados el 31 de marzo de:

	2001	2000	Cambio
Ventas Netas	4,489	4,495	-0.1%
Costo de Ventas	2,723	2,687	1.3%
Utilidad Bruta	1,766	1,808	-2.3%
Gastos de Ventas	355	346	2.6%
Gastos de Administración	354	403	-12.2%
EBITDA	1,057	1,059	-0.2%
Depreciación y Amortización	287	285	0.7%
Utilidad de Operación	770	774	-0.5%

Inversiones de Capital Adquisiciones e Inversiones

En el primer trimestre de 2001, la Compañía había invertido aproximadamente \$14.0 millones de dólares en propiedades, planta y equipo para la adquisición de equipo técnico, de transmisión y de cómputo, de los cuales aproximadamente \$6.9 millones de dólares corresponden a Cablevisión; y \$49.6 millones de dólares en su negocio DTH (\$40.1 millones de dólares en México en la forma de préstamos a largo plazo y \$9.5 millones de dólares en Latinoamérica).

Deuda

Al 31 de marzo de 2001, la deuda de la Compañía a largo plazo fue de \$10,764,750 miles de pesos, y la de corto plazo fue de \$316,805 miles de pesos, en comparación con \$9,514,374 miles de pesos y \$834,570 miles de pesos respectivamente al 31 de marzo de 2000.

El 15 de mayo de 2001, la Compañía tiene la opción de redimir el remanente de la deuda *Senior* a largo plazo con vencimiento en el 2008 al 106.625% del monto principal de aproximadamente 32.5 millones de dólares. El premio de aproximadamente 2.2 millones de dólares por extinguir esta deuda fue registrado contablemente como un cargo no recurrente en el estado de resultados consolidados al 31 de marzo del 2001.

Programa de Reducción De Costos

Grupo Televisa instrumentará un Programa de Reducción de Costos por \$570 millones de pesos (60.6 millones de dólares¹), en una base anualizada, consistiendo en una disminución en el presupuesto y menores gastos, con el fin de mantener los mismos costos comparado con 2000 y minimizar cualquier decremento en el flujo de efectivo de operación. La reducción se especifica a continuación:

Cifras en millones de pesos.

Televisión Abierta	\$187
Internet	117
Eco *	110
Fonovisa	56
Gastos de Operación	100
Total	\$570 millones de pesos

*Un porcentaje de los costos asociados a ECO serán trasladados a la división de Noticias, que forma parte del segmento de Televisión Abierta.

A partir del 30 de abril de 2001, habrá una reducción de 750 plazas. Las reducciones en el segmento de Televisión Abierta contemplan el cierre de dos foros de televisión, así como reemplazar la producción de programación fuera del horario estelar por material de nuestra videoteca. El canal de noticias, "ECO" cierra el 30 de abril del 2001.

Ratings y Participación De Mercado

La información referente a ratings y participación de mercado a nivel nacional producida por IBOPE, certifica que la División de Televisión abierta ha incrementado sus ratings y la participación de mercado en el primer trimestre de 2001, comparado con el último trimestre de 2000. La participación del mercado de Televisa se incrementó de 72.7% a 75.1% (en el horario estelar); de 71.8% a 73.1% (en el horario de las 16:00 a las 23:00 horas); y de 74.0% a 74.7% (en el horario de las 6:00 a 24:00 horas).

En este trimestre transmitimos 48 de los 50 programas más populares, asimismo, el Canal 2, continúa siendo el líder en la Televisión mexicana debido al éxito de las siguientes Telenovelas: *Abrázame Muy Fuerte*, *Primer Amor*, *Amigas y Rivalés* y *Por un beso*.

¹ Tipo de cambio de 9.40 pesos por dólar.

Perspectivas para 2001

La comparación entre el segundo trimestre del 2001 con 2000, será desfavorable debido al efecto de las campañas políticas y a una menor actividad económica. Estimamos que los ingresos en Televisión Abierta disminuyan entre 5% y 6%. Sin embargo, esperamos que los ingresos de Televisión Abierta del año permanezcan constantes o registren una pequeña disminución, considerando que en el plan anticipado se obtuvieron compromisos de \$1,000 millones de dólares por parte de nuestros clientes para el año 2001.

Tomando en cuenta el programa de reducción de costos, esperamos que los costos de Televisión Abierta se mantengan estables en el año, en comparación al 2000, considerando el incremento anual al salario a los empleados sindicalizados, el incremento en los costos satelitales y de transmisión de microondas, así como en los costos asociados con nuevas producciones.

Nuevos nombramientos

El día de hoy en la Asamblea Especial de Accionistas, serie "D" se realizó el nombramiento de Enrique Senior como nuevo miembro del Consejo de Administración de Grupo Televisa. El señor Senior es socio de Allen and Company, empresa americana, con base en Nueva York.

