Informe **Anual**

2001

GRUPO
Televisa

Grupo Televisa 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 envío de mensajes electrónicos personalizados (“paging”); produce y distribuye películas; 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.

Contenido

Contenido

2 A nuestros Accionistas

4 Indicadores Financieros

6 Televisión

12 Publicaciones

14 Televisión por Cable

16 Radio

17 Otros Negocios

20 Televisión Directa al Hogar Vía Satélite

23 Univision

24 Fundación Televisa

A nuestros **Accionistas**

Accionistas

2001 fue un año trascendente para Grupo Televisa. En medio de un entorno económico lleno de desafíos y un panorama poco alentador en el mercado de la publicidad, mejoramos la calidad en televisión, redefinimos nuestra estrategia en las divisiones de audio, controlamos los costos y gastos y logramos alianzas estratégicas que fortalecerán la posición de Televisa en el futuro, como el proveedor de contenido líder en uno de los mercados con mayor crecimiento del mundo.

En el segmento de televisión, el negocio principal del Grupo, mantuvo los ratings más fuertes en la mayoría de los horarios, y seguimos dominando, tanto nuestra participación en el mercado de la publicidad como en la audiencia, con 71% y 73% respectivamente. Podemos reafirmar que la calidad de nuestros programas permanece, transmitiendo el año pasado en nuestros canales 185 de los 200 programas más vistos en México, 19 de las 20 mejores telenovelas y los 20 mejores programas cómicos. En el ámbito deportivo, mantuvimos nuestra posición dominante transmitiendo 15 de los mejores 20 eventos deportivos y también transmitimos 18 de las mejores 20 películas en México.

En el mes de mayo, iniciamos 4TV, un canal de televisión enfocado a nuestros clientes en la Ciudad de México y el área metropolitana para promocionar sus productos. Esta iniciativa, es parte del plan para incrementar nuestro número de clientes, así como desarrollar el mercado de la publicidad local. Como resultado, hemos observado que las ventas locales de televisión aumentaron 14% y el flujo de efectivo de operación se duplicó. Esto es muy alentador y sólo intensifica nuestro compromiso con nuestros clientes locales.

Nuestra división de noticieros tuvo la responsabilidad de transmitir las trágicas imágenes del 11 de septiembre. Tuvimos una extensa cobertura de los eventos para esclarecer el caos que surgió en las primeras horas de ese día. Hemos anticipado media hora nuestro noticiero para proporcionar la información completa a nuestra audiencia y seguimos cubriendo todos los acontecimientos alrededor del mundo.

A pesar de las condiciones adversas en el mercado de la publicidad y una difícil comparación con el año 2000, tomamos serias medidas al principio del año e introducimos un plan de reducción de costos. Estoy satisfecho en reportar que hemos sido exitosos, ahorrando aproximadamente U.S.$43 millones de dólares que permitirán mantener nuestros costos y gastos, en comparación con el año pasado, sin crecimiento. Seguiremos examinando nuestros negocios para encontrar maneras más eficientes de operarlos e incrementar nuestros márgenes.

El mercado hispano de los Estados Unidos es uno de los demográficos con mayor potencial de crecimiento en el mundo. De 1990 a 2000, la población del mercado hispano creció 58%, representando 40% del crecimiento de la población total en Estados Unidos. Televisa ha tomado acciones para capitalizar esta oportunidad.

En diciembre, anunciamos un acuerdo con Univision, la compañía de medios estadounidense, en donde incrementamos nuestra participación accionaria a 15%, y como resultado esperamos que más de nuestra programación sea transmitida en sus cadenas. Bajo los términos del acuerdo, Televisa obtiene regalías adicionales en las ventas netas de Univision, Galavision, y Telefutura. Asimismo, en 2002, tenemos planes para empezar una alianza estratégica y proveer de programación a los sistemas de televisión de paga en Estados Unidos.

Este importante acuerdo con Univision expande el alcance de nuestras cadenas de distribución de programación al mercado hispano en Estados Unidos, en donde una de cada ocho personas es de ascendencia hispana, y se espera que su poder adquisitivo se duplique en los próximos diez años. Hemos disfrutado una relación extremadamente cercana y fructífera con Univision desde su fundación, y hoy iniciamos una nueva era de cooperación y éxito. A su vez, como parte de este acuerdo me he incorporado al Consejo de Administración de Univision como su vicepresidente.

Estoy orgulloso de la asociación con Endemol para formar Endemol-México, una alianza 50/50 para producir y desarrollar contenido para la televisión e Internet. Con Endemol, uno de los líderes mundiales en la creación y producción de contenido para la televisión e Internet, Televisa ha encontrado un socio que le ayudará a incrementar su vasto catálogo, ofreciendo nuevos formatos populares para los televidentes, y así incrementar los ratings y las ventas. El catálogo de Endemol es conocido por su creatividad y preferencia de los demográficos de 18 a 34 años de edad, consistente con los objetivos comerciales de nuestros clientes.

