



PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

GRUPO TELEVISA REPORTÓ RESULTADOS DEL CUARTO TRIMESTRE Y AÑO COMPLETO 2001

***-Ingresos Récord por Preventa de U.S.\$1.14 Miles de Millones de
Dólares-***

***-Las Ventas Netas Aumentaron 1.3%
Sin Considerar los Eventos No Recurrentes del año 2000-***

- Las **ventas netas** representaron \$19,664,546 miles de pesos, reflejando un decremento de 3.7% en comparación con el año pasado. Sin considerar el efecto de los eventos no recurrentes del año 2000, las Campañas Políticas y los Juegos Olímpicos, las ventas netas aumentaron 1.3%.
- El **costo de ventas** y los **gastos de operación** permanecieron básicamente estables en comparación con el año anterior como resultado del programa de reducción de costos implementado en abril de 2001, el cual ayudó a compensar el incremento salarial, costos de transmisión y otros gastos de operación.
- En 2001, Grupo Televisa reportó un **flujo de efectivo de operación** de \$5,386,563 miles de pesos, un margen de flujo de efectivo de operación de 27.4% y una utilidad neta de \$1,345,662 miles de pesos en comparación con una pérdida neta de \$825,211 miles de pesos en el año 2000.
- Grupo Televisa obtuvo ingresos récord por la venta anticipada de tiempo publicitario de televisión por más de U.S.\$1.14 miles de millones de dólares, lo que demuestra la confianza de nuestros clientes en Televisa por la programación y participación en la audiencia. Por lo tanto, hemos mantenido nuestra fuerte posición en el mercado.
- Televisa continúa manteniendo su liderazgo de participación del teleauditorio a nivel nacional, logrando una participación durante el horario comprendido entre las 6:00 y las 24:00 horas del 73.0% del teleauditorio a nivel nacional y en el horario estelar obtuvo una participación del 70.4% durante 2001.
- En el año 2001, Televisa expandió sus relaciones con Univision y formó nuevas alianzas estratégicas con compañías importantes, incluyendo Grupo Prisa y Endemol, fortaleciendo sus negocios y posicionando a la Compañía para futuro crecimiento.
- En febrero de 2002, Standard & Poor's otorgó el grado de inversión a la Compañía en su deuda corporativa en moneda extranjera y local, y en su deuda Senior con una calificación de BB+ a BBB-. Asimismo, la calificadora Fitch asignó una calificación de BBB- en la deuda denominada en moneda extranjera de la Compañía. El grado de inversión otorgado refleja el compromiso de Televisa para mantener un perfil financiero sano, a raíz de la difícil situación económica en México y en el extranjero.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

México, D.F. a 25 de febrero de 2002 – El día de hoy Grupo Televisa, S.A. (BMV: TLEVISA CPO; NYSE:TV) dio a conocer los resultados correspondientes al cuarto trimestre (no auditados) y año completo 2001. Los resultados que se acompañan se presentan en miles de pesos, de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México, han sido ajustados a pesos con poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2001, y presentan como operaciones discontinuadas los resultados del negocio de Discos de la Compañía (ver “Operaciones Discontinuadas” para información adicional). Los indicadores financieros se detallan a continuación:

	Tres meses terminados el 31 de diciembre de,			Doce meses terminados el 31 de diciembre de,		
	2001	2000	% Change	2001	2000	% Change
Ventas Netas*	5,661,985	5,970,729	(5.2%)	19,664,546	20,417,855	(3.7%)
Costo de Ventas	3,208,544	3,160,043	1.5%	11,450,563	11,402,790	0.4%
Gastos de Operación	757,090	739,583	2.4%	2,827,420	2,844,582	(0.6%)
Flujo de Efectivo de Operación**	1,696,351	2,071,103	(18.1%)	5,386,563	6,170,483	(12.7%)
Utilidad de Operación	1,409,573	1,787,720	(21.2%)	4,105,551	4,929,570	(16.7%)
(Utilidad de) Costo Integral de Financiamiento	(74,186)	203,544	N/A	413,353	997,960	(58.6%)
Operaciones Discontinuadas***	8,477	(44,352)	N/A	16,083	23,766	(32.3%)
Utilidad (Pérdida) Neta	902,589	732,105	23.3%	1,345,662	(825,211)	N/A

* 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.

*** Refleja las operaciones del segmento de Discos. Ver “Operaciones Discontinuadas” para información adicional.

Ventas Netas

Las ventas netas disminuyeron 3.7% representando \$19,664,546 miles de pesos durante 2001 en comparación con \$20,417,855 miles de pesos en 2000. La Compañía atribuye este decremento en las ventas netas a tres factores. Primero, durante 2000, se registraron ingresos adicionales por \$996.6 millones de pesos de ingresos publicitarios por las Campañas Políticas y los Juegos Olímpicos de Verano 2000. La comparación sin considerar estos ingresos no recurrentes refleja un incremento del 1.3% en las ventas netas. Segundo, la menor actividad económica en la industria ha ocasionado menores ventas en la mayoría de los segmentos de la Compañía, incluyendo Televisión Abierta y Radio. Y tercero, la apreciación del peso de 4.5% frente al dólar afecta de manera negativa debido al efecto en conversión de nuestras ventas denominadas en moneda extranjera en los segmentos de Licencias de Programación, Editoriales y Distribución de Publicaciones. Para información adicional de cada segmento ver “Resultados por Segmento”. **En el cuarto trimestre** de 2001, las ventas netas disminuyeron 5.2%, representando \$5,661,985 miles de pesos en comparación con \$5,970,729 miles de pesos en el cuarto trimestre de 2000, debido a la disminución de 1.6% en la economía mexicana en el mismo periodo, la cual afectó a la industria de la publicidad, así como por la apreciación del peso de 3.4% frente al dólar durante el cuarto trimestre de 2001, en comparación con la depreciación del peso de 1.9% frente al dólar durante el cuarto trimestre de 2000, que afecta de manera negativa a los segmentos de Licencias de Programación, Editoriales y Distribución de Publicaciones.

Costo de Ventas

El costo de ventas registró un incremento marginal de \$47,773 miles de pesos representando \$11,450,563 miles de pesos durante 2001 de \$11,402,790 miles de pesos durante 2000, considerando el incremento de 6% en términos reales en salarios del personal, negociados por la industria de Televisión y Radio en los meses de febrero y abril de 2001. Este incremento fue parcialmente compensado por menores costos relacionados a los segmentos de Radio, Licencias de Programación y Programación para Televisión Restringida, debido a menores ventas. **En el cuarto trimestre** de 2001, el costo de ventas aumentó 1.5%, representando \$3,208,544 miles de pesos en comparación con \$3,160,043 miles de pesos en el cuarto trimestre de 2000. Este incremento se atribuye principalmente a mayores costos de producción y programación en el segmento de Televisión Abierta, debido al lanzamiento de nuevos formatos de noticias, debate y nuevos programas para el Canal 4 diseñados para atraer nuevos clientes y demográficos en la Ciudad de México y en el área metropolitana; por un incremento en costos de programación en los noticieros por cubrir los eventos posteriores al 11 de septiembre, y por un incremento en los costos del segmento de Televisión por Cable debido al lanzamiento de nuevos servicios y mayores ventas. Los costos de transmisión, así como los servicios satelitales y las microondas también se incrementaron durante el año.

