



Resultados del Primer Trimestre de 2003

PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

Grupo Televisa Reportó Resultados del Primer Trimestre de 2003

Resultados Relevantes

- Las Ventas Netas y el Flujo de Efectivo de Operación Aumentaron 4.8% y 14.9%, Respectivamente.
- La Utilidad de Operación Aumentó 19.6%.
- La Utilidad Neta Aumentó 256.8%.
- Altos Ratings y Participación de Audiencia.

Resultados Consolidados

México, D.F. a 29 de abril de 2003 – El día de hoy Grupo Televisa, S.A. (BMV: TLEVISA CPO; NYSE: TV) dio a conocer los resultados correspondientes al primer trimestre de 2003. Los resultados que se acompañan se presentan en millones de pesos, de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México, y han sido ajustados a pesos con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2003.

La siguiente tabla presenta un Estado de Resultados Condensado en millones de pesos, el porcentaje que cada rubro representa de las ventas netas, así como el cambio porcentual del primer trimestre de 2003 en comparación con el primer trimestre de 2002.

	1T 2003	Margin %	1T 2002	Margin %	Cambio %
Ventas Netas ⁽¹⁾	4,811.8	100.0	4,592.7	100.0	4.8
Flujo de Efectivo de Operación ⁽²⁾	1,304.7	27.1	1,135.1	24.7	14.9
Utilidad de Operación	926.9	19.3	774.9	16.9	19.6
Utilidad Neta	250.1	5.2	70.1	1.5	256.8

⁽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.

El incremento de las ventas netas se atribuye a: i) mayores ventas en el segmento de Televisión Abierta, derivado principalmente de mayor volumen de tiempo publicitario vendido, así como por las campañas publicitarias asociadas a las elecciones federales; ii) un incremento de dos dígitos en las ventas del segmento de Licencias de Programación, originado por mayores regalías pagadas a la Compañía por Univision bajo el Contrato de Programación bajo Licencia con Univision; iii) mayores ventas en el segmento de Programación para Televisión Restringida; iv) un incremento en las ventas de los segmentos de Editoriales y Distribución de Publicaciones, este último derivado principalmente de la adquisición de la plataforma de distribución de publicaciones en Chile durante el segundo trimestre de 2002. Estos incrementos fueron parcialmente compensados por menores ventas en los segmentos de Televisión por Cable, Otros Negocios y Radio.

El flujo de efectivo de operación aumentó 14.9% en el primer trimestre de 2003 y el margen del flujo de efectivo de operación ascendió a 27.1%. Asimismo, la utilidad de operación aumentó 19.6%. Estos incrementos se generaron principalmente por mayores ventas y menores gastos de operación, parcialmente compensados por un incremento en el costo de ventas, derivado principalmente de la adquisición de la plataforma de distribución de publicaciones en Chile, así como por mayores costos de depreciación y amortización.

En el primer trimestre de 2003, la utilidad neta aumentó a \$250.1 millones de pesos en comparación con una utilidad neta de \$70.1 millones de pesos en el mismo periodo del año anterior. Este incremento neto de \$180.0 millones de pesos refleja un incremento de \$152.0 millones de pesos en la utilidad de operación; una disminución de \$50.5 millones de pesos en las partidas especiales; un decremento de \$2.8 millones de pesos en otros gastos-neto; un decremento de \$58.2 millones de pesos en la pérdida de operaciones discontinuadas; y por un decremento de \$31.1 millones de pesos en el interés minoritario. Estos efectos favorables fueron parcialmente compensados por un incremento de \$30.1 millones de pesos en el costo integral de financiamiento; un aumento en el impuesto sobre la renta por \$64.1 millones de pesos y por un incremento en la participación en los resultados de afiliadas de \$20.4 millones 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 en millones de pesos, por cada uno de los segmentos de negocio de la Compañía para el primer trimestre terminado el 31 de marzo de 2003 y 2002:

