



PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

GRUPO TELEVISA REPORTÓ RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2002

- Las Ventas de Televisión Abierta Aumentaron 13.1% -**
- El Margen de Flujo de Efectivo de Operación de Televisión Abierta Aumentó a 39.0% -**
- Las Ventas Netas Aumentaron 10.1% -**
- La Utilidad Neta Aumentó a Más de \$1,000 Millones de Pesos -**
- Aumento en los Ratings y la Participación de Audiencia -**

- Las **ventas netas** aumentaron 10.1% llegando a \$5,186,849 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002 en comparación con los \$4,709,660 miles de pesos del mismo periodo de 2001. Este aumento refleja mayores ingresos por venta de publicidad relacionada con el Mundial 2002 Corea-Japón representando \$353,000 miles de pesos, y una recuperación parcial en el mercado publicitario. Las ventas netas de Televisión Abierta aumentaron 13.1% a \$3,302,768 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002.
- El **flujo de efectivo de operación** aumentó 11.8% llegando a \$1,428,494 miles de pesos durante el segundo trimestre de 2002 en comparación con \$1,277,727 miles de pesos en el segundo trimestre de 2001. El crecimiento en el flujo de efectivo de operación fue favorecido por las ventas adicionales de publicidad relacionadas con la transmisión del Mundial 2002 Corea-Japón. El margen de flujo de efectivo de operación aumentó a 27.5% en el segundo trimestre de 2002 en comparación con 27.1% en el mismo periodo del año anterior.
- Los **ratings y la participación de audiencia** a nivel nacional de Televisión Abierta reportados por IBOPE, confirmaron que en el segundo trimestre de 2002, los ratings y la participación de audiencia registraron un fuerte incremento en comparación al primer trimestre de 2002. La participación de audiencia creció de 69.8% a 76.1% en el horario estelar y de 74.1% a 76.9% de 6:00 a 24:00 horas, como resultado de los ajustes en nuestra programación. Durante el Mundial 2002 Corea-Japón, Televisa alcanzó un 70% de participación de audiencia, reflejando nuestro liderazgo en la transmisión de los eventos más importantes.
- En el segundo trimestre de 2002, la **utilidad neta** aumentó a \$1,186,321 miles de pesos en comparación con una utilidad neta de \$248,412 miles de pesos en el mismo periodo del año anterior. Este incremento refleja la ganancia neta de la disposición de nuestro negocio de Discos sustancialmente concluida en el mes de abril de 2002.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

México, D.F. a 24 de julio de 2002 – El día de hoy Grupo Televisa, S.A. (BMV: TLEVISA CPO; NYSE:TV) dio a conocer los resultados correspondientes al segundo trimestre de 2002. Los resultados que se acompañan se presentan en miles de pesos, de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México, y han sido ajustados a pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2002, y presentan como operaciones discontinuadas los resultados de operación del negocio de Discos de la Compañía y la ganancia neta por la disposición de este segmento (para información adicional ver “Operaciones Discontinuadas”). Los indicadores financieros se detallan a continuación:

	Tres meses terminados el 30 de junio	
	2002	2001
Ventas Netas¹	\$ 5,186,849	\$ 4,709,660
Costo de Ventas	3,020,263	2,741,948
Utilidad Bruta	2,166,586	1,967,712
Gastos de Venta	403,209	354,754
Gastos de Administración	334,883	335,231
Gastos de Operación	738,092	689,985
Flujo de Efectivo de Operación²	1,428,494	1,277,727
Utilidad de Operación	1,089,619	944,216
Costo Integral de Financiamiento	216,358	45,920
Utilidad de Operaciones Discontinuadas	1,113,798	9,119
Utilidad Neta	1,186,321	248,412

¹ Ver “Resultados por Segmento” para información adicional de cada segmento.

² El flujo de efectivo de operación se define como utilidad de operación antes de la depreciación y amortización.

Ventas Netas

Las ventas netas aumentaron 10.1% llegando a \$5,186,849 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002 en comparación con \$4,709,660 miles de pesos del mismo periodo de 2001. El incremento se atribuye principalmente a mayores ventas en el segmento de Televisión Abierta debido a la transmisión del Mundial por un total de \$353,000 miles de pesos, así como a mayores ventas en los segmentos de Programación para Televisión Restringida, Licencias de Programación, Distribución de Publicaciones y Televisión por Cable y al efecto de la depreciación del peso de 10.4% frente al dólar en las ventas denominadas en moneda extranjera en el segundo trimestre de 2002 comparado con el efecto de la apreciación del peso de 4.4% frente al dólar en el mismo periodo del año anterior. Sin considerar los ingresos del Mundial, las ventas aumentaron 2.6%. Estos incrementos fueron parcialmente compensados por decrementos en los segmentos de Radio y Otros Negocios.

Costo de Ventas

El costo de ventas aumentó 10.2% a \$3,020,263 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002 en comparación con los \$2,741,948 miles de pesos del mismo periodo de 2001. Este incremento refleja mayores costos en el segmento de Televisión Abierta asociados con la producción y transmisión del Mundial representando \$170,000 miles de pesos, así como mayores costos en los segmentos de Programación para Televisión Restringida, Editoriales, Distribución de Publicaciones y Televisión por Cable. Si considerar los costos asociados al Mundial, el costo de ventas hubiera aumentado 3.3%. Estos incrementos fueron parcialmente compensados por decrementos en los segmentos de Licencias de Programación, Radio y Otros Negocios.

Gastos de Operación

Los gastos de operación incluyendo gastos corporativos, aumentaron 7.0% a \$738,092 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002 en comparación con los \$689,985 miles de pesos reportados el mismo periodo de 2001. El incremento se debe principalmente al aumento de 13.7% en los gastos de venta originado por mayores ventas, y a una mayor provisión de cuentas de cobro dudoso en los segmentos de Televisión Abierta, Licencias de Programación y Programación para Televisión Restringida, debido principalmente a la adversa situación económica en América Latina.