Gastos de Operación

Los gastos de operación, incluyendo gastos corporativos, disminuyeron marginalmente en \$17,162 miles de pesos, representando \$2,827,420 miles de pesos durante 2001. Esta disminución se debe al programa de reducción de costos implementado en abril de 2001. Este decremento es significativo, considerando el incremento de 6% en términos reales en salarios del personal, negociados por la industria de Televisión y Radio en los meses de febrero y abril de 2001, parcialmente compensado por una reducción de personal. **En el cuarto trimestre** de 2001, los gastos de operación aumentaron 2.4% debido al incremento en los gastos promocionales y campañas publicitarias en algunos segmentos como Editoriales y Cine, que contribuyeron al incremento en ventas de estos negocios.

Flujo de Efectivo de Operación

El flujo de efectivo de operación disminuyó a \$5,386,563 miles de pesos durante 2001 en comparación con \$6,170,483 miles de pesos reportados en el año 2000. El margen del flujo de efectivo de operación disminuyó a 27.4% en comparación con 30.2% durante el año 2000, como resultado de menores ventas netas en los segmentos de Televisión Abierta, Editoriales, Radio y Otros Negocios. **En el cuarto trimestre** de 2001, el flujo de efectivo de operación disminuyó a \$1,696,351 miles de pesos en comparación con \$2,071,103 miles de pesos durante el mismo periodo del año anterior, debido a menores ventas atribuidas a la menor actividad económica en México y en el extranjero.

Utilidad de Operación

La utilidad de operación disminuyó a \$4,105,551 miles de pesos durante 2001 en comparación con \$4,929,570 miles de pesos reportados el año anterior. Esta disminución se debe principalmente a menores ventas, parcialmente compensada por una disminución en los gastos de operación. **En el cuarto trimestre** de 2001, la utilidad de operación disminuyó a \$1,409,573 miles de pesos en comparación con \$1,787,720 miles de pesos reportados en el cuarto trimestre de 2000, como resultado de menores ventas derivadas de la menor actividad económica.

Costo Integral de Financiamiento

El costo integral de financiamiento por los años terminados el 31 de diciembre de 2001 y 2000, se integra como sigue (miles de pesos):

	2001	2000	Incremento (decremento)
Intereses pagados	\$ 1,042,819	\$ 1,291,203	\$ (248,384)
Actualización de Unidades de Inversión ("UDIs")	161,815	170,635	(8,820)
Intereses ganados	(925,648)	(918,443)	(7,205)
Utilidad en tipo de cambio-neto	(135,863)	(26,749)	(109,114)
Pérdida en tipo de cambio por contratos de cobertura cambiaria	100,537	197,821	(97,284)
Pérdida por posición monetaria	169,693	283,493	(113,800)
	<u>\$ 413,353</u>	<u>\$ 997,960</u>	<u>\$ (584,607)</u>

El costo integral de financiamiento disminuyó \$584,607 miles de pesos en relación con el año 2000, llegando a \$413,353 miles de pesos en el año terminado el 31 de diciembre de 2001, en comparación con \$997,960 miles de pesos en el año terminado el 31 de diciembre de 2000. Esta variación se debió principalmente a la disminución de \$248,384 miles de pesos de intereses pagados como resultado del refinanciamiento de la deuda a largo plazo de la Compañía en el segundo trimestre de 2000 y a un decremento en las tasas de interés debido al refinanciamiento de ciertos créditos de la Compañía durante el año terminado el 31 de diciembre de 2001, en comparación con el año terminado el 31 de diciembre de 2000. Esta disminución también refleja el incremento de \$109,114 miles de pesos por una utilidad cambiaria neta, como resultado de la apreciación de 4.5% del peso frente al dólar en el año terminado el 31 de diciembre de 2001, en comparación con una depreciación de 1.2% del peso frente al dólar durante el año terminado el 31 de diciembre de 2000; así como a una disminución en la pérdida en cambios derivada de los contratos de cobertura cambiaria de \$97,284 miles de pesos; así como a una disminución de las pérdidas por posición monetaria de \$113,800 miles de pesos como resultado de una disminución de la inflación del año terminado el 31 de diciembre de 2001 en comparación con el mismo periodo del año anterior y a una menor posición monetaria neta activa durante 2001 en comparación con el mismo periodo del año anterior; así como mayores intereses ganados por \$7,205 miles de pesos derivados de una mayor posición de efectivo e inversiones temporales promedio; así como a una disminución de \$8,820 miles de pesos como resultado de una menor actualización de la deuda a largo plazo denominada en UDIs contratada por la Compañía en abril de 2000, como resultado de menor inflación en México durante 2001 en comparación con 2000.

Reestructuración y Partidas Especiales

La reestructuración y las partidas especiales disminuyeron \$1,374,115 miles de pesos, un 71.7%, representando \$543,361 miles de pesos para el año terminado el 31 de diciembre de 2001 en comparación con \$1,917,476 durante 2000. Esta disminución refleja principalmente una partida especial de \$1,463,524 miles de pesos relacionada con el refinanciamiento de la deuda de la Compañía en el segundo trimestre de 2000. Esta disminución fue parcialmente compensada por una partida especial de \$57,438 miles de pesos relacionados principalmente con la redención anticipada del saldo remanente de las Obligaciones Descontadas de la Compañía que se llevó a cabo en mayo de 2001 como resultado de menor inflación en México durante 2001 en comparación con 2000 y por un incremento de \$166,948 miles de pesos en costos de liquidaciones debido a los recortes de personal en relación con los esfuerzos de

reducción de costos de la Compañía.

**Otros Gastos/
Productos-neto**

Otros gastos-neto aumentaron \$157,832, un 31.6%. representando \$657,030 para el año terminado el 31 de diciembre de 2001 en comparación con \$499,198 miles de pesos del año anterior. Otros gastos-neto para el año terminado el 31 de diciembre de 2001 reflejan principalmente la amortización y cancelación del crédito mercantil de \$402,169 miles de pesos, provisiones de cuentas incobrables y la cancelación de cuentas por cobrar de \$174,398 miles de pesos relacionado a la venta de acciones en años anteriores, y por \$99,800 miles de pesos relacionados con el pago de servicios profesionales relacionados con ciertos litigios y donaciones por un monto de \$118,819 miles de pesos; y por la cancelación de otros activos por \$91,359 miles de pesos. Estos otros gastos fueron parcialmente compensados por una utilidad antes de impuestos por la venta del 50% de la participación de la Compañía en el negocio de radio por un monto de \$272,952 miles de pesos y por una utilidad por disposición de activos fijos por \$77,782 miles de pesos.