Ventas Netas	1T 2003	%	1T 2002	%	Cambio %
Televisión Abierta	2,937.7	60.0	2,874.5	62.1	2.2
Programación para Televisión Restringida	156.0	3.2	137.7	3.0	13.3
Licencias de Programación	406.7	8.3	321.1	6.9	26.7
Editoriales	342.7	7.0	311.5	6.7	10.0
Distribución de Publicaciones	366.1	7.5	202.9	4.4	80.4
Televisión por Cable	240.5	4.9	292.9	6.3	(17.9)
Radio	55.6	1.1	58.5	1.3	(5.0)
Otros Negocios	388.6	8.0	433.0	9.3	(10.3)
Ventas por segmentos	4,893.9	100.0	4,632.1	100.0	5.7
Operaciones Intersegmentos ⁽¹⁾	(82.1)		(107.5)		N/A
Operaciones Dispuestas ⁽²⁾	-		68.1		N/A
Ventas Netas Consolidadas	4,811.8		4,592.7		4.8

EBITDA	1T 2003	Margen %	1T 2002	Margen %	Cambio %
Televisión Abierta	1,058.5	36.0	983.2	34.2	7.7
Programación para Televisión Restringida	34.0	21.8	24.5	17.8	38.8
Licencias de Programación	124.0	30.5	40.2	12.5	208.5
Editoriales	29.0	8.5	28.1	9.0	3.2
Distribución de Publicaciones	1.1	0.3	3.5	1.7	(68.6)
Televisión por Cable	70.9	29.5	95.0	32.4	(25.4)
Radio	1.3	2.3	0.9	1.5	44.4
Otros Negocios	16.4	4.2	(6.7)	(1.5)	N/A
Gastos Corporativos	(30.5)	(0.6)	(34.8)	(0.8)	N/A
EBITDA por segmentos	1,304.7	26.7	1,133.9	24.5	15.1
Operaciones Dispuestas ⁽²⁾	-		1.2	1.8	N/A
EBITDA Consolidado	1,304.7	27.1	1,135.1	24.7	14.9

Utilidad (Pérdida) de Operación	1T 2003	Margen %	1T 2002	Margen %	Cambio %
Televisión Abierta	812.6	27.7	760.5	26.5	6.9
Programación para Televisión Restringida	23.1	14.8	13.9	10.1	66.2
Licencias de Programación	122.1	30.0	36.9	11.5	230.9
Editoriales	24.3	7.1	21.1	6.8	15.2
Distribución de Publicaciones	(3.7)	(1.0)	0.1	-	N/A
Televisión por Cable	29.2	12.1	64.5	22.0	(54.7)
Radio	(2.3)	(4.1)	(2.8)	(4.8)	N/A
Otros Negocios	(47.9)	(12.3)	(85.7)	(19.8)	N/A
Gastos Corporativos	(30.5)	(0.6)	(34.8)	(0.8)	N/A
Utilidad de Operación por segmentos	926.9	18.9	773.7	16.7	19.8
Operaciones Dispuestas ⁽²⁾	-		1.2	1.8	N/A
Utilidad de Operación Consolidada	926.9	19.3	774.9	16.9	19.6

⁽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 En Vivo durante 2002.

Televisión Abierta

Las ventas de Televisión Abierta aumentaron 2.2%. Este incremento se atribuye principalmente a cuatro factores: i) mayor volumen de tiempo publicitario vendido; ii) las campañas publicitarias asociadas a las elecciones federales en México; iii) el gran éxito del programa *Big Brother II*; y iv) un incremento de 17% en las ventas locales provocado principalmente por el Canal 4TV, nuestro canal local en la Ciudad de México y área metropolitana. Estos factores contribuyeron a un incremento moderado en las ventas de este segmento en el primer trimestre de 2003, cumpliendo con nuestras expectativas.

El flujo de efectivo de operación del segmento de Televisión Abierta aumentó 7.7% debido a mayores ventas, una reducción de 2.5% en los gastos de operación y una reducción marginal en el costo de ventas; y la utilidad de operación aumentó 6.9% debido al incremento en el flujo de efectivo de operación, parcialmente compensado por mayores costos de depreciación y amortización.

**Programación para
Televisión
Restringida**

Las ventas de Programación para Televisión Restringida aumentaron 13.3% derivado de mayores ingresos por señales vendidas a sistemas de televisión de paga en México, así como un incremento marginal en las ventas de América Latina, parcialmente compensado por menores ingresos de señales vendidas a sistemas de televisión de paga en España.

La utilidad de operación aumentó 66.2% debido a mayores ventas y menores gastos de operación, parcialmente compensado por mayores costos de señales.