Flujo de Efectivo de Operación

El flujo de efectivo de operación aumentó 11.8% llegando a \$1,428,494 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002 en comparación con los \$1,277,727 miles de pesos reportados en el mismo periodo del año anterior. El margen del flujo de efectivo de operación aumentó en el segundo trimestre de 2002 a 27.5% de 27.1% en el mismo periodo del año anterior. Estos incrementos son relacionados principalmente a mayores ventas del segmento de Televisión Abierta debido a la transmisión del Mundial.

Utilidad de Operación

La utilidad de operación aumentó 15.4% a \$1,089,619 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002 en comparación con los \$944,216 miles de pesos reportados el mismo periodo de 2001. El margen de utilidad de operación aumentó a 21.0 % en el segundo trimestre de 2002 en comparación con 20.0% del mismo periodo del año anterior. Estos incrementos son relacionados principalmente a mayores ventas del segmento de Televisión Abierta debido a la transmisión del Mundial, así como a mayores ventas en los segmentos de Programación para Televisión Restringida, Licencias de Programación, Televisión por Cable y Distribución de Publicaciones.

Costo Integral de Financiamiento

El costo integral de financiamiento por los tres meses terminados el 30 de junio de 2002 y 2001, se integra como sigue (miles de pesos):

	2002	2001	Incremento (decremento)
Intereses pagados	\$ 299,683	\$ 275,497	\$ 24,186
Actualización de unidades de inversión ("UDIs")	44,725	46,646	(1,921)
Intereses ganados	(166,365)	(277,380)	111,015
Pérdida (utilidad) en tipo de cambio-neto	479,467	(124,239)	603,706
Cobertura cambiaria por inversión en Univision	(498,573)	-	(498,573)
Pérdida en tipo de cambio por contratos de cobertura cambiaria	-	48,054	(48,054)
Pérdida por posición monetaria-neto	57,421	77,342	(19,921)
	\$ 216,358	\$ 45,920	\$ 170,438

El costo integral de financiamiento aumentó a \$216,358 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002, en comparación con los \$45,920 miles de pesos en el mismo periodo del año anterior. Este incremento de \$170,438 miles de pesos refleja: (a) un incremento de \$603,706 miles de pesos en la pérdida cambiaria neta, como resultado de una depreciación de 10.4% del peso frente al dólar durante los tres meses terminados el 30 de junio de 2002 en comparación con una apreciación de 4.4% del peso frente al dólar durante el mismo periodo de 2001; (b) a la disminución de \$111,015 miles de pesos de intereses ganados como resultado de la reducción de las tasas de interés durante los tres meses terminados el 30 de junio de 2002 en comparación con el mismo periodo del año anterior; así como a un menor promedio en inversiones temporales durante el segundo trimestre de 2002 en comparación con el segundo trimestre de 2001; y (c) por un incremento de \$24,186 miles de pesos de intereses pagados, principalmente como resultado de un mayor nivel de deuda durante el segundo trimestre de 2002 en comparación con el segundo trimestre de 2001.

Estos incrementos fueron parcialmente compensados por: (a) una pérdida cambiaria neta registrada en el capital contable como otros componentes de pérdida integral por \$498,573 miles de pesos e incurrida en los tres meses terminados el 30 de junio de 2002 en relación con la cobertura de los Documentos por pagar a largo plazo en dólares, con vencimiento en 2011 y 2032, con la inversión neta en dólares en Univision a partir del 1° de marzo de 2002; (b) por un decremento de \$48,054 miles de pesos en la pérdida atribuible a contratos de cobertura cambiaria durante los tres meses terminados el 30 de junio de 2001, los cuales se liquidaron en el cuarto trimestre de 2001; (c) una disminución en la pérdida por posición monetaria de \$19,921 miles de pesos debido a una menor posición monetaria activa neta durante los tres meses terminados el 30 de junio de 2002 en comparación con el segundo trimestre de 2001; y (d) una disminución marginal de \$1,921 miles de pesos en la deuda a largo plazo denominada en UDIs de la Compañía.

Partidas Especiales

Las partidas especiales representaron un monto de \$372,244 miles de pesos durante el segundo trimestre de 2002, principalmente relacionados con la cancelación de las cartas de exclusividad de jugadores de fútbol, así como a recortes de personal en los segmentos de Televisión Abierta y Televisión por Cable. Adicionalmente, durante el segundo trimestre de 2002, la Compañía registró un cargo no recurrente por un monto total de \$153,154 miles de pesos, relacionado con la utilización de una carta de crédito a favor de DirecTV por ciertos acuerdos relacionados con los derechos de transmisión del Mundial. En este sentido, DirecTV reclama que la Compañía violó estos acuerdos, mientras que la Compañía ha manifestado su inconformidad y tratará de recuperar legalmente el monto de dicha carta de crédito. No se puede asegurar la manera en que esta disputa se resolverá.

Otros gastos-neto

Otros gastos-neto representaron un monto de \$255,519 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002 en comparación con un gasto de \$152,529 miles de pesos en el mismo periodo del año anterior. Este aumento refleja un incremento en la amortización del crédito mercantil, principalmente como resultado de la adquisición de acciones de Univision en diciembre de 2001 y abril de 2002. Otros gastos-neto para el segundo trimestre de 2002 incluyen principalmente la amortización del crédito mercantil, provisiones para cuentas de cobro dudoso y el pago de servicios profesionales no relacionados con la operación diaria de nuestros negocios.