**Participación en las
Pérdidas de Afiliadas**

La participación en las pérdidas de afiliadas disminuyeron a una pérdida de \$518,037 miles de pesos en el año terminado el 31 de diciembre de 2001, en comparación con una pérdida de \$1,834,171 miles de pesos en el mismo periodo del año anterior. Este decremento de \$1,316,134 miles de pesos, se debe principalmente a la discontinuación del reconocimiento de la participación en pérdidas adicionales de la asociación de DTH en México, descritas a continuación, resultando un decremento de \$1,070,965 miles de pesos en la participación en las pérdidas de afiliadas, así como a las pérdidas incurridas en la asociación de PCS en el año terminado el 31 de diciembre de 2000, la cual se vendió en el tercer trimestre de 2000. Estos decrementos fueron parcialmente compensados por un incremento en la participación en las pérdidas de las asociaciones de DTH en América del sur para el año terminado el 31 de diciembre de 2001 en comparación con el año terminado el 31 de diciembre de 2000.

En 2001, la Compañía dejó de reconocer pérdidas adicionales en la plataforma de DTH en México debido principalmente a que el pasivo reconocido hasta la fecha representa pérdidas en exceso tanto de la deuda a largo plazo por arrendamiento financiero de transpondedores incurrida por esta asociación garantizada por la Compañía, como de los compromisos de la Compañía para fondar esta asociación en México. Al 31 de diciembre de 2001, el pasivo neto reconocido por esta inversión era de \$972,827 miles de pesos, el cual representaba pérdidas reconocidas en exceso de las contribuciones de capital de la Compañía y los préstamos a largo plazo otorgados a Innova.

Operaciones Discontinuas

El 19 de diciembre de 2001, conjuntamente con una serie de transacciones, la Compañía firmó con Univision Communications Inc. ("Univision") la venta de su negocio de Discos en México, Estados Unidos y América Latina a cambio de 6,000,000 de acciones Clase A de Univision y 100,000 warrants para la compra de acciones Clase A de Univision. La administración anticipa que la venta de los activos netos del segmento de Discos se realizará en el primer trimestre de 2002. Como parte de esta transacción, los resultados de operación de Discos se clasifican como operaciones discontinuadas en los periodos que se reportan. Los resultados de 2001 y 2000 del segmento de Discos se presentan a continuación:

	Tres meses terminados el 31 de diciembre de 2001		Doce meses terminados el 31 de diciembre de 2001	
	2001	2000	2001	2000
Ventas Netas	\$ 210,857	\$ 290,437	\$ 988,155	\$ 1,298,241
EBITDA	15,370	(31,409)	88,442	130,775
Utilidad (pérdida) de operación	15,504	(32,470)	84,444	126,361
Utilidad (pérdida) neta por operaciones discontinuadas	8,477	(44,352)	16,083	23,766

Efecto Acumulado de Cambio Contable

En el primer trimestre 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 G2, la Compañía reconocía ganancias o pérdidas por contratos de instrumentos financieros, no designados como cobertura, hasta la fecha de su vencimiento. De acuerdo con este Boletín, la Compañía reconoció el valor razonable de ciertos instrumentos financieros, no designados como cobertura, al 1° de enero de 2001, reflejando una pérdida acumulada de \$69,443 miles de pesos (neto de un beneficio de impuestos por \$37,392 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 disminuyó \$93,974 miles de pesos, un 51.5%, representando \$88,606 miles de pesos para el año terminado el 31 de diciembre de 2001, en comparación con \$182,580 miles de pesos del mismo periodo del año anterior. Esta disminución se debe principalmente al decremento de la utilidad neta en el negocio de mensajes electrónicos personalizados, el cual se presenta en el segmento de Otros Negocios. Esta disminución también refleja la adquisición del 35% del interés minoritario en el segmento de Editoriales en octubre de 2000. El interés minoritario para el año terminado el 31 de diciembre de 2001 refleja principalmente la porción del resultado neto del segmento de Televisión por Cable atribuibles al 49% de interés en posesión de América Móvil, S.A de C.V. en este segmento, y a la porción de los resultados de operación del negocio de mensajes electrónicos personalizados atribuibles al 49% de interés en posesión de una subsidiaria de Mobile Telecommunications Technologies Corp. en este negocio. Desde principios de octubre de 2001, el interés minoritario también refleja la porción de los resultados de operación del segmento de Radio atribuibles al 50% de interés en posesión de Grupo Prisa en este segmento.

Resultado Neto

En el año terminado el 31 de diciembre de 2001, la Compañía tuvo una utilidad neta de \$1,345,662 miles de pesos comparada con una pérdida neta de \$825,211 miles de pesos en el año terminado el 31 de diciembre de 2000. Esta variación de \$2,170,873 miles de pesos se debe a:

- Un decremento en el costo integral de financiamiento de \$584,607 miles de pesos;
- Una reducción en las partidas especiales de \$1,374,115 miles de pesos;
- Una menor participación en las pérdidas de afiliadas de \$1,316,134 miles de pesos; y
- Una disminución en el interés minoritario de \$93,974 miles de pesos.

Estas variaciones favorables fueron compensadas por:

- Un decremento en la utilidad de operación de \$824,019 miles de pesos;
- Un incremento en otros gastos-neto de \$157,832 miles de pesos;
- Un incremento neto en la provisión para impuesto sobre la renta de \$138,980 miles de pesos, al efecto acumulado de cambio contable de \$69,443 miles de pesos; y
- Un decremento en la utilidad neta por operaciones discontinuadas de \$7,683 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:

	Doce meses terminados el 31 de diciembre de,			Contribución
	2001	2000	% Cambio	al ingreso por segmentos
<u>Ventas Netas</u>				
Televisión Abierta	\$ 12,704,710	\$ 13,288,961	(4.4%)	63.3%
Programación para Televisión				
Restringida	514,230	500,928	2.7%	2.6%
Licencias de Programación	1,404,892	1,527,217	(8.0%)	7.0%
Editoriales	1,604,268	1,645,657	(2.5%)	8.0%
Distribución de Publicaciones	897,089	903,479	(0.7%)	4.4%
Televisión por Cable	1,082,235	928,287	16.6%	5.4%
Radio	246,682	353,892	(30.3%)	1.2%
Otros Negocios**	1,616,088	1,389,657	16.3%	8.1%
Total de Ventas por Segmentos	20,070,194	20,538,078	(2.3%)	100.0%
Operaciones Intersegmentos***	(515,370)	(380,833)		
Operaciones Dispuestas:				
Ovaciones (2000) y ECO (2001)	109,722	260,610		
Total de Ventas Netas Consolidadas	\$ 19,664,546	\$ 20,417,855	(3.7%)	