**Licencias de
Programación**

Las ventas de Licencias de Programación aumentaron 26.7% originado por: i) mayores regalías pagadas a la Compañía por Univisión bajo el Contrato de Programación bajo Licencia con Univision, representando U.S.\$21.1 millones de dólares, que incluyen la regalía de la cadena Telefutura, desde el primer trimestre de este año; y ii) mayores señales vendidas a Asia; y iii) por el efecto en conversión en moneda extranjera que representó \$42.8 millones de pesos. Estos incrementos fueron parcialmente compensados por menores señales vendidas en América Latina, debido a la difícil situación económica en esa región.

La utilidad de operación aumentó considerablemente 230.9%, reflejando mayores ventas y menor costo de ventas, parcialmente compensado por mayores gastos de operación.

Editoriales

Las ventas de Editoriales aumentaron 10.0% debido a mayores ventas por circulación de revistas y mayor volumen de páginas de publicidad vendidas en México; mayor volumen de páginas de publicidad vendidas en el extranjero; así como por el efecto en conversión en moneda extranjera que representó \$14.5 millones de pesos. Estos incrementos fueron parcialmente compensados por una reducción en la circulación de revistas en el mercado internacional.

El flujo de efectivo de operación de Editoriales aumentó 3.2% debido a mayores ventas, parcialmente compensado por mayores costos de ventas y gastos de operación, en relación al lanzamiento de nuevas revistas, mayores gastos de publicidad y promoción, y por el efecto en conversión en moneda extranjera. La utilidad de operación de Editoriales aumentó 15.2% debido a una reducción en los costos de depreciación y amortización.

**Distribución de
Publicaciones**

El incremento en las ventas de Distribución de Publicaciones de 80.4% refleja el ingreso incremental generado por la adquisición de la plataforma de distribución de publicaciones en Chile durante el segundo trimestre de 2002, que representó \$183.1 millones de pesos en el primer trimestre de 2003, así como por el efecto en conversión en moneda extranjera.

El resultado de operación disminuyó a una pérdida de \$3.7 millones de pesos derivado de mayores gastos de operación en relación con una mayor provisión para cuentas de cobro dudoso en América Latina, particularmente en Colombia, parcialmente compensado por mayores ventas.

Televisión por Cable

Las ventas de Televisión por Cable disminuyeron 17.9% debido a una caída importante de subscriptores en comparación con el primer trimestre del año anterior, derivado principalmente por el impuesto a los servicios de telecomunicaciones del 10% sobre los ingresos provenientes de los servicios que las compañías proveen a sus subscriptores, y como consecuencia aumentó el robo de señales. Los subscriptores básicos disminuyeron a aproximadamente 403,000, de los cuales más de 64,000 son subscriptores digitales, al cierre del primer trimestre de 2003.

La utilidad de operación disminuyó derivado de menores ventas y mayores costos de depreciación y amortización, debido a la ampliación de la red y a la adquisición de equipo de cómputo, parcialmente compensado por menores costos de ventas y gastos de operación.

Radio

Las ventas de Radio disminuyeron 5.0% debido a una disminución en el tiempo de publicidad vendido. Sin embargo, el flujo de efectivo de operación aumentó a \$1.3 millones de pesos (con un margen de flujo de efectivo de operación de 2.3%), reflejando las iniciativas de reestructuración implementadas el año anterior.

La pérdida de operación de Radio disminuyó a \$2.3 millones de pesos en el primer trimestre de 2003 en comparación con una pérdida de \$2.8 millones de pesos en el mismo periodo del año anterior. Esta variación positiva se atribuye a menores costos de ventas y gastos de operación, parcialmente compensados por menores ventas.

Otros Negocios

La disminución en las ventas de Otros Negocios se atribuye principalmente a menores ventas en el negocio de envío de mensajes electrónicos personalizados y en el negocio de distribución de películas de largometraje. Estos decrementos fueron parcialmente compensados por mayores ventas en la producción de eventos deportivos. El flujo de efectivo de operación aumentó a \$16.4 millones de pesos (con un margen de flujo de efectivo de operación de 4.2%) durante el primer trimestre de 2003 en comparación con una pérdida de \$6.7 millones en el mismo periodo del año anterior, reflejando principalmente una reducción del costo de ventas y gastos de operación en el portal de Internet, en la producción de eventos deportivos y en el negocio de envío de mensajes electrónicos personalizados.