Estoy satisfecho de informar que logramos un acuerdo exitoso con Grupo Prisa para mejorar la división de radio y direccionarla en el camino correcto. Bajo los términos del acuerdo, Prisa adquirió el 50% de la participación de Sistema Radiópolis, bajo inversión neutra. Radiópolis cubre el 10% de los radioescuchas en todo México. Prisa opera 338 estaciones de radio en España y es el líder en la participación de la audiencia durante el día, lo cual nos brinda una extensa serie de logros en el mercado español de radio. Su experiencia en el manejo del negocio de radio y la posición líder de Televisa en el mercado mexicano es la fórmula ideal para el éxito. Juntos, Televisa y Prisa posicionarán a Radiópolis para generar mayores ingresos y crear valor agregado para la Compañía. Como parte de la reorganización de nuestro segmento de audio, Univision aceptó adquirir nuestra división de música, Fonovisa, a un múltiplo muy atractivo para nuestros accionistas.

También establecimos una nueva empresa para producir eventos de entretenimiento de la más alta calidad. En Vivo, en menos de seis meses de operación se ha convertido en una alternativa para los artistas y espectadores en México. El año pasado, En Vivo presentó artistas de primer nivel como Elton John, NSYNC, Cirque EOS, Celia Cruz, Kabah y muchos más. En Vivo, se ha transformado en una de las más importantes compañías de entretenimiento en el país. Este año participaremos activamente con nuestro socio Clear Channel Entertainment para explotar el mercado hispano.

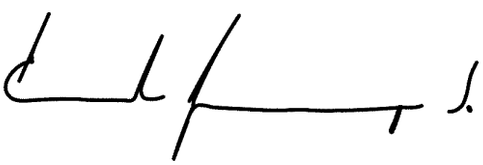
Nuestro servicio de DTH, Innova, está prosperando. El contenido superior de Innova continúa lidereando esta división, y comparado con DirecTV, tiene una participación en el mercado superior al 74% en México. Durante 2001, la base de subscriptores creció más de 17% debido a nuestra programación y a los servicios de valor agregado que ofrecemos a nuestros clientes, los cuales ayudaron a incrementar sus ingresos en más de 30%.

Con más de 442,000 subscriptores básicos y 75,000 subscriptores digitales, Cablevisión está más fuerte que nunca. Hemos agregado más contenido para nuestros subscriptores y en el futuro. Cablevisión ofrecerá nuevos servicios de valor agregado tales como televisión interactiva, video en demanda y telefonía IP. En abril de 2002, Cablevisión empezó a cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores bajo el símbolo de pizarra "CABLE". Esto facilitará el desarrollo de estrategias que beneficien a los nuevos accionistas de Cablevisión.

A principios de este año, aprovechamos las bajas tasas de interés para refinanciar el crédito puente, utilizado para adquirir acciones de Univision. En consecuencia, Grupo Televisa fue la primera compañía mexicana en emitir un bono, después de obtener el grado de inversión por Moody's, Standard & Poor's y Fitch. Emitimos exitosamente U.S.$300 millones de dólares de Notas Senior con vencimiento a 30 años. La transacción se fijó en un precio récord de 47.3 puntos base sobre el rendimiento de la deuda soberana con vencimiento en 2031. Esta transacción demuestra nuestro liderazgo, así como la fortaleza del perfil financiero de Televisa.

Éste fue un año histórico para Grupo Televisa. Hemos encontrado el éxito logrando asociaciones estratégicas con socios importantes. Firmamos acuerdos con Univision, Endemol y Grupo Prisa para posicionar a Televisa entre las primeras compañías de medios a nivel mundial, y continuaremos trabajando para crecer nuestra empresa.

Atentamente,



Emilio Azcárraga
Presidente del Consejo y Presidente

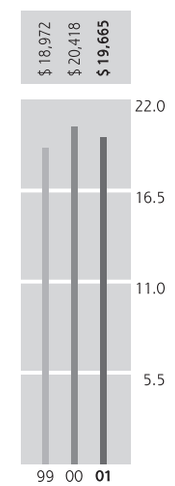
Abril, 2002

Financieros

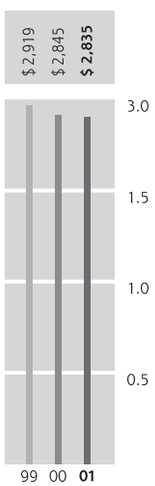
Indicadores **Financieros** (1)