Impuestos Diferidos

El impuesto sobre la renta, el impuesto al activo y la participación de los trabajadores en la utilidad representaron un beneficio fiscal neto de \$104,034 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002, como resultado de una reducción anual en la tasa del impuesto sobre la renta aplicable a las empresas mexicanas a partir de 2003 y hasta 2005 en que la tasa sea del 32%, de conformidad con la nueva Ley del Impuesto sobre la Renta que entró en vigor el primero de enero de 2002. Esta reducción en tasa modificó los impuestos diferidos estimados por la Compañía al primero de enero de 2002, y su impacto fue reconocido por la Compañía en la provisión de impuestos diferidos del segundo trimestre de 2002.

Participación en las Pérdidas de Afiliadas

La participación en las pérdidas de afiliadas aumentó a una pérdida de \$276,160 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002, en comparación con una pérdida de \$158,388 miles de pesos en el mismo periodo del año anterior. Este incremento de \$117,772 miles de pesos, ó 74.4%, se debe principalmente al reconocimiento de pérdidas adicionales en la asociación de DTH en México ("Innova"), como se describe a continuación, y a una mayor participación en las pérdidas de Sky Multi-Country Partners, la asociación de DTH de la Compañía con subsidiarias en Colombia, Chile y Argentina.

Durante 2001 y el primer semestre de 2002, la inversión de la Compañía en Innova representó una posición neta de pasivo en el balance de la Compañía. Esta posición neta de pasivo se deriva de las pérdidas reconocidas por la Compañía en exceso de sus contribuciones de capital y préstamos de largo plazo a Innova, y hasta el primer trimestre de 2002 excedía el monto de la deuda a largo plazo de esta asociación por concepto de arrendamiento financiero de transpendedores que la Compañía ha garantizado. Debido a esta posición neta de pasivo, la Compañía dejó de reconocer pérdidas adicionales en su participación en Innova en 2001 y en el primer trimestre de 2002. Sin embargo, durante el segundo trimestre de 2002, la Compañía reconoció pérdidas adicionales por un monto de \$181,626 miles de pesos para mantener una posición neta de pasivo de \$823,109 miles de pesos al 30 de junio de 2002, la cual representa la deuda a largo plazo por arrendamiento financiero de Innova, garantizada por la Compañía a esa fecha.

Durante el segundo trimestre de 2002, como resultado de la crisis económica en Argentina, Sky Multi-Country Partners anunció que su subsidiaria Sky Argentina cerrará operaciones en julio de 2002. La Compañía es propietaria del 30% de Sky Multi-Country Partners, y News Corp., Globo Comunicaciones y Liberty Media poseen un 30%, 30% y 10%, respectivamente, en dicha asociación.

En el mes de abril de 2002, Televisa y Clear Channel Entertainment, el líder productor y distribuidor de entretenimiento en vivo, concluyeron una serie de transacciones y acuerdos para formalizar la operación de sus empresas "En Vivo" en México, y Cárdenas-Fernández & Associates, Inc. en los Estados Unidos, donde cada compañía tiene una participación de 50%. En el caso de México, la Compañía y Clear Channel alcanzaron un acuerdo inicial para formar "En Vivo" en el tercer trimestre de 2001, fecha en que la empresa comenzó operaciones; sin embargo, el acuerdo final de dicha asociación no fue cerrado por las dos partes sino hasta abril de 2002, con un acuerdo adicional para extender la sociedad a los Estados Unidos. En consecuencia, a principios del segundo trimestre de 2002, la Compañía reconoce el 50% de su inversión en esta asociación mediante la aplicación del método de participación a los resultados de operaciones y activos netos de "En Vivo".

Operaciones Discontinuadas

El 19 de diciembre de 2001, como parte de una serie de transacciones, la Compañía acordó con Univision Communications Inc. ("Univision") la venta de su negocio de Discos a cambio de 6,000,000 de acciones de Univision y "warrants" para adquirir 100,000 acciones de Univision, los cuales expiran en diciembre de 2017. Esta venta fue sustancialmente concluida en abril de 2002. El precio de cotización de las acciones de Univision utilizado para valuar la transacción fue U.S.\$38.85 dólares por acción, el cual fue determinado con base en el promedio de los precios de cotización en el mercado durante la semana del 17 al 21 de diciembre de 2001. Consecuentemente, los resultados de operaciones de este negocio hasta la fecha de cierre de esta transacción en abril de 2002, así como la utilidad por esta disposición neta de los costos, gastos e impuestos relativos se reconocen como utilidad por Operaciones Discontinuadas en los resultados por los períodos presentados. Asimismo, en relación con esta transacción, la Compañía podría pagar ciertos ajustes a Univision como resultado de una auditoría al negocio de Discos hecha por Univision, la cual se encuentra todavía en proceso de resolución por las partes. La Compañía no considera que dichos ajustes puedan ser materiales en monto o impacto; sin embargo, no puede asegurar que así vaya a suceder.

Interés Minoritario

El interés minoritario fue de \$849 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002, comparado con \$15,852 miles de pesos en el mismo periodo del año anterior. Esta disminución refleja la pérdida neta del segmento de Radio de la Compañía, del cual, el 50% de interés accionario pertenece a Grupo Prisa desde octubre de 2001, así como por un decremento en la utilidad neta del negocio de envío de mensajes electrónicos personalizados, del cual, el 49% de interés accionario pertenece a una subsidiaria de Mobile Telecommunications Technologies Corp.

Resultado Neto

En el segundo trimestre de 2002, la Compañía tuvo una utilidad neta de \$1,186,321 miles de pesos comparado con una utilidad neta de \$248,412 miles de pesos en el mismo periodo del año anterior. Esta variación favorable de \$937,909 miles de pesos se debe principalmente a:

- Un incremento en la utilidad de operación de \$145,403 miles de pesos;
- un incremento en el beneficio neto de impuestos sobre la renta de \$101,556 miles de pesos;
- un incremento en la utilidad neta por operaciones discontinuadas de \$1,104,679 miles de pesos;
- una reducción en el efecto acumulado de cambio contable de \$583 miles de pesos; y
- un decremento en el interés minoritario de \$15,003 miles de pesos.