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 subtitulado, 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 MARZO DE 2001 Y 31 DE
DICIEMBRE DE 2000
(En miles de pesos con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2001)

ACTIVO

	Marzo 31, 2001 <u>(No auditado)</u>	Diciembre 31, 2000 <u>(Auditado)</u>
Circulante:		
Disponible:		
Efectivo	\$ 804,296	\$ 1,069,222
Inversiones temporales	<u>7,051,093</u>	<u>6,641,101</u>
	7,855,389	7,710,323
Documentos y cuentas por cobrar a clientes-neto	5,277,910	8,234,454
Otras cuentas y documentos por cobrar-neto	1,463,378	780,887
Cuentas corrientes con compañías afiliadas-neto	282,509	382,723
Inventarios	8,284,756	8,485,544
Otros activos	<u>549,916</u>	<u>528,201</u>
Suma el activo circulante	23,713,858	26,122,132
Documentos y cuentas por cobrar a clientes plazo	36,521	32,742
Inversiones	878,504	304,407
Inmuebles, planta y equipo-neto	12,514,980	12,728,200
Crédito mercantil y marcas comerciales-neto	3,037,358	3,005,178
Activo diferido-neto	2,606,064	2,642,915
Otros activos	<u>677,380</u>	<u>663,217</u>
Suma el activo	<u>\$ 43,464,665</u>	<u>\$ 45,498,791</u>

GRUPO TELEvisa, S. A.
BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS AL 31 DE MARZO DE 2001 Y 31 DE
DICIEMBRE DE 2000

(En miles de pesos con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2001)

PASIVO

	Marzo 31, 2001 (No Auditado)	Diciembre 31, 2000 (Auditado)
A corto plazo:		
Documentos por pagar a bancos	\$ 286,360	\$ 292,079
Otros documentos por pagar	30,445	57,520
Proveedores	2,348,252	2,199,969
Impuestos por pagar	256,662	567,612
Intereses por pagar	301,977	188,701
Otros pasivos acumulados	1,494,016	984,214
Suma el pasivo a corto plazo	<u>4,717,712</u>	<u>4,290,095</u>
A largo plazo:		
Créditos bursátiles	6,109,026	6,161,029
Documentos por pagar a bancos	4,589,083	4,761,747
Otros documentos por pagar	66,641	72,573
Otros pasivos	492,745	530,890
Suma el pasivo a largo plazo	<u>11,257,495</u>	<u>11,526,239</u>
Créditos diferidos:		
Depósitos y anticipos de clientes	<u>8,185,446</u>	<u>10,034,295</u>
Otros pasivos:		
Impuestos diferidos	<u>1,833,331</u>	<u>1,864,154</u>
Suma el pasivo	<u>25,993,984</u>	<u>27,714,783</u>
CAPITAL CONTABLE		
Capital contribuido:		
Capital social, sin valor nominal:		
Autorizado y emitido	6,976,953	6,976,953
Recomprado	(195,944)	(179,044)
En circulación	6,781,009	6,797,909
Prima en colocación de acciones	197,983	197,983
	<u>6,978,992</u>	<u>6,995,892</u>
Capital ganado:		
Reserva Legal	1,019,832	1,019,832
Reserva para recompra de acciones	5,055,390	5,055,390
Utilidades por aplicar	8,427,253	9,305,295
Pérdida (utilidad) neta	(125,010)	(799,294)
Insuficiencia en la actualización	(2,293,988)	(2,298,502)
Efecto acumulado de impuestos diferidos	(2,421,503)	(2,421,503)
	<u>9,661,974</u>	<u>9,861,218</u>
Suma el interés mayoritario	16,640,966	16,857,110
Interés minoritario	829,715	926,898
Suma el capital contable	<u>17,470,681</u>	<u>17,784,008</u>
Suman el pasivo y el capital contable	<u>\$ 43,464,665</u>	<u>\$ 45,498,791</u>

GRUPO TELEvisa, S. A.
ESTADOS DE RESULTADOS CONSOLIDADOS POR LOS TRES MESES TERMINADOS
EL 31 DE MARZO DE 2001 Y 2000
(En miles de pesos con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2001)