	Doce meses terminados el 31 de diciembre de				
	2001	Margen	2000	Margen	% Cambio
<u>EBITDA</u>					
Televisión Abierta*	\$ 4,820,555	37.9%	\$ 5,434,183	40.9%	(11.3%)
Programación para Televisión					
Restringida	80,396	15.6%	58,922	11.8%	36.4%
Licencias de Programación	304,630	21.7%	375,681	24.6%	(18.9%)
Editoriales	279,292	17.4%	366,107	22.2%	(23.7%)
Distribución de Publicaciones	20,419	2.3%	53,978	6.0%	(62.2%)
Televisión por Cable	331,261	30.6%	227,847	24.5%	45.4%
Radio	13,232	5.4%	71,382	20.2%	(81.5%)
Otros Negocios**	(322,437)	(20.0%)	(220,739)	(15.9%)	N/A
Gastos Corporativos	(135,171)	(0.7%)	(136,759)	(0.7%)	N/A
EBITDA de Segmentos	5,392,177	26.9%	6,230,602	30.3%	(13.5%)
Operaciones Intersegmentos***	-		-		
Operaciones Dispuestas:					
Ovaciones (2000) y ECO (2001)	(5,614)		(60,119)		
EBITDA Consolidado	\$ 5,386,563	27.4%	\$ 6,170,483	30.2%	(12.7%)

* Incluye los costos fijos de "ECO" que fueron absorbidos principalmente por la división nacional de noticieros en el segmento de Televisión Abierta, representando \$284,476 miles de pesos en 2000.

** Incluye Operaciones de Internet.

*** Para propósitos de información por segmento, estas operaciones fueron incluidas en cada uno de los segmentos respectivos.

	Doce meses terminados el 31 de diciembre de,					
	2001	Margen	2000	Margen	% Cambio	
Utilidad (Pérdida) de Operación						
Televisión Abierta*	\$ 4,015,804	31.6%	\$ 4,598,632	34.6%	(12.7%)	
Programación para Televisión						
Restringida	42,852	8.3%	25,611	5.1%	67.3%	
Licencias de Programación	290,587	20.7%	362,966	23.8%	(19.9%)	
Editoriales	234,465	14.6%	331,759	20.2%	(29.3%)	
Distribución de Publicaciones	8,082	0.9%	41,320	4.6%	(80.4%)	
Televisión por Cable	237,097	21.9%	148,235	16.0%	59.9%	
Radio	(8,204)	(3.3%)	48,429	13.7%	N/A	
Otros Negocios**	(569,667)	(35.2%)	(417,626)	(30.1%)	N/A	
Utilidad de Operación por Segmento	4,251,016		5,139,326			
Gastos Corporativos	(135,171)		(136,759)			
Utilidad de Operación Total	4,115,845	20.5%	5,002,567	24.4%	(17.7%)	
Operaciones Dispuestas:						
Ovaciones (2000) y ECO (2001)	(10,294)		(72,997)			
Utilidad de Operación Consolidada	\$ 4,105,551	20.9%	\$ 4,929,570	24.1%	(16.7%)	

* Incluye los costos fijos de "ECO" que fueron absorbidos principalmente por la división nacional de noticieros en el segmento de Televisión Abierta, representando \$284,476 miles de pesos en 2000.

** Incluye Operaciones de Internet.

Televisión Abierta

El decremento en las ventas de Televisión Abierta de 4.4% se debe a dos factores. Primero, a la ausencia de ingresos por los eventos no recurrentes atribuibles a la venta de tiempo publicitario en relación con las campañas políticas y los Juegos Olímpicos de Verano que tuvieron lugar en el 2000, los cuales afectaron principalmente en el primer, segundo y tercer trimestres de 2001. Sin considerar estos eventos, las ventas de Televisión Abierta se incrementaron 2.9%. Y segundo, la menor actividad económica en la industria también afectó al mercado de compra libre durante todo el año, particularmente en el cuarto trimestre, donde el PIB disminuyó 1.6%.

La utilidad de operación de Televisión Abierta disminuyó 12.7% a \$4,015,804 miles de pesos en 2001 en comparación con \$4,598,632 miles de pesos durante 2000, como resultado de las menores ventas y mayores costos de programación en el cuarto trimestre relacionados con nuevos programas de debate y noticias, y con el diseño de nuevas producciones para el Canal 4 enfocadas a nuevos demográficos y nuevos clientes en la Ciudad de México y en el área metropolitana, así como al costo de cubrir la guerra de Afganistán y los eventos relacionados a ella.

Televisa formó una asociación estratégica con Endemol, para producir y desarrollar contenido para la televisión e Internet. Endemol, líder mundial en producción y distribución de contenido para televisión y plataformas en línea, ayudará a Televisa a incrementar su fuerte catálogo con nuevos formatos populares para los televidentes y aumentar los ratings, así como mejorar las ventas de publicidad. La nueva compañía se llama Endemol México y es una sociedad 50/50 por las dos compañías.

**Programación para
Televisión Restringida**

El aumento en las ventas de Programación para Televisión Restringida de 2.7% se debe a un mayor volumen de servicios de programación vendidos a terceros que operan tanto en el mercado nacional como internacional.

La utilidad de operación de Programación para Televisión Restringida aumentó en \$17,241 miles de pesos, reflejando un incremento en las ventas, así como una reducción en los costos de producción relacionados a programas unitarios.

En diciembre de 2001, firmamos un acuerdo con Univision para introducir nuestra programación de televisión por cable y satelital en Estados Unidos.

**Licencias de
Programación**

El decremento en las ventas de Licencias de Programación de 8.0% se debió al efecto en conversión de moneda extranjera negativo, el cual ascendió a \$123,611 miles de pesos, menores ingresos por la venta de programación a Europa, Asia y África, y por una reducción en las regalías pagadas a la Compañía por Univision de 1.2% como resultado de menores ventas de dicha compañía debido a la recesión económica en Estados Unidos. Este decremento fue parcialmente compensado por mayores ventas en Latinoamérica. Sin considerar el efecto en conversión, las ventas se incrementaron 0.1%.