Estas variaciones fueron parcialmente compensadas por un mayor costo integral de financiamiento de \$170,438 miles de pesos; un incremento en las partidas especiales de \$38,115 miles de pesos; un incremento en otros gastos-neto de \$102,990 miles de pesos; y una mayor participación en las pérdidas de afiliadas de \$117,772 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 30 de junio de,		% Cambio	Contribución al ingreso por segmentos
	2002	2001		
Ventas Netas				
Televisión Abierta	\$ 3,302,768	\$ 2,919,857	13.1%	62.8%
Programación para Televisión	144,718	123,982	16.7%	2.7%
Restringida				
Licencias de Programación	361,949	347,350	4.2%	6.9%
Editoriales	426,512	427,933	(0.3%)	8.1%
Distribución de Publicaciones	371,134	227,080	63.4%	7.1%
Televisión por Cable	286,018	258,170	10.8%	5.4%
Radio	44,136	67,873	(35.0%)	0.8%
Otros Negocios	324,786	375,107	(13.4%)	6.2%
Segmentos	5,262,021	4,747,352	10.8%	100.0%
Operaciones Intersegmentos ¹	(75,172)	(87,887)	-	
Operaciones Dispuestas ²	-	50,195	-	
Total de Ventas Netas	\$ 5,186,849	\$ 4,709,660	10.1%	

	Tres meses terminados al 30 de junio de		% Cambio	
	2002	Margen		
EBITDA				
Televisión Abierta	\$ 1,288,701	39.0%	\$ 1,095,980	37.5%
Programación para Televisión	17,265	11.9%	20,452	16.5%
Restringida				(15.6%)
Licencias de Programación	67,532	18.7%	74,954	21.6%
Editoriales	92,304	21.6%	98,385	23.0%
Distribución de Publicaciones	15,168	4.1%	10,849	4.8%
Televisión por Cable	72,247	25.3%	73,057	28.3%
Radio	(11,298)	(25.6%)	5,933	8.7%
Otros Negocios	(68,238)	(21.0%)	(67,381)	(18.0%)
Gastos Corporativos	(45,187)	(0.9%)	(45,198)	(1.0%)
EBITDA de Segmentos ²	1,428,494	27.1%	1,267,031	26.7%
Operaciones Dispuestas ²	-	-	10,696	-
EBITDA Consolidado	\$ 1,428,494	27.5%	\$ 1,277,727	27.1%
				11.8%

¹ Operaciones Intersegmentos: para propósitos de información por segmento, estas operaciones fueron incluidas en cada uno de los segmentos respectivos.

² Operaciones Dispuestas refleja principalmente los resultados de operación de Merkatec y los costos de programación de ECO.

	Tres meses terminados al 30 de junio de					
	2002	Margin	2001	Margin	% Cambio	
Utilidad (Pérdida) de Operación						
Televisión Abierta	\$ 1,072,378	32.5%	\$ 884,049	30.3%	21.3%	
Programación para Televisión	7,001	4.8%	11,100	9.0%	(36.9%)	
Restringida						
Licencias de Programación	65,372	18.1%	71,517	20.6%	(8.6%)	
Editoriales	85,742	20.1%	87,685	20.5%	(2.2%)	
Distribución de Publicaciones	11,086	3.0%	7,793	3.4%	42.3%	
Televisión por Cable	39,655	13.9%	49,409	19.1%	(19.7%)	
Radio	(15,387)	(34.9%)	(557)	(0.8%)	-	
Otros Negocios	(131,041)	(40.3%)	(130,350)	(34.8%)	-	
Gastos Corporativos	(45,187)	(0.9%)	(45,198)	(1.0%)	-	
Utilidad de Operación por Segmento	1,089,619	20.7%	935,448	19.7%	16.5%	
Operaciones Dispuestas ¹	-	-	8,768	-	-	
Utilidad de Operación Consolidada	\$ 1,089,619	21.0%	\$ 944,216	20.0%	15.4%	

¹ Operaciones Dispuestas refleja principalmente los resultados de operación de Merkatec y los costos de programación de ECO.

Televisión Abierta

El incremento en las ventas de Televisión Abierta de 13.1% se debe a las ventas de publicidad relacionadas con tiempo de publicidad vendido durante el Mundial 2002 Corea-Japón, representando \$353,000 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002. Considerando que las ventas de publicidad mencionadas anteriormente están relacionadas con el Mundial, las ventas netas de Televisión Abierta hubieran aumentado 1.0% en el segundo trimestre de 2002 en comparación con el mismo periodo del año anterior, reflejando una recuperación marginal en el mercado publicitario.

La utilidad de operación de Televisión Abierta aumentó 21.3% como resultado de mayores ventas. Este incremento fue parcialmente compensado por costos relacionados con la transmisión del Mundial 2002 Corea-Japón, la producción de *reality shows* y una mayor provisión para cuentas de cobro dudoso. Excluyendo el efecto de las ventas y los costos relacionados con el Mundial, la utilidad de operación hubiera aumentado 0.6% en el segundo trimestre de 2002 en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Programación para Televisión Restringida

El incremento en ventas de Programación para Televisión Restringida de 16.7% en el segundo trimestre de 2002 en comparación con el mismo periodo del año anterior es debido a mayores ingresos por señales vendidas a sistemas de televisión de paga en México.

La utilidad de operación de Programación para Televisión Restringida disminuyó \$4,099 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002 en comparación con el mismo periodo del año anterior debido a mayores costos de señales, gastos de venta y a una mayor provisión para cuentas de cobro dudoso relacionadas con América Latina.

Licencias de Programación

El incremento en las ventas de Licencias de Programación de 4.2% se debió principalmente al efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera el cual ascendió a \$8,097 miles de pesos, así como a mayores ingresos por la venta de programación a Asia. Sin el efecto en conversión las ventas aumentaron 1.8%. Asimismo, las regalías pagadas a la Compañía por Univision bajo el Contrato de Programación bajo Licencia con Univision permanecieron estables en comparación con el mismo trimestre del año anterior.