	Tres meses terminados el 31 de marzo de	
	2001	2000
	(No auditado)	(No auditado)
Ventas netas	\$ 4,506,438	\$ 4,650,115
Costo de ventas	<u>2,772,127</u>	<u>2,686,728</u>
Utilidad bruta	<u>1,734,311</u>	<u>1,963,387</u>
Gastos de operación:		
Gastos de venta	369,583	346,135
Gastos de administración	<u>365,260</u>	<u>403,545</u>
	<u>734,843</u>	<u>749,680</u>
Flujo de efectivo de operación	999,468	1,213,707
Depreciación y amortización	<u>324,007</u>	<u>284,431</u>
Utilidad de operación	<u>675,461</u>	<u>929,276</u>
Costo integral de financiamiento:		
Intereses pagados	270,810	359,584
Actualización de unidades de inversión (UDIs)	41,870	-
Intereses ganados	(260,589)	(244,467)
Pérdida (utilidad) en el tipo de cambio, neto	42,220	(66,145)
Pérdida por posición monetaria neta	<u>43,855</u>	<u>28,506</u>
	<u>138,166</u>	<u>77,478</u>
Partidas especiales	<u>85,126</u>	<u>63,726</u>
Otros gastos, neto	<u>135,844</u>	<u>120,480</u>
Utilidad antes de impuestos	<u>316,325</u>	<u>667,592</u>
Impuesto sobre la renta y al activo	259,629	251,557
Participación de los trabajadores en la utilidad	5,966	8,207
Impuestos diferidos	<u>(10,096)</u>	<u>36,734</u>
	<u>255,499</u>	<u>296,498</u>
Utilidad antes de la participación en los resultados de afiliadas, efecto acumulado de cambio contable e interés minoritario	60,826	371,094
Participación en las pérdidas de afiliadas	(61,496)	(295,302)
Efecto acumulado de cambio contable	(103,480)	-
Interés minoritario	<u>(20,860)</u>	<u>(44,110)</u>
Utilidad neta	<u>\$ (125,010)</u>	<u>\$ 31,682</u>

GRUPO TELEvisa, S. A.

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS DEL 200 Y 1ER TRIMESTRE DEL 2001 (DE 6:00 A 24:00 HORAS) ⁽¹⁾ LUNES A DOMINGO

	2000												2001				
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2000	Ene	Feb	Mar	1erT
Canal 2																	
Rating	12.4	12.4	12.5	11.4	11.4	12.1	12.1	12.3	11.9	12.3	12.2	11.7	12.1	13.4	12.8	12.6	12.9
Share(%)	33.2	32.5	32.2	30.5	29.7	30.5	31.3	31.5	31.0	32.5	31.9	31.7	31.5	34.6	33.6	32.7	33.6
Total Televisa⁽²⁾																	
Rating	28.8	29.7	29.5	28.4	28.9	29.8	29.4	29.6	28.3	28.2	28.4	27.0	28.8	28.7	28.5	28.9	28.7
Share(%)	77.5	77.6	76.0	75.6	75.5	75.2	76.1	76.2	73.8	74.6	74.1	73.3	75.5	74.1	74.8	75.0	74.7

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS DEL 2000 Y 1ER TRIMESTRE DEL 2001 (DE 16:00-23:00 HORAS) ⁽¹⁾ ⁽³⁾ LUNES A DOMINGO

	2000													2001			
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2000	Ene	Feb	Mar	1erT
Canal 2																	
Rating	19.9	19.7	20.0	17.4	17.9	18.6	18.6	18.7	18.4	19.0	18.9	17.4	18.7	21.7	20.6	19.7	20.7
Share(%)	36.1	35.1	35.3	32.3	32.2	32.7	33.8	33.3	33.2	34.0	33.4	32.6	33.7	37.2	36.0	34.9	36.0
Total Televisa ⁽²⁾																	
Rating	42.5	43.1	41.9	39.7	40.9	42.1	40.6	41.6	40.6	40.6	40.4	38.0	41.0	42.2	41.9	41.6	41.9
Share(%)	76.9	76.6	74.0	73.7	73.4	73.9	73.9	73.9	73.4	72.9	71.4	71.0	73.7	72.4	73.4	73.4	73.1

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS DEL 2000 Y 1ER TRIMESTRE DEL 2001 (HORARIO ESTELAR DE TELEvisa DE 19:00-23:00 HORAS) ⁽¹⁾ ⁽³⁾ LUNES A VIERNES

	2000													2001			
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2000	Ene	Feb	Mar	1erT
Canal 2																	
Rating	25.9	23.9	24.3	21.7	22.1	22.3	23.1	23.1	23.4	24.3	23.9	22.7	23.4	27.4	25.0	23.7	25.4
Share(%)	39.9	36.8	37.7	36.0	36.1	35.2	37.0	36.4	36.8	37.8	36.6	35.6	36.8	40.9	38.5	36.5	38.6
Total Televisa⁽²⁾																	
Rating	49.1	48.9	47.6	44.3	44.6	46.0	46.1	46.9	46.7	47.1	47.7	46.0	46.8	50.1	49.2	48.7	49.3
Share(%)	75.5	75.1	73.9	73.6	72.9	72.7	74.1	73.8	73.5	73.3	72.9	71.9	73.6	74.8	75.6	75.0	75.1

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 aquel durante el cual la Compañía generalmente aplica las tarifas publicitarias más altas para su cadena del Canal 2.