En diciembre de 2001, la Compañía anunció un acuerdo con Univision, que incluye modificaciones a las licencias de programación. Ver "Univision-". El acuerdo incluye provisiones que garantizan que más programación de Televisa será transmitida en las cadenas de Univision. Asimismo, Televisa cobrará regalías adicionales de las ventas de Univision, Galavision y Telefutura. En 2002, recibiremos una cuota adicional de 3% sobre las ventas incrementales en Univision y Galavision, y en 2003 recibiremos una regalía de 12% sobre las ventas de Telefutura, sujetas a ciertos ajustes. En 2001, las regalías pagadas a la Compañía por Univision representaron U.S.\$75,554 miles de dólares en comparación a U.S.\$76,464 miles de dólares en 2000.

La utilidad de operación de Licencias de Programación disminuyó \$72,379 miles de pesos como resultado del efecto en conversión.

Editoriales

Las ventas disminuyeron 2.5% representando \$1,604,268 miles de pesos en comparación con \$1,645,657 miles de pesos durante 2000, debido principalmente a un efecto en conversión negativo. Sin este efecto, las ventas se incrementaron 0.8%. Asimismo, las ventas fueron afectadas por la menor actividad económica en México y en el extranjero. La circulación de revistas disminuyó 4.5% durante 2001 en comparación con el año anterior. Las ventas de páginas de publicidad aumentaron en relación con 2000 derivado del incremento en precios.

La utilidad de operación de Editoriales disminuyó 29.3% reflejando una disminución de las ventas netas, mayores costos y gastos de operación, debido al incremento en los costos de personal.

**Distribución de
Publicaciones**

La disminución marginal en las ventas de Distribución de Publicaciones de 0.7%, se debió principalmente a una menor circulación de revistas y al efecto en conversión negativo, parcialmente compensada por un incremento en la distribución de otros artículos (principalmente tarjetas telefónicas y formas para pagos fiscales). Sin considerar el efecto en conversión, las ventas se incrementaron 2.1%.

La utilidad de operación de Distribución de Publicaciones disminuyó \$33,238 miles de pesos reflejando un incremento en costos y gastos de operación.

Televisión por Cable

El incremento en ventas de Televisión por Cable de 16.6%, se debió principalmente al incremento de subscriptores a aproximadamente 452,000, de los cuales 81,500 son subscriptores del servicio digital, en comparación con los más de 403,000 y más de 44,000 respectivamente en el año 2000.

En el año 2000, la utilidad de operación de Televisión por Cable aumentó 59.9% debido al aumento de las ventas netas y menores gastos de operación.

En noviembre de 2001, inició transmisiones "Ponchivisión LA TELE CON PATAS", con 5 horas de horario estelar, en repetición de bloques de 4 horas con ajustes para cubrir 24 horas. La señal estará disponible vía satélite para ser distribuida por los concesionarios de televisión por cable en la República.

A finales de diciembre de 2001, el Congreso de la Unión aprobó un nuevo impuesto a los servicios de telecomunicaciones incluyendo televisión de paga. Este impuesto es del 10% sobre los ingresos provenientes de los servicios que las compañías proveen a sus subscriptores. La fecha efectiva para la aplicación de este nuevo impuesto es a partir de enero de 2002, adicional al 15% de I.V.A. y al 3.5% pagado a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes por la concesión.

Radio

El decremento en las ventas de Radio de 30.3% se debió principalmente al menor tiempo publicitario vendido y a las condiciones adversas en la industria de la radio en el país. La utilidad de operación de Radio disminuyó a una pérdida de \$8,204 miles de pesos en comparación con una utilidad de operación de \$48,428 durante 2000 como resultado de menores ventas, parcialmente compensado por menores costos de ventas y gastos de operación.

En octubre de 2001, Televisa firmó un acuerdo con Grupo Prisa, el mayor grupo de comunicación Español, para formar una alianza estratégica de radio en México. Bajo este acuerdo, Grupo Prisa adquiere mediante acciones de inversión neutra el 50% de Sistema Radiópolis, S.A. de C.V. por U.S.\$50 millones de dólares y una aportación de capital de U.S.\$10 millones de dólares. Mientras mantengamos el 50% de las acciones de control de esta subsidiaria, continuaremos consolidando el 100% de los resultados de las operaciones de esta subsidiaria de acuerdo a los Principios de Contabilidad Generalmente aceptados.

Grupo Prisa, la cual opera 338 estaciones de radio en España y es el líder en la participación de audiencia durante el día, aporta una gran experiencia con las metas obtenidas en el mercado español y ayuda a Televisa a encontrar el éxito en esta división.

Otros Negocios

El incremento en las ventas de Otros Negocios de 16.3% se debe principalmente a una mayor distribución de películas de largometraje y eventos deportivos, a mayores ingresos relacionados con la operación del portal horizontal de Internet y por *En Vivo*, el negocio de entretenimiento en vivo que lanzamos en 2001. Este incremento fue parcialmente compensado por menores ventas en el negocio de mensajes electrónicos personalizados y en el de doblaje.

La pérdida de operación de Otros Negocios aumentó a \$569,667 miles de pesos en 2001, en comparación con una pérdida de \$417,626 miles de pesos en 2000. Este incremento se debe principalmente a una menor utilidad de operación de nuestro negocio de mensajes electrónicos personalizados y a una mayor pérdida de operación de EsMas.com, parcialmente compensados por una disminución en la pérdida del negocio de fútbol.

EsMas.com se ha posicionado como uno de los portales líderes en español. Con más de 866,000 usuarios registrados, más de 5 millones de visitas, EsMas.com es actualmente el destino preferido en contenido para entretenimiento, deportes, noticias y niños. EsMas.com se ha convertido en uno de los principales destinos con más de 24 páginas vistas por visita.

SERVICIOS DE TELEVISION DIRECTA AL HOGAR VIA SATELITE

Sky

Innova continúa siendo el líder en el servicio de televisión directa al hogar vía satélite ("DTH") bajo condiciones altamente competitivas de mercado con una participación estimada del 74% medido por el número de la base activa de subscriptores al 31 de diciembre de 2001. Durante el cuarto trimestre de 2001, Innova aumentó 5,000 nuevos clientes a su base activa de subscriptores, a aproximadamente 692,000 al 31 de diciembre de 2001, representando un incremento de 17.3% o una ganancia neta de aproximadamente 102,000 subscriptores, desde el 31 de diciembre de 2000. Las subscripciones adicionales durante el cuarto trimestre fueron menores en comparación con los trimestres anteriores, debido a la menor actividad económica en México.

Las ventas netas consolidadas aumentaron a \$809 millones de pesos, y a \$3,102 millones de pesos durante los tres y doce meses terminados el 31 de diciembre de 2001 respectivamente, lo que representa un incremento de 23% en el cuarto trimestre y 31.1% en el año completo. Este incremento es debido al fuerte crecimiento de la base de subscriptores y a ingresos adicionales por la revista Skyview.