La utilidad de operación de Licencias de Programación disminuyó \$6,145 miles de pesos reflejando mayores gastos de venta debido a una mayor provisión para cuentas de cobro dudoso en América Latina.

Editoriales

Las ventas de Editoriales disminuyeron marginalmente 0.3% a \$426,512 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002 en comparación con los \$427,933 miles de pesos del mismo periodo del año anterior, debido a menores ventas por circulación de revistas en el mercado nacional e internacional, así como a una reducción en el volumen de páginas de publicidad vendidas en el mercado internacional. Esta disminución fue parcialmente compensada por un efecto en conversión positivo sobre las ventas denominadas en moneda extranjera, representando \$22,944 miles de pesos.

La utilidad de operación de Editoriales disminuyó 2.2% en el segundo trimestre de 2002 en comparación con el mismo periodo del año anterior reflejando el decrecimiento de las ventas y mayores gastos de venta.

Distribución de Publicaciones

Durante el mes de abril de 2002, la Compañía adquirió el 50% restante de la participación en los centros de distribución en Chile y Argentina. Previamente se registraban contablemente los resultados como participación en las subsidiarias y desde mayo de 2002 a la fecha, se consolidan. Para información adicional ver "Adquisición de Centros de Distribución en Chile y Argentina".

El incremento en las ventas de Distribución de Publicaciones de 63.4%, a \$371,134 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002 en comparación con los \$227,080 miles de pesos en el mismo periodo de 2001, reflejan la adquisición de los centros de distribución mencionados anteriormente, así como un mayor volumen de revistas vendidas en el extranjero y al efecto positivo en conversión sobre las ventas denominadas en moneda extranjera representando \$14,704 miles de pesos.

La utilidad de operación de Distribución de Publicaciones aumentó 42.3% en el segundo trimestre de 2002 en comparación con el mismo periodo del año anterior como resultado de la adquisición de los centros de distribución en Chile y Argentina.

Televisión por Cable

Las ventas de Televisión por Cable incrementaron 10.8% en el segundo trimestre de 2002 en comparación con el mismo periodo de 2001. El total de subscriptores del servicio básico totalizaron 437,000 y del servicio digital 74,000 en el segundo trimestre de 2002.

La utilidad de operación de Televisión por Cable disminuyó 19.7% año contra año, debido a mayores costos de señales parcialmente compensado por mayores ventas relacionadas con la transmisión del Mundial.

En el mes de julio de 2002, Cablevisión anunció un programa de reducción de costos y gastos el cual implicará reducciones en todas las áreas. En relación a este programa Cablevisión estima generar un ahorro de más de \$14.0 millones de pesos en una base anualizada lo cual le permitirá tener mayores márgenes de operación.

Radio

Las ventas de Radio disminuyeron 35.0% en el segundo trimestre de 2002 en comparación con el mismo periodo del año anterior debido a menor tiempo de publicidad vendido como consecuencia de la difícil situación económica que afecta a la industria de la radio en México, así como a menores ratings obtenidos por nuestras estaciones. En el mes de mayo de 2002, de acuerdo a nuestro plan de negocios, se analizaron los costos y gastos en el segmento de Radio. Como resultado de este análisis, estimamos reducir la plantilla laboral en aproximadamente 250 empleados.

La pérdida de operación de Radio aumentó \$14,830 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002 en comparación con el mismo periodo del año anterior como resultado de la fuerte caída de las ventas.

Otros Negocios

El decremento en las ventas de Otros Negocios de 13.4% en el segundo trimestre de 2002 en comparación con el mismo periodo del año anterior se debió principalmente a menores ventas de EsMas.com, así como en el negocio de envío de mensajes electrónicos personalizados, distribución de películas de largometraje y en el negocio de doblaje. Este decremento fue parcialmente compensado por mayores ventas relacionadas con eventos deportivos.

La pérdida de operación de Otros Negocios se incrementó marginalmente en \$691 miles de pesos en el segundo trimestre de 2002 en comparación con el mismo periodo del año anterior, debido principalmente a la disminución en ventas, parcialmente compensado por menores costo de ventas y gastos de operación.

SERVICIOS DE TELEVISION DIRECTA AL HOGAR VIA SATELITE

SKY

El servicio de televisión directa al hogar vía satélite ("DTH") de la Compañía, continúa dominando el mercado mexicano bajo condiciones altamente competitivas en el mercado. Durante el segundo trimestre de 2002, Innova experimentó una disminución en la base de subscriptores de aproximadamente 6,000 subscriptores comparado con el trimestre anterior, debido a menores subscripciones adicionales, la menor actividad económica en México, el impacto negativo del nuevo impuesto del 10% a los servicios de telecomunicaciones y a la cancelación de subscriptores cuyas antenas no fueron redireccionadas al nuevo satélite PAS 9, así como el impacto de no haber transmitido el Mundial. Al 30 de junio de 2002 la base activa de subscriptores representa un total de 695,300 subscriptores.