	Años terminados el 31 de diciembre de		1999	2000	2001
	Estado de Resultados:				
A	Ventas netas		$ 18,972	$ 20,418	$ 19,665
	Utilidad bruta		8,122	9,015	8,222
B	Gastos de operación		2,919	2,845	2,835
C	Flujo de efectivo de operación	2	5,203	6,170	5,387
D	Margen de flujo de efectivo (porcentaje)		27.4	30.2	27.4
E	Utilidad de operación		4,004	4,930	4,106
	Costo integral de financiamiento - neto	3	1,031	998	413
	Otros productos (gastos) - neto	4	750	(499)	(657)
	(Pérdida) utilidad de operaciones discontinuadas	5	(29)	24	13
	Utilidad (pérdida) neta		1,210	(825)	1,346
	Utilidad (pérdida) por CPO	6	0.41	(0.27)	0.45
	Balance General (al final de año):				
	Efectivo e inversiones temporales		$ 6,819	$ 7,879	$ 5,625
	Inmuebles, planta y equipo		13,655	13,137	12,920
	Activo total		49,169	47,011	48,151
	Deuda a corto plazo		895	361	335
	Deuda a largo plazo		9,909	11,352	12,820
	Depósitos y anticipos de clientes		9,173	10,351	10,801
	Capital contable	7	23,522	18,361	18,729
	Otros datos:				
	Inversiones de capital	8	$ 970	$ 1,566	$ 1,330
F	Número de empleados (al final del año)		14,700	14,600	13,700
	Acciones en circulación (en millones, al final del año)	6	8,839	8,899	8,856
	CPOs en circulación (en millones, al final del año)	6	2,162	2,201	2,187

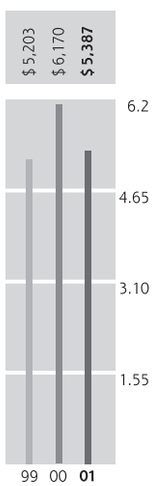
(1) Estos indicadores financieros se derivan de los estados financieros consolidados y auditados de la Compañía, preparados bajo los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México, al 31 de diciembre de 1999, 2000 y 2001, y por los años que terminaron en esas fechas, y las cantidades se presentan en millones de pesos con poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2001, excepto, la utilidad (pérdida) por CPO.
(2) El flujo de efectivo de operación se define como la utilidad de operación antes de depreciación y amortización.
(3) Representa intereses pagados, intereses ganados, utilidad o pérdida en tipo de cambio y resultado por posición monetaria. Ver Nota 18 a los estados financieros.
(4) Ver Nota 20 a los estados financieros.
(5) Ver Nota 22 a los estados financieros.
(6) Ver Notas 13 y 23 a los estados financieros.
(7) Como se menciona en la Nota 1 (o) a los estados financieros, a partir del 1º de enero de 2000, la Compañía adoptó los lineamientos del Boletín D-4 de Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México, relativos al reconocimiento integral de impuestos diferidos. El efecto acumulado de impuestos diferidos a la fecha de adopción del Boletín D-4 disminuyó el capital contable en $2,566.
(8) Las inversiones de capital consisten en inversiones en inmuebles, planta y equipo y ciertos cargos diferidos.



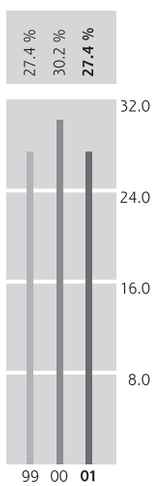
A. Ventas netas



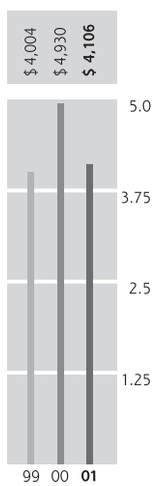
B. Gastos de operación



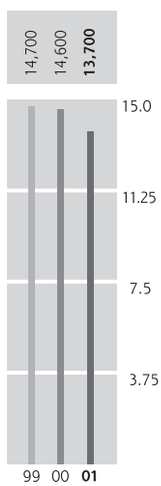
C. Flujo de efectivo de operación



D. Margen de flujo de efectivo de operación
(porcentaje)



E. Utilidad de operación



F. Número de empleados

Ventas netas por segmento de negocios:	**1999**	**2000**	**2001**
Televisión abierta	62.6%	63.9%	63.0%
Programación para televisión restringida	2.4%	2.4%	2.5%
Licencias de programación	6.8%	7.3%	7.0%
Editoriales	10.0%	8.3%	7.9%
Distribución de publicaciones	4.5%	4.4%	4.4%
Televisión por cable	4.1%	4.5%	5.4%
Radio	1.7%	1.7%	1.2%
Otros negocios	7.9%	7.5%	8.6%
Total de ventas por segmento	100%	100%	100%
Ventas intersegmento	(1.4%)	(1.9%)	(2.6%)
Ventas netas consolidadas	98.6%	98.1%	97.4%
	$ 18,972	**$ 20,418**	**$ 19,665**

Televisión

Grupo Televisa continúa manteniendo el liderazgo en el principal negocio de la Compañía. La programación de alta calidad de Televisa, en 2001, ha permitido a la Compañía colocarse, una vez más, en los niveles más altos de índices y participación del teleauditorio en México. Según el Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (IBOPE), empresa privada de investigación de mercado situada en la Ciudad de México, las operaciones televisivas de la Compañía lograron en promedio una participación, en el horario comprendido entre las 6:00 y las 24:00 horas, del 73.0% del teleauditorio, y en el horario estelar, entre las 