El flujo de efectivo de operación de \$212.6 millones de pesos en el cuarto trimestre y \$744.6 millones de pesos por los doce meses terminados el 31 de diciembre de 2001 se incrementaron en \$148.4 millones de pesos y \$960.0 millones de pesos respectivamente, en comparación con \$64.2 millones de pesos, y un flujo de efectivo de operación negativo de \$215.4 del año anterior.

A finales de diciembre de 2001, el Congreso de la Unión aprobó un nuevo impuesto a los servicios de telecomunicaciones incluyendo televisión de paga. Este impuesto es del 10% sobre los ingresos provenientes de los servicios que las compañías proveen a sus subscriptores. La fecha efectiva para la aplicación de este nuevo impuesto es a partir de enero de 2002, adicional al 15% de I.V.A. y al 3.5% pagado a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes por la concesión.

Con el fin de minimizar el impacto negativo del impuesto sobre los ingresos, Innova incrementó sus precios durante enero de 2002 y tomó otras medidas, incluyendo reducción del personal, gastos e inversiones de capital. Innova está analizando otras acciones que podría tomar debido a este nuevo impuesto.

OTRA INFORMACIÓN RELACIONADA

Ingresos

No Recurrentes

A continuación se presenta un estado de resultados consolidado que no incluye el efecto de los ingresos no recurrentes del año 2000.

Estados de Resultados Consolidados
(Sin el efecto de las Campañas Políticas y Juegos Olímpicos de 2000)
 (Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 2001)
 Doce meses terminados el 31 de diciembre de:

	2001	2000	Cambio
Ventas Netas	\$ 19,664.6	\$ 19,421.3	1.3%
Costo de Ventas	11,450.6	11,306.2	1.3%
Gastos de Operación	2,827.4	2,831.5	(0.1%)
EBITDA	5,386.6	5,283.6	1.9%
Utilidad de Operación	4,105.6	4,042.6	1.6%

Inversiones de Capital

Adquisiciones e

Inversiones

Durante 2001, la Compañía había invertido aproximadamente U.S.\$141.8 millones de dólares en propiedades, planta y equipo para la adquisición de equipo técnico, de transmisión y de cómputo, de los cuales aproximadamente U.S.\$40.2 millones de dólares corresponden a Cablevisión. Adicionalmente, el año anterior hemos invertido U.S.\$115.9 millones de dólares en las plataformas de DTH (U.S.\$79.7 millones de dólares en México en la forma de préstamos a largo plazo y U.S.\$36.2 millones de dólares en la plataforma satelital en Latinoamérica), y una inversión minoritaria de U.S.\$15.0 millones de dólares en una compañía productora en México

En diciembre de 2001, Televisa hizo una inversión en el capital de Univision por U.S.\$375 millones de dólares a cambio de acciones preferentes de Univision, convertibles automáticamente en 10,594,500 acciones Clase A. Ver "Univision".

Univision

En diciembre de 2001, la Compañía anunció un acuerdo con Univision, que incluye modificaciones a las licencias de programación. Univision es la quinta cadena más grande de televisión en Estados Unidos y con el mayor crecimiento en sus ingresos que cualquier otra cadena de Estados Unidos en los últimos cinco años. El acuerdo incluye provisiones que garantizan que más programación de Televisa será transmitida en las cadenas de Univision. Asimismo, la Compañía cobrará regalías adicionales de las ventas de Univision, Galavision y Telefuturo.

Asimismo, la Compañía realizó una inversión de U.S.\$375 millones de dólares a cambio de 375,000 acciones preferentes de Univision, convertibles automáticamente en 10,594,500 acciones Clase A al momento de recibir la aprobación regulatoria requerida. Adicionalmente, por haber cedido ciertos derechos corporativos, recibimos 9,000,000 warrants convertibles en acciones de Clase A de Univision, sujeto a ciertas aprobaciones regulatorias.

Univision también acordó en adquirir Fonovisa, el negocio de Discos de la Compañía música por 6 millones de acciones Clase A de Univision y 100,000 warrants – ver Operaciones Discontinuas - . La participación accionaria de Televisa en Univision sobre la base de acciones diluidas, se incrementará a aproximadamente 15%, sujeto a los procesos regulatorios.

Deuda

Al 31 de diciembre de 2001, la deuda a largo plazo de la Compañía ascendió a \$10,286,583 miles de pesos, y la de corto plazo a \$2,867,931 miles de pesos, en comparación con \$11,351,874 miles de pesos y \$360,934 miles de pesos respectivamente al 31 de diciembre de 2000.

En febrero de 2002, Standard & Poor's otorgó el grado de inversión a la Compañía en su deuda corporativa en moneda extranjera y local y en su deuda Senior con una calificación de BB+ a BBB-. Asimismo, la calificadora Fitch asignó una calificación de BBB- en la deuda denominada en moneda extranjera de la Compañía.

En el mes de diciembre de 2001 la Compañía emitió deuda por U.S.\$100.0 millones de dólares a cinco años para refinanciar aproximadamente U.S.\$100.0 millones de dólares del crédito sindicado contratado a tres años por U.S.\$400.0 millones de dólares, de los cuales U.S.\$300 millones de dólares fueron refinanciados en septiembre de 2001 emitiendo Notas Senior al 8% con vencimiento en 2011. La Compañía también obtuvo un crédito puente a 1 año por U.S.\$276.0 millones de dólares con el fin de financiar la adquisición de las acciones de Univision. Tenemos la intención de refinanciar este préstamo durante el presente año y actualmente estamos evaluando dichas alternativas.

Posición de Efectivo Disponible

Al 31 de diciembre de 2001 la posición de efectivo disponible de la Compañía ascendió a \$5,750,908 miles de pesos o su equivalente de aproximadamente U.S.\$626.6 millones de dólares

Ratings y Participación De Mercado

La información referente a ratings y participación de mercado a nivel nacional producida por IBOPE, certifica que la participación de mercado en la división de Televisión Abierta es de 70.4% en el horario estelar; de 70.5% en el horario de las 16:00 a las 23:00 horas; y de 73.0% en el horario de las 6:00 a 24:00 horas. Los ratings del total de Televisa son de 44.5 puntos en el horario estelar; 39.1 puntos en el horario de las 16:00 a las 23:00 horas; y de 27.8 puntos en el horario de 6:00 a 24:00 horas.