Las ventas netas consolidadas para el segundo trimestre de 2002 ascendieron a \$919.1 millones de pesos, un 12.3% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Este incremento se debe principalmente al efecto positivo del incremento en precios y a la reactivación de promociones para mejorar la base activa de subscriptores. El costo de ventas y de servicios disminuyó \$23.3 millones de pesos, un 8.0%, llegando a \$271.5 millones de pesos en el segundo trimestre de 2002 en comparación con el mismo periodo del año anterior. Este decremento se debe principalmente a menores costos de adquisición de subscriptores, como resultado de menores adiciones, así como por otras reducciones en los costos. Los gastos totales de operación aumentaron \$56 millones de pesos, un 17.6% en el segundo trimestre de 2002 en comparación con el mismo periodo de 2001, llegando a \$373.7 millones de pesos debido principalmente a mayores gastos de mercadotecnia y a eventos especiales gratuitos ofrecidos a la base de subscriptores. El flujo de efectivo de operación durante el segundo trimestre de 2002 se incrementó a \$273.9 millones de pesos, reflejando un incremento de \$68.2 millones de pesos ó 33.2% debido a mayores ventas y menores costo de ventas y de servicios en el mismo periodo de 2001. El margen de flujo de efectivo de operación aumentó 20% llegando a 30% en el segundo trimestre de 2002 en comparación con 25% en el segundo trimestre de 2001. En consecuencia, la utilidad de operación incrementó \$42.9 millones de pesos, llegando a \$38.3 millones de pesos en el segundo trimestre de 2002 comparados con una pérdida de operación de \$4.6 millones de pesos en el segundo trimestre de 2001. Como resultado, el margen de operación aumentó sustancialmente de menos 1% en el segundo trimestre de 2001 a una utilidad de 4% en el segundo trimestre de 2002.

OTRA INFORMACIÓN RELACIONADA

Adquisición de

Centros de Distribución en Chile y Argentina

Durante abril de 2002, la Compañía adquirió el 50% remanente de los negocios de distribución de publicaciones en Chile y Argentina, los cuales eran propiedad de la Compañía en un 50% antes de la transacción, por un monto agregado de U.S.\$3.6 millones de dólares en efectivo, de los cuales U.S.\$3.1 millones de dólares corresponde a la compañía de Chile. Previamente, los resultados de operaciones de estos negocios se reconocían proporcionalmente como participación en los resultados de afiliadas y a partir de mayo del 2002, se consolidan. La Compañía reconoció un crédito mercantil relacionado con esta adquisición por un monto de \$22,680 miles de pesos, resultante del exceso del precio de compra sobre el precio contable de los activos netos de estas compañías.

Inversiones de Capital

Adquisiciones e

Inversiones

En el segundo semestre de 2002, la Compañía había invertido aproximadamente U.S.\$81.0 millones de dólares en propiedades, planta y equipo para la adquisición de equipo técnico, de transmisión, de cómputo y de transporte, de los cuales aproximadamente U.S.\$12.0 millones de dólares corresponden a Cablevisión. Adicionalmente, en el segundo semestre de 2002, la Compañía había invertido U.S.\$28.6 millones de dólares en las plataformas de DTH en México y Sudamérica.

Deuda

Al 30 de junio de 2002, la deuda a largo plazo de la Compañía ascendió a \$12,873,733 miles de pesos, y la de corto plazo a \$1,215,250 miles de pesos, en comparación con \$10,864,314 miles de pesos y \$394,735 miles de pesos respectivamente al 30 de junio de 2001.

A partir del 1 de marzo de 2002, la Compañía designó a su inversión en acciones de Univision como una cobertura efectiva de sus Documentos por pagar por U.S.\$300 millones de dólares con vencimiento en 2011 y sus documentos por pagar por U.S.\$300 millones de dólares con vencimiento en 2032. Consecuentemente, durante el término de la cobertura, cualquier utilidad o pérdida cambiaria atribuible a esta deuda a largo plazo denominada en dólares americanos será cubierta por la inversión neta del Grupo en acciones de Univision, y reconocida directamente en el capital contable.

Ratings y Participación De Audiencia

La información referente a ratings y participación de audiencia a nivel nacional producida por IBOPE, certifica que la División de Televisión abierta ha incrementado sus ratings y la participación de audiencia en el segundo trimestre de 2002, comparado con el primer trimestre de 2002. La participación de audiencia de Televisa se incrementó a 76.1% en el horario estelar; 75.6% de las 16:00 a las 23:00 horas; y 76.9% de las 6:00 a 24:00 horas, durante el segundo trimestre de 2002.

Durante el Mundial 2002 Corea-Japón, Televisa alcanzó un 70% de participación de audiencia, reflejando nuestra posición líder en la transmisión de los eventos deportivos más importantes. Nuestro programa *La Jugada del Mundial* fue el programa deportivo más visto en México durante el Mundial, alcanzando el mayor número de televidentes durante este evento. Durante la transmisión de los partidos jugados por la Selección Mexicana, los televidentes consideraron a Televisa como la mejor opción, obteniendo 60% más de televidentes que la competencia, debido a la popularidad de nuestros experimentados comentaristas.

En el segundo trimestre transmitimos el 92% de los 200 programas más populares. El Canal 2, continúa siendo el líder en la Televisión mexicana debido al éxito de las siguientes telenovelas: *Salomé*, *Entre el Amor y el Odio*, *El Juego de la Vida* y *Cómplices al Rescate*. Del 3 de marzo al 16 de junio de 2002, Televisa lanzó el primer *reality show* de la televisión en México. "Big Brother" se ha posicionado como uno de los programas más populares en el demográfico de 18 a 34 años durante los tres meses de transmisión. En el programa final, obtuvo una participación de audiencia de 56.1% durante las 4 horas de transmisión.

Perspectivas para 2002

El día de hoy, estimamos que para el tercer trimestre, los ingresos en Televisión Abierta registren aumentos en un rango de 2% a 3% en comparación con el año anterior basados en la ligera mejora en el mercado de la publicidad.

Esperamos que los costos del 2002 se mantengan en niveles similares a los registrados en 2001, excluyendo los costos y gastos relacionados con el Mundial.