La pérdida de operación disminuyó a \$47.9 millones de pesos en el primer trimestre de 2003 en comparación con una pérdida de \$85.7 millones de pesos en el mismo periodo del año anterior. Esta variación positiva se debe a una gran reducción en el costo de ventas y gastos de operación, parcialmente compensado por menores ingresos.

SKY

Innova, S. de R.L. de C.V., una subsidiaria no consolidada de Grupo Televisa, es líder en el mercado de televisión de paga en México. Ofrece servicios de televisión directa al hogar vía satélite ("DTH") que opera bajo la marca SKY. Los indicadores financieros no auditados y de operación de Innova, subsidiaria de la cual Televisa posee 60%, News Corp. 30% y Liberty Media 10%, se detallan a continuación:

- Los subscriptores aumentaron 11.2% a 779,700 subscriptores al 31 de marzo de 2003 en comparación con el primer trimestre del año anterior.
- Las ventas aumentaron 2.1% derivado del incremento de la base de subscriptores.
- El flujo de efectivo de operación aumentó 20.4% a \$260.5 millones de pesos en el primer trimestre de 2003 en comparación con \$216.3 millones de pesos en el mismo periodo del año anterior. Como resultado, el margen de flujo de efectivo de operación aumentó 17.9% de 25.1% a 29.6%.
- La utilidad de operación aumentó \$91.3 millones de pesos a \$60.1 millones de pesos en el primer trimestre de 2003 en comparación con una pérdida de \$31.2 millones de pesos en el mismo periodo del año anterior. Como resultado, el margen de operación aumentó considerablemente de un margen de operación negativo de 3.6% a un margen de operación positivo de 6.8%.
- Innova no requirió inversiones adicionales por parte de sus accionistas durante los últimos cuatro trimestres.

- El 19 de marzo de 2003, la corte emitió una resolución a favor de Innova que le permite recuperar de las autoridades fiscales mexicanas una porción de los impuestos pagados durante los periodos fiscales 2001, 2002 y durante los meses de enero y febrero de 2003. La recuperación de estos impuestos reduciría significativamente la necesidad de Innova de requerir aportaciones de capital por parte de sus accionistas durante el año.
- SKY continúa ofreciendo contenido de gran calidad en la industria mexicana de televisión de paga.

Resultados No-Operativos

Costo Integral de Financiamiento

La siguiente tabla presenta el Costo Integral de Financiamiento por los tres meses terminados el 31 de marzo de 2003 y 2002, en millones de pesos, que consiste de:

	1T 2003	1T 2002	Incremento (decremento)	Cambio %
Intereses pagados	348.3	300.7	47.6	15.8
Intereses ganados	(166.3)	(149.1)	(17.2)	11.5
Pérdida en tipo de cambio-neto	108.1	(104.7)	212.8	N/A
Cobertura cambiaria por inversión en Univision	(199.4)	25.7	(225.1)	N/A
Pérdida por posición monetaria-neto	90.6	78.6	12.0	15.3
	181.3	151.2	30.1	19.9

El gasto atribuible al costo integral de financiamiento aumentó \$30.1 millones de pesos, ó 19.9%, a \$181.3 millones de pesos durante el primer trimestre de 2003 en comparación con \$151.2 millones de pesos durante el mismo periodo del año anterior. Esta variación refleja: i) un aumento de \$212.8 millones de pesos en la pérdida cambiaria neta, debido principalmente a una depreciación del peso frente al dólar de 3.1% durante el primer trimestre de 2003, en comparación con una apreciación del peso frente al dólar de 1.7% durante el primer trimestre del año anterior; ii) un incremento de \$47.6 millones de pesos en intereses pagados, principalmente como resultado de un mayor nivel de deuda durante el primer trimestre de 2003 en comparación con el mismo periodo del año anterior, parcialmente compensado por una ganancia neta relacionada con contratos vigentes de swaps de tasas de interés durante el primer trimestre de 2003; y iii) un incremento de \$12.0 millones de pesos en la pérdida por posición monetaria como resultado principalmente de un incremento marginal en la posición monetaria neta de activo de la Compañía durante el primer trimestre de 2003 en comparación con el mismo trimestre del año anterior. Estos incrementos en el costo integral de financiamiento fueron parcialmente compensados por: i) una disminución de \$225.1 millones de pesos en la pérdida cambiaria incurrida en relación con los Documentos por pagar a largo plazo por U.S.\$600 millones de dólares con vencimiento en 2011 y 2032, cuyo monto principal está cubierto con la inversión neta en Univision a partir del 1º de marzo de 2002; y ii) un incremento de \$17.2 millones de pesos en intereses ganados, como resultado principalmente por un mayor monto promedio de inversiones temporales de la Compañía durante el primer trimestre de 2003 en comparación con el primer trimestre de 2002.