En el mes de octubre, Grupo Televisa cambió su parrilla de programación en el Canal 2 con el fin de mejorar la continuidad de la audiencia y ofrecer nuevos programas de investigación periodística. Entre las modificaciones destaca el programa "Círculo Rojo", con los periodistas Javier Solórzano y Carmen Aristegui, los lunes y miércoles de 23:30 a 0:30 hrs. Además El Noticiero del periodista Joaquín López Dóriga, recorrió media hora su horario habitual, por lo que inicia a las 22:00 debido al interés mostrado por la audiencia ante los acontecimientos mundiales. La barra de comedia, se traslado a las 18:00 para transmitir los programas más populares del país y actualmente los siguientes están al aire: lunes "Güereja de mi vida", martes "Lo mejor de Furcio", el miércoles "Ay María que puntería", el jueves "La hora pico" y el viernes "Cero en conducta". Además el martes a las 23:00 se transmite el programa "México Nuevo Siglo", de Enrique Krauze; el jueves "Zona Abierta", de Héctor Aguilar Camín, y el viernes a las 23:30 "El alma de México".

**Plan de
Comercialización**

La Compañía cerró ingresos récord por la preventa de tiempo publicitario de Televisión por más de U.S.\$1.14 miles de millones de dólares. Al 31 de diciembre de 2001 la Compañía había recibido depósitos por la preventa de tiempo publicitario por aproximadamente \$10,480 millones de pesos (nominales), representando U.S.\$1,142.0 millones de dólares, al tipo de cambio del 31 de diciembre de 2001

Al 31 de diciembre de 2000 la Compañía había recibido depósitos por aproximadamente \$9,632.3 millones de pesos nominales, representando U.S.\$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 8.8% en términos nominales y de 3.3% en términos reales en comparación con el año anterior. El incremento en términos de dólares fue de 13.9%.

Se recibieron aproximadamente 60.6% de los depósitos por preventa en forma de documentos de corto plazo que no devengan intereses al 31 de diciembre de 2001, con un vencimiento promedio de 4 meses, mientras que el resto fue recibido en efectivo. En comparación, el 31 de diciembre de 2000 se recibieron el 53.6% en documentos de corto plazo, con un vencimiento promedio de 3.6 meses, mientras que el resto fue recibido en efectivo.

**Perspectivas
de 2002**

Nuestras cifras preliminares respecto a los dos primeros meses del año y el clima de negocios en la industria de la publicidad indican que el año 2002 verá una recuperación en comparación con 2001.

Esperamos que las ventas de Televisión Abierta permanezcan estables u obtengan un crecimiento marginal en el primer trimestre de 2002 en comparación con el mismo periodo del año anterior, esto debido a la ciclicidad de la industria. Creemos que nuestros clientes realizarán sus inversiones en el segundo trimestre cuando se lleve a cabo el Mundial de fútbol.

La Compañía espera que los costos de operación permanezcan estables a pesar del aumento en los sueldos de personal, el aumento en las tarifas eléctricas y otros servicios en el 2002.

El margen de flujo de efectivo de operación se mantendrá estable o crecerá marginalmente.

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; 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.
(5255) 5261-2000

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 2001 Y 2000
 (En miles de pesos con poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2001)

ACTIVO	2001 (No auditado)	2000 (Auditado)
Circulante:		
Disponible:		
Efectivo	\$ 528,668	\$ 1,103,892
Inversiones temporales	<u>5,222,240</u>	<u>6,856,441</u>
	5,750,908	7,960,333
Documentos y cuentas por cobrar a clientes-neto	9,010,462	8,501,458
Otras cuentas y documentos por cobrar-neto	1,131,337	806,206
Cuentas corrientes con compañías afiliadas-neto	549,443	395,134
Inventarios	8,067,260	8,760,690
Otros activos	<u>617,948</u>	<u>545,328</u>
Suma el activo circulante	25,127,358	26,969,149
 Documentos y cuentas por cobrar a largo plazo	 6,470	 33,804
Inversiones	3,872,748	314,277
Inmuebles, planta y equipo-neto	12,927,834	13,140,916
Crédito mercantil y marcas comerciales-neto	2,888,810	3,102,623
Activo diferido-neto	2,658,766	2,728,611
Otros activos	<u>625,033</u>	<u>684,723</u>
Suma el activo	<u>\$ 48,107,019</u>	<u>\$ 46,974,103</u>

GRUPO TELEVISÁ, S. A.
BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2001 Y 2000
(En miles de pesos con poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2001)

PASIVO	2001 (No Auditado)	2000 (Auditado)
A corto plazo:		
Documentos por pagar a bancos	\$	\$
otros documentos por pagar y	2,867,931	360,934
Proveedores	2,114,976	2,266,842
Impuestos por pagar	273,713	586,017
Intereses por pagar	208,222	194,820
Otros pasivos acumulados	622,587	1,020,590
Suma el pasivo a corto plazo	6,087,429	4,429,203
A largo plazo:		
Créditos bursátiles	8,587,966	6,360,802
Documentos por pagar a bancos	1,692,435	4,916,147
Otros documentos por pagar	6,182	74,925
Otros pasivos	456,454	548,105
Suma el pasivo a largo plazo	10,743,037	11,899,979
Créditos diferidos:		
Depósitos y anticipos de clientes	10,822,299	10,359,661
Otros pasivos:		
Planes de pensiones y primas de antigüedad	14,751	-
Impuestos diferidos	1,574,245	1,924,600
	1,588,996	1,924,600
Suma el pasivo	29,241,761	28,613,443
CAPITAL CONTABLE		
Capital contribuido:		
Capital social, sin valor nominal:		
Autorizado y emitido	7,203,182	7,203,182
Recomprado	(225,664)	(184,849)
En circulación	6,977,518	7,018,333
Prima en colocación de acciones	204,403	204,403
	7,181,921	7,222,736
Capital ganado:		
Reserva Legal	1,052,901	1,052,901
Reserva para recompra de acciones	5,219,312	5,219,312
Utilidades por aplicar	8,397,480	9,403,580
Otros componentes de (pérdida) integral	(5,275,527)	(4,669,611)
Utilidad (pérdida) neta	1,345,662	(825,211)
	10,739,828	10,180,971
Suma el interés mayoritario	17,921,749	17,403,707
Interés minoritario	943,509	956,953
Suma el capital contable	18,865,258	18,360,660
Suma el pasivo y el capital contable	\$ 48,107,019	\$ 46,974,103