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 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.
(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 30 DE JUNIO DE 2002 Y 31 DE
DICIEMBRE DE 2001
(En miles de pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2002)

ACTIVO

	Junio 30, 2002	Diciembre 31, 2001
	(No auditado)	(Auditado)
Circulante:		
Disponible:		
Efectivo	\$ 444,162	\$ 498,474
Inversiones temporales	<u>6,247,547</u>	<u>5,274,702</u>
	6,691,709	5,773,176
Documentos y cuentas por cobrar a clientes-neto	4,357,153	8,999,695
Otras cuentas y documentos por cobrar-neto	1,180,215	924,973
Cuentas corrientes con compañías afiliadas-neto	406,074	422,612
Derechos de transmisión, programas, películas y derechos de exclusividad	4,255,025	4,158,162
Inventarios	546,057	546,531
Otros activos	607,969	585,872
Activos circulantes de operaciones discontinuadas	-	708,469
Suma el activo circulante	18,044,202	22,119,490
Derechos de transmisión, programas y películas	3,928,728	3,528,026
Inversiones	2,451,216	4,110,656
Inmuebles, planta y equipo-neto	13,697,327	13,259,994
Crédito mercantil y marcas comerciales-neto	7,661,523	2,964,855
Activo diferido-neto	2,635,415	2,725,079
Otros activos	466,690	670,768
Activos no circulantes de operaciones discontinuadas	-	39,650
Suma el activo	<u>\$ 48,885,101</u>	<u>\$ 49,418,518</u>

GRUPO TELEVISA, S. A.
BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS AL 30 DE JUNIO DE 2002 Y 31 DE
DICIEMBRE DE 2001
(En miles de pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2002)

PASIVO

	Junio 30, 2002 (No Auditado)	Diciembre 31, 2001 (Auditado)
A corto plazo:		
Documentos por pagar a bancos y otros documentos por pagar	\$ 1,215,250	\$ 343,616
Proveedores	2,330,740	2,147,352
Impuestos por pagar	304,972	277,490
Intereses por pagar	294,007	213,703
Otros pasivos acumulados	920,725	513,044
Activos circulantes de operaciones discontinuadas	-	174,604
Suma el pasivo a corto plazo	<u>5,065,694</u>	<u>3,669,809</u>
A largo plazo:		
Deuda a largo plazo	12,873,733	13,157,178
Otros pasivos a largo plazo	<u>638,891</u>	<u>468,448</u>
Suma el pasivo a largo plazo	<u>13,512,624</u>	<u>13,625,626</u>
Créditos diferidos:		
Depósitos y anticipos de clientes	<u>7,023,565</u>	<u>11,085,262</u>
Otros pasivos:		
Impuestos diferidos	1,823,443	1,777,667
Planes de pensiones y primas de antigüedad	<u>46,390</u>	<u>38,331</u>
	<u>1,869,833</u>	<u>1,815,998</u>
Suma el pasivo	<u>27,471,716</u>	<u>30,196,695</u>

CAPITAL CONTABLE

Capital contribuido:		
Capital social, sin valor nominal:		
Autorizado y emitido	7,392,799	7,392,799
Recomprado	<u>(231,605)</u>	<u>(231,605)</u>
En circulación	7,161,194	7,161,194
Prima en colocación de acciones	<u>209,784</u>	<u>209,784</u>
	<u>7,370,978</u>	<u>7,370,978</u>
Capital ganado:		
Reserva Legal	1,149,672	1,080,617
Reserva para recompra de acciones	5,356,706	5,356,706
Utilidades por aplicar	9,930,572	8,618,542
Otros componentes de pérdida integral	<u>(4,687,697)</u>	<u>(5,587,593)</u>
Utilidad neta del periodo	<u>1,253,533</u>	<u>1,381,085</u>
	<u>13,002,786</u>	<u>10,849,357</u>
Suma el interés mayoritario	20,373,764	18,220,335
Interés minoritario	<u>1,039,621</u>	<u>1,001,488</u>
Suma el capital contable	<u>21,413,385</u>	<u>19,221,823</u>
Suman el pasivo y el capital contable	<u>\$ 48,885,101</u>	<u>\$ 49,418,518</u>

GRUPO TELEVISAS, S.A.
ESTADOS DE RESULTADOS CONSOLIDADOS POR LOS TRES Y SEIS MESES TERMINADOS
EL 30 DE JUNIO DE 2002 Y 2001
(En miles de pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2002)