Partidas Especiales

Las partidas especiales disminuyeron \$50.5 millones de pesos, ó 49.1%, a \$52.4 millones de pesos en el primer trimestre de 2003 en comparación con \$102.9 millones de pesos en el mismo periodo del año anterior. Este decremento refleja principalmente el cargo no recurrente durante el primer trimestre de 2002 en relación con la cancelación de las cartas de exclusividad de ciertos jugadores de fútbol, así como por una reducción en cargos de reestructuración por recortes de personal durante el primer trimestre de 2003 en comparación con el primer trimestre del año anterior.

Otros Gastos-neto

Otros gastos-neto disminuyeron \$2.8 millones de pesos, ó 1.8%, a \$154.4 millones de pesos durante el primer trimestre de 2003 en comparación con \$157.2 millones de pesos en el primer trimestre del año anterior. Este decremento principalmente refleja una disminución en disposición de activos, una disminución en cuentas incobrables no relacionadas con la operación y una disminución en la amortización de gastos relacionados con DTH. Estas disminuciones fueron parcialmente compensadas por un incremento en la amortización de crédito mercantil reconocido en la adquisición de acciones comunes de Univision en febrero y abril de 2002, y la adquisición del 40% de las acciones en circulación de Ocesa Entretenimiento en octubre de 2002.

Provisión de Impuestos

El impuesto sobre la renta, el impuesto al activo y la participación de los trabajadores en la utilidad aumentaron \$64.1 millones de pesos a \$184.8 millones de pesos durante el primer trimestre de 2003 en comparación con la provisión de impuestos de \$120.7 millones de pesos en el primer trimestre de 2002. Este incremento refleja principalmente una mayor utilidad antes de impuestos en el primer trimestre de 2003 en comparación al primer trimestre de 2002.

Participación en los Resultados de Afiliadas

La participación en las pérdidas de afiliadas aumentó \$20.4 millones de pesos, ó 19.9%, a \$123.1 millones de pesos durante el primer trimestre de 2003 en comparación con \$102.7 millones de pesos en el mismo periodo del año anterior. Este incremento refleja principalmente las contribuciones de capital de la Compañía a Sky Multi-Country Partners ("SMCP", la asociación de DTH de la Compañía con operaciones en Colombia y Chile) por un monto de aproximadamente U.S.\$5.0 millones de dólares durante el primer trimestre de 2003, así como por el incremento en los documentos e intereses por cobrar a largo plazo en dólares de Innova (la asociación de DTH de la Compañía en México), como resultado de la depreciación del peso frente al dólar de 3.1% durante el primer trimestre de 2003 y el aumento en los intereses relativos generados en el mismo periodo. Las inversiones netas de la Compañía en Innova y SMCP están representadas por la participación en las pérdidas reconocidas en exceso de las aportaciones hechas y los préstamos a largo plazo otorgados por la Compañía, pero no en exceso de los pasivos de estos negocios DTH que están garantizados por la Compañía. Al 31 de marzo de 2003, los pasivos de Innova y SMCP que están garantizados por la Compañía ascienden a \$871.9 millones de pesos y \$808.4 millones de pesos, respectivamente.

Interés Minoritario

El interés minoritario refleja la parte proporcional de los resultados de operación de los intereses de terceros en los negocios que no son en su totalidad propiedad de la Compañía, incluyendo los segmentos de Televisión por Cable y Radio, así como el negocio de envío de mensajes electrónicos personalizados.

El interés minoritario disminuyó por \$31.1 millones de pesos a una ganancia de \$19.2 millones de pesos durante el primer trimestre de 2003 en comparación con una pérdida de \$11.9 millones de pesos en mismo trimestre del año anterior. Esta disminución refleja principalmente una disminución de la utilidad neta del segmento de Televisión por Cable durante el primer trimestre de 2003 en comparación con el primer trimestre de 2002.

Otra Información Relacionada

Inversiones de Capital, Adquisiciones e Inversiones

Durante el primer trimestre de 2003, la Compañía invirtió aproximadamente U.S.\$14.4 millones de dólares en propiedades, planta y equipo, de los cuales aproximadamente U.S.\$2.4 millones de dólares corresponden a Cablevisión. Adicionalmente, la Compañía invirtió aproximadamente U.S.\$5.0 millones de dólares en la plataforma satelital de América del Sur y aproximadamente U.S.\$38 millones de dólares por el saldo restante de la adquisición de *Ocesa Entretenimiento*, la compañía de entretenimiento en vivo del cual la Compañía tiene una participación accionaria de 40%. Innova no requirió de inversiones adicionales por parte de Grupo Televisa y de sus otros accionistas.

Transacción con Partes Relacionadas

El Consejo de Administración aprobó una transacción con partes relacionadas, que implica la adquisición por parte de Televisa de una compañía, que una vez concluida la adquisición, no contará con ningún pasivo, y sus activos consistirán principalmente de aproximadamente 1,603,901 CPOs, así como de pérdidas netas operativas por aproximadamente \$6,457 millones de pesos, que equivalen a aproximadamente U.S.\$619 millones de dólares. La cantidad total a pagarse por dicha compañía será de aproximadamente U.S.\$83 millones de dólares. Los términos de esta adquisición fueron aprobados por el Comité de Auditoría de Grupo Televisa. La conclusión de esta adquisición está sujeto a ciertas condiciones. Esta adquisición incrementará la generación de flujo de efectivo de la Compañía en los años siguientes.

Deuda

Al 31 de marzo de 2003, la deuda a largo plazo de la Compañía ascendió a \$13,625.0 millones de pesos, y la de corto plazo a \$1,280.7 millones de pesos, en comparación con \$13,574.1 millones de pesos y \$344.4 millones de pesos, respectivamente, al 31 de marzo de 2002.



Programa de Recompra de Acciones

Al 29 de abril de 2003, la Compañía había recomprado aproximadamente 33.1 millones de acciones en la forma de 11.0 millones de CPOs por un monto de \$147.3 millones de pesos, bajo el programa de recompra de acciones.

Ratings y Participación de Audiencia

Los ratings y la participación de audiencia a nivel nacional de Televisión Abierta, reportados por IBOPE, confirmaron que en el primer trimestre de 2003, Televisa continuó proporcionando altos ratings y participación de audiencia. En el horario estelar, de lunes a viernes de 19:00 a 23:00 horas, la participación de audiencia registró 72.8%; en el horario estelar, comprendido de lunes a domingo de 16:00 a 23:00 horas, la participación de audiencia registró 70.5%; y de 6:00 a 24:00 horas, de lunes a domingo, la participación de audiencia registró 71.7%.

Asimismo, durante el primer trimestre de 2003, Televisa transmitió 93 de los 100 programas con mayor popularidad. El Canal 2 continúa siendo el líder en la televisión mexicana debido principalmente al éxito de las siguientes telenovelas: "Las Vías del Amor", "Niña, Amada Mía", "Clase 406" y "Así son Ellas".

Perspectivas para 2003

Con base en los resultados del primer trimestre y las campañas publicitarias asociadas a las elecciones federales en el segundo trimestre, la Compañía sigue esperando que para el año completo 2003 obtenga: i) un incremento de un dígito bajo en las ventas y un margen de flujo de efectivo de operación de 40% en el segmento de Televisión Abierta; y ii) un margen de flujo de efectivo de operación consolidado de 30%.

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 Univisión, 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:

Michel Boyance / Alejandro Eguiluz
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 Group
501 Madison Avenue
New York, NY 10022
(212) 371-5999

GRUPO TELEVISA, S. A.
BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS AL 31 DE MARZO DE 2003 Y 31 DE DICIEMBRE DE 2002
(En millones de pesos con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2003)

ACTIVO

	Marzo 31, 2003 (No auditado)	Diciembre 31, 2002 (Auditado)
Circulante:		
Disponible:		
Efectivo	\$ 193.9	\$ 1,634.5
Inversiones Temporales	<u>10,054.6</u>	<u>7,268.2</u>
	10,248.5	8,902.7
Documentos y cuentas por cobrar a clientes-neto	6,435.6	9,689.8
Otras cuentas y documentos por cobrar-neto	804.5	879.3
Cuentas corrientes con compañías afiliadas-neto	404.0	-
Derechos de transmisión, programas, producciones de talento y películas	3,470.5	3,465.2
Inventarios	557.1	515.4
Otros activos	<u>519.6</u>	<u>435.8</u>
Suma el activo circulante	22,439.8	23,888.2
 Derechos de transmisión, programas, libretos y películas	5,001.5	4,901.2
Inversiones	3,223.7	3,073.1
Inmuebles, planta y equipo-neto	15,470.7	15,545.6
Crédito mercantil y marcas comerciales-neto	8,098.8	8,071.2
Activo diferido-neto	1,317.8	1,375.6
Otros activos	<u>359.0</u>	<u>363.3</u>
Suma el activo	<u>\$ 55,911.3</u>	<u>\$ 57,218.2</u>

GRUPO TELEVISA, S. A.
BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS AL 31 DE MARZO DE 2003 Y 31 DE DICIEMBRE DE 2002
(En millones de pesos con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2003)

PASIVO

	Marzo 31, 2003 (No auditado)	Diciembre 31, 2002 (Auditado)
A corto plazo:		
Porción circulante de deuda a largo plazo	\$ 1,280.7	\$ 1,256.2
Proveedores	2,045.1	2,257.9
Depósitos y anticipos de clientes	10,598.8	11,701.7
Impuestos por pagar	751.0	898.1
Intereses por pagar	229.0	311.5
Otros pasivos acumulados	980.3	828.1
Cuentas corrientes con compañías afiliadas-neto	-	59.5
Suma el pasivo a corto plazo	15,884.9	17,313.0
Deuda a largo plazo	13,625.0	13,521.2
Depósitos y anticipos de clientes	203.7	206.4
Otros pasivos a largo plazo	830.8	770.5
Impuestos diferidos	1,827.8	2,062.7
Asociaciones de DTH	1,680.3	1,666.9
Planes de pensiones y primas de antigüedad	92.0	71.8
Suma el pasivo	34,144.5	35,612.5

CAPITAL CONTABLE

Capital contribuido:		
Capital social, sin valor nominal:		
Emitido	7,714.2	7,714.2
Recomprado	(276.3)	(248.3)
En circulación	7,437.9	7,465.9
Prima en colocación de acciones	219.3	219.3
	7,657.2	7,685.2
Capital ganado:		
Reserva legal	1,199.7	1,199.7
Reserva para recompra de acciones	5,470.4	5,589.6
Utilidades por aplicar	11,079.0	10,331.4
Otros componentes de pérdida integral	(5,014.3)	(5,102.4)
Utilidad neta del periodo	250.1	747.6
	12,984.9	12,765.9
Suma el interés mayoritario	20,642.1	20,451.1
Interés minoritario	1,124.7	1,154.6
Suma el capital contable	21,766.8	21,605.7
Suman el pasivo y el capital contable	\$ 55,911.3	\$ 57,218.2

GRUPO TELEVISA, S. A.
ESTADOS DE RESULTADOS CONSOLIDADOS POR LOS TRES MESES TERMINADOS
EL 31 DE MARZO DE 2003 Y 2002
(En millones de pesos con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2003)

	Tres meses terminados el 31 de marzo de	
	2003 (No auditado)	2002 (No auditado)
Ventas netas	\$ 4,811.8	\$ 4,592.7
Costo de ventas	<u>2,811.8</u>	<u>2,751.6</u>
Utilidad bruta	<u>2,000.0</u>	<u>1,841.1</u>
Gastos de operación:		
Gastos de venta	355.5	366.1
Gastos de administración	<u>339.8</u>	<u>339.9</u>
	<u>695.3</u>	<u>706.0</u>
Flujo de efectivo de operación ⁽¹⁾	1,304.7	1,135.1
Depreciación y amortización	377.8	360.2
Utilidad de operación	<u>926.9</u>	<u>774.9</u>
Costo integral de financiamiento:		
Intereses pagados	348.3	300.7
Intereses ganados	(166.3)	(149.1)
Pérdida (utilidad) en tipo de cambio-neto	108.1	(104.7)
Cobertura cambiaria con inversión extranjera	(199.4)	25.7
Pérdida por posición monetaria-neto	<u>90.6</u>	<u>78.6</u>
	<u>181.3</u>	<u>151.2</u>
Partidas especiales	52.4	102.9
Otros gastos-neto	<u>154.4</u>	<u>157.2</u>
Utilidad antes de impuestos	<u>538.8</u>	<u>363.6</u>
Impuesto sobre la renta y al activo	444.5	284.7
Participación de los trabajadores en la utilidad	1.7	7.8
Impuestos diferidos	<u>(261.4)</u>	<u>(171.8)</u>
	<u>184.8</u>	<u>120.7</u>
Utilidad antes de participación en los resultados de afiliadas, operaciones discontinuadas e interés minoritario	354.0	242.9
Participación en los Resultados de afiliadas-neto	(123.1)	(102.7)
Pérdida por operaciones discontinuadas-neto	-	(58.2)
Interés minoritario	<u>19.2</u>	<u>(11.9)</u>
Utilidad neta	<u>\$ 250.1</u>	<u>\$ 70.1</u>

⁽¹⁾ El flujo de efectivo de operación se define como utilidad de operación antes de la depreciación y amortización.

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS POR EL 1^{ER}, 2^º, 3^{ER} Y 4^º TRIMESTRE DE 2002 Y 1^{ER} TRIMESTRE DE 2003⁽¹⁾:

6:00 A 24:00 HORAS, LUNES A DOMINGO

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	2002	ene	feb	mar	1T03
Canal 2																	
Rating	12.8	12.3	11.6	12.2	12.0	12.3	12.2	11.8	11.6	11.5	11.3	10.5	11.8	11.5	11.3	11.8	11.5
Participación (%)	33.2	32.5	30.8	32.4	32.3	33.1	31.8	31.3	31.0	30.8	29.7	29.6	31.5	30.9	30.1	30.6	30.5
Total Televisa⁽²⁾																	
Rating	28.2	28.1	28.3	28.7	29.1	28.4	29.7	27.6	27.3	26.9	27.3	25.6	27.9	27.0	26.7	27.5	27.1
Participación (%)	73.0	74.2	75.0	76.5	78.0	76.1	77.6	73.5	72.9	72.1	71.5	72.3	74.4	72.6	70.9	71.5	71.7

HORARIO ESTELAR – 16:00 A 23:00 HORAS, LUNES A DOMINGO⁽³⁾

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	2002	ene	feb	mar	1T03
Canal 2																	
Rating	20.0	18.9	17.3	17.6	18.2	18.3	18.2	17.9	17.8	17.5	17.6	15.6	17.9	18.1	17.7	17.9	17.9
Participación (%)	35.0	34.2	31.4	32.2	33.6	34.7	33.0	33.1	32.6	31.6	30.9	30.1	32.7	32.7	32.0	32.1	32.2
Total Televisa⁽²⁾																	
Rating	40.1	39.8	39.8	40.9	41.6	39.7	42.3	38.4	38.5	38.2	39.5	36.5	39.6	39.9	38.8	38.7	39.2
Participación (%)	70.3	71.9	72.5	74.6	76.9	75.2	76.5	71.3	70.7	69.2	69.2	70.6	72.4	72.0	69.9	69.6	70.5

HORARIO ESTELAR – 19:00 A 23:00 HORAS, LUNES A VIERNES⁽³⁾

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	2002	ene	feb	mar	1T03
Canal 2																	
Rating	24.5	23.7	21.1	21.5	21.6	21.9	20.8	22.3	22.8	21.4	21.0	19.4	21.8	22.0	23.0	24.2	23.1
Participación (%)	37.2	36.8	33.4	34.1	35.2	36.7	33.6	37.2	37.2	34.7	32.6	33.2	35.2	34.6	35.7	37.6	36.0
Total Televisa⁽²⁾																	
Rating	44.9	44.9	45.0	46.5	47.9	45.5	48.0	43.5	43.7	42.3	45.2	42.6	45.0	47.2	46.6	46.2	46.7
Participación (%)	68.1	69.9	71.3	73.9	77.9	76.4	77.5	72.5	71.2	68.4	70.1	73.0	72.5	74.4	72.2	71.8	72.8

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 12 de las 27 ciudades que son cubiertas por IBOPE en sus estudios a nivel nacional. Asimismo, la programación del Canal 9 en estaciones afiliadas se transmite en 27 de 27 ciudades que son cubiertas por IBOPE en sus estudios a nivel nacional.
- 3) El "Horario Estelar de Televisa" es aquél durante el cual la Compañía generalmente aplica las tarifas publicitarias más altas para sus cadenas.