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

	Tres meses terminados el 31 de diciembre de		Doce meses terminados el 31 de diciembre de	
	2001	2000	2001	2000
	(No auditado)	(No auditado)	(No auditado)	(Auditado)
Ventas netas	\$ 5,661,985	\$ 5,970,729	\$ 19,664,546	\$ 20,417,855
Costo de ventas	<u>3,208,544</u>	<u>3,160,043</u>	<u>11,450,563</u>	<u>11,402,790</u>
Utilidad bruta	2,453,441	2,810,686	8,213,983	9,015,065
Gastos de operación:	<u>757,090</u>	<u>739,583</u>	<u>2,827,420</u>	<u>2,844,582</u>
Flujo de efectivo de operación (*)	1,696,351	2,071,103	5,386,563	6,170,483
Depreciación y amortización	<u>286,778</u>	<u>283,383</u>	<u>1,281,012</u>	<u>1,240,913</u>
Utilidad de operación	<u>1,409,573</u>	<u>1,787,720</u>	<u>4,105,551</u>	<u>4,929,570</u>
Costo (utilidad de) integral de financiamiento:				
Intereses pagados	226,547	334,293	1,042,819	1,291,203
Actualización de unidades de inversión (UDIs)	46,543	76,091	161,815	170,635
Intereses ganados	(173,380)	(238,444)	(925,648)	(918,443)
Pérdida (utilidad) en el tipo de cambio, neto	(88,454)	26,044	(35,326)	171,072
Pérdida por posición monetaria neta	<u>(85,442)</u>	<u>5,560</u>	<u>169,693</u>	<u>283,493</u>
	<u>(74,186)</u>	<u>203,544</u>	<u>413,353</u>	<u>997,960</u>
Partidas especiales	<u>80,391</u>	<u>176,994</u>	<u>543,361</u>	<u>1,917,476</u>
Otros gastos (producto)- neto	<u>220,845</u>	<u>138,624</u>	<u>657,030</u>	<u>499,198</u>
Utilidad antes de impuestos	<u>1,182,523</u>	<u>1,268,558</u>	<u>2,491,807</u>	<u>1,514,936</u>
Impuesto sobre la renta y al activo	166,691	230,819	688,058	926,172
Participación de los trabajadores en la utilidad	(1,384)	2,408	21,497	18,787
Impuestos diferidos	<u>30,561</u>	<u>(144,018)</u>	<u>(223,413)</u>	<u>(597,797)</u>
	<u>195,868</u>	<u>89,209</u>	<u>486,142</u>	<u>347,162</u>
Utilidad antes de la participación en los resultados de afiliadas, operaciones , discontinuadas, efecto acumulado de cambio contable e interés minoritario	986,655	1,179,349	2,005,665	1,167,774
Participación en las pérdidas de afiliadas	(75,991)	(396,048)	(518,037)	(1,834,171)
Efecto acumulado de cambio contable	8,477	(44,352)	16,083	23,766
Operaciones Discontinuas (**)	488	-	(69,443)	-
Interés minoritario	<u>(17,040)</u>	<u>(6,844)</u>	<u>(88,606)</u>	<u>(182,580)</u>
Utilidad (pérdida) neta	<u>\$ 902,589</u>	<u>\$ 732,105</u>	<u>\$ 1,345,662</u>	<u>\$ (825,211)</u>

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

(**) En diciembre de 2001, la Compañía acordó vender sus operaciones de Discos a Univision. Consecuentemente, los resultados de operaciones del negocio de Discos de la Compañía se clasifican como operaciones discontinuas para todos los periodos presentados.

GRUPO TELEvisa, S. A.

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS DEL 1ER, 2DO, 3RO Y 4TO TRIMESTRE DE 2001 (DE 6:00 A 24:00 HORAS) ⁽¹⁾ LUNES A DOMINGO

2001																	
	Ene	Feb	Mar	1 ^{er} T	Abr	May	Jun	2 ^{do} T	Jul	Ago	Sep	3 ^{er} T	Oct	Nov	Dic	4 ^{to} T	FY
Canal 2																	
Rating	13.4	12.8	12.6	12.9	12.2	12.0	11.4	11.8	11.6	11.4	12.1	11.7	12.7	12.1	10.8	11.9	12.1
Share (%)	34.6	33.6	32.7	33.6	31.8	32.4	31.1	31.8	31.0	30.8	31.3	31.0	31.7	30.8	29.5	30.7	31.8
Total Televisa ⁽²⁾																	
Rating	28.7	28.5	28.9	28.7	28.3	27.2	26.5	27.3	27.5	26.6	27.6	27.2	28.8	28.4	26.5	27.9	27.8
Share (%)	74.1	74.8	75.0	74.7	74.1	73.7	72.1	73.3	73.2	71.5	71.2	72.0	71.7	72.0	72.6	72.1	73.0

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS DEL 1ER, 2DO, 3ER Y 4TO TRIMESTRE DE 2001 (DE 16:00-23:00 HORAS) ⁽¹⁾ LUNES A DOMINGO

2001																	
	Ene	Feb	Mar	1 ^{er} T	Abr	May	Jun	2 ^{do} T	Jul	Ago	Sep	3 ^{er} T	Oct	Nov	Dic	4 ^{to} T	FY
Canal 2																	
Rating	21.7	20.6	19.7	20.7	18.3	18.1	17.1	17.8	17.7	17.4	17.5	17.5	19.0	18.5	16.5	18.0	18.5
Share (%)	37.2	36.0	34.9	36.0	33.6	33.8	32.4	33.3	32.4	32.1	31.3	32.0	32.9	32.3	31.1	32.1	33.3
Total Televisa ⁽²⁾																	
Rating	42.2	41.9	41.6	41.9	39.2	38.2	36.8	38.1	38.7	36.6	38.1	37.8	39.8	39.5	36.7	38.6	39.1
Share (%)	72.4	73.4	73.4	73.1	71.9	71.4	69.8	71.0	70.9	67.8	68.2	68.9	68.8	68.7	69.0	68.8	70.5

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS DEL 1ER, 2DO, 3ER Y 4TO TRIMESTRE DE 2001
(HORARIO ESTELAR DE TELEvisa DE 19:00-23:00 HORAS) ⁽³⁾ LUNES A VIERNES

2001																	
	Ene	Feb	Mar	1º T	Abr	May	Jun	2º T	Jul	Ago	Sep	3º T	Oct	Nov	Dic	4º T	FY
Canal 2																	
Rating	27.4	25.0	23.7	25.4	21.9	22.9	20.8	21.9	21.2	21.6	23.4	22.1	23.8	22.7	20.8	22.4	22.9
Share (%)	40.9	38.5	36.5	38.6	35.6	37.8	34.9	36.1	34.4	35.5	36.1	35.3	36.0	34.2	34.1	34.8	36.2
Total Televisa ⁽²⁾																	
Rating	50.1	49.2	48.7	49.3	44.7	43.5	41.6	43.3	43.1	41.2	44.0	42.8	44.4	43.9	39.7	42.7	44.5
Share (%)	74.8	75.6	75.0	75.1	72.7	72.0	69.7	71.5	70.1	67.7	67.9	68.5	67.3	66.3	65.2	66.3	70.4

Notas:

(1) La información referente a ratings y participación de mercado a nivel nacional en zonas urbana s 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.