	Tres meses terminados el 30 de junio de 2002 (No auditado)	2001 (No auditado)	Seis meses terminados el 30 de junio de 2002 (No auditado)	2001 (No auditado)
Ventas netas	\$ 5,186,849	\$ 4,709,660	\$ 9,588,223	\$ 9,182,400
Costo de ventas	<u>3,020,263</u>	<u>2,741,948</u>	<u>5,657,171</u>	<u>5,461,473</u>
Utilidad bruta	<u>2,166,586</u>	<u>1,967,712</u>	<u>3,931,052</u>	<u>3,720,927</u>
Gastos de operación:				
Gastos de venta	403,209	354,754	754,155	724,179
Gastos de administración	<u>334,883</u>	<u>335,231</u>	<u>660,612</u>	<u>697,126</u>
<u>738,092</u>	<u>689,985</u>	<u>1,414,767</u>	<u>1,421,305</u>	
Flujo de efectivo de operación*	1,428,494	1,277,727	2,516,285	2,299,622
Depreciación y amortización	<u>338,875</u>	<u>333,511</u>	<u>684,061</u>	<u>675,765</u>
Utilidad de operación	<u>1,089,619</u>	<u>944,216</u>	<u>1,832,224</u>	<u>1,623,857</u>
Costo integral de financiamiento:				
Intereses pagados	299,683	275,497	551,921	562,433
Actualización de unidades de inversión (UDIs)	<u>44,725</u>	<u>46,646</u>	<u>80,664</u>	<u>91,011</u>
Intereses ganados	<u>(166,365)</u>	<u>(277,380)</u>	<u>(309,258)</u>	<u>(548,286)</u>
Utilidad (pérdida) en tipo de cambio, neto	<u>479,467</u>	<u>(76,185)</u>	<u>379,139</u>	<u>(31,308)</u>
Cobertura cambiaria	<u>(498,573)</u>	-	<u>(473,938)</u>	-
Pérdida en tipo de cambio por contratos de cobertura cambiaria	<u>57,421</u>	<u>77,342</u>	<u>132,766</u>	<u>169,250</u>
Pérdida por posición monetaria	<u>216,358</u>	<u>45,920</u>	<u>361,294</u>	<u>243,100</u>
<u>372,244</u>	<u>334,129</u>	<u>470,814</u>	<u>420,035</u>	
Partidas especiales	<u>255,519</u>	<u>152,529</u>	<u>406,121</u>	<u>301,009</u>
Otros gastos, neto	<u>245,498</u>	<u>411,638</u>	<u>593,995</u>	<u>659,713</u>
Utilidad antes de impuestos				
	219,734	61,349	492,586	350,238
Impuesto sobre la renta y al activo	<u>7,208</u>	<u>11,154</u>	<u>14,637</u>	<u>17,424</u>
Participación de los trabajadores en la utilidad	<u>(330,976)</u>	<u>(74,981)</u>	<u>(495,582)</u>	<u>(136,209)</u>
Impuestos diferidos	<u>(104,034)</u>	<u>(2,478)</u>	<u>11,641</u>	<u>231,453</u>
Utilidad antes de participación en los resultados de afiliadas, operaciones descontinuadas, pérdida acumulada por cambio contable e interés minoritario	349,532	414,116	582,354	428,260
Participación en las pérdidas de afiliadas	<u>(276,160)</u>	<u>(158,388)</u>	<u>(374,552)</u>	<u>(223,549)</u>
Utilidad por operaciones discontinuadas-neto	<u>1,113,798</u>	<u>9,119</u>	<u>1,058,010</u>	<u>21,048</u>
Pérdida acumulada por cambio contable-neto	-	(583)	-	(71,853)
Interés minoritario	<u>(849)</u>	<u>(15,852)</u>	<u>(12,279)</u>	<u>(37,955)</u>
Utilidad neta	<u>\$ 1,186,321</u>	<u>\$ 248,412</u>	<u>\$ 1,253,533</u>	<u>\$ 115,951</u>

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

GRUPO TELEVISA, S. A.

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS DEL 2T, 3T Y 4T DE 2001 Y 1T Y 2T DE 2002 (DE 6:00 A 24:00 HORAS) ⁽¹⁾ LUNES A DOMINGO

	Abr	May	Jun	Jul	Ag o	Sep	Oct	Nov	Dic	2001	Ene	Feb	Mar	1 T	Abr	May	Jun	2 T
Canal 2																		
Rating	12.2	12.0	11.4	11.6	11.4	12.1	12.7	12.1	10.8	12.1	12.8	12.3	11.6	12.2	12.2	12.0	12.3	12.2
Share (%)	31.8	32.4	31.1	31.0	30.8	31.3	31.7	30.8	29.5	31.8	33.2	32.5	30.8	32.1	32.4	32.3	33.1	32.6
Total Televisa (2)																		
Rating	28.3	27.2	26.5	27.5	26.6	27.6	28.8	28.4	26.5	27.8	28.2	28.1	28.3	28.2	28.7	29.1	28.4	28.7
Share (%)	74.1	73.7	72.1	73.2	71.5	71.2	71.7	72.0	72.6	73.0	73.0	74.2	75.0	74.1	76.5	78.0	76.1	76.9

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS DEL 2T, 3T Y 4T DE 2001 Y 1T Y 2T DE 2002 (DE 16:00-23:00 HORAS) ⁽¹⁾ LUNES A DOMINGO

	Abr	May	Jun	Jul	Ag o	Sep	Oct	Nov	Dic	2001	Ene	Feb	Mar	1 T	Abr	May	Jun	2 T
Canal 2																		
Rating	18.3	18.1	17.1	17.7	17.4	17.5	19.0	18.5	16.5	18.5	20.0	18.9	17.3	18.7	17.6	18.2	18.3	18.0
Share (%)	33.6	33.8	32.4	32.4	32.1	31.3	32.9	32.3	31.1	33.3	35.0	34.2	31.4	33.6	32.2	33.6	34.7	33.5
Total Televisa (2)																		
Rating	39.2	38.2	36.8	38.7	36.6	38.1	39.8	39.5	36.7	39.1	40.1	39.8	39.8	39.9	40.9	41.6	39.7	40.7
Share (%)	71.9	71.4	69.8	70.9	67.8	68.2	68.8	68.7	69.0	70.5	70.3	71.9	72.5	71.6	74.6	76.9	75.2	75.6

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS DEL 2T, 3T Y 4T DE 2001 Y 1T Y 2T DE 2002 (HORARIO ESTELAR DE TELEVISA DE 16:00-23:00 HORAS) ⁽³⁾ LUNES A VIERNES

	Abr	May	Jun	Jul	Ag o	Sep	Oct	Nov	Dic	2001	Ene	Feb	Mar	1 T	Abr	May	Jun	2 T
Canal 2																		
Rating	21.9	22.9	20.8	21.2	21.6	23.4	23.8	22.7	20.8	22.9	24.5	23.7	21.1	23.1	21.5	21.6	21.9	21.7
Share (%)	35.6	37.8	34.9	34.4	35.5	36.1	36.0	34.2	34.1	36.2	37.2	36.8	33.4	35.8	34.1	35.2	36.7	35.4
Total Televisa (2)																		
Rating	44.7	43.5	41.6	43.1	41.2	44.0	44.4	43.9	39.7	44.5	44.9	44.9	45.0	44.9	46.5	47.9	45.5	46.6
Share (%)	72.7	72.0	69.7	70.1	67.7	67.9	67.3	66.3	65.2	70.4	68.1	69.9	71.3	69.8	73.9	77.9	76.4	76.1

Notas:

(1) La información referente a ratings y participación de audiencia 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. 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 telehogares en el país. La "participación de audiencia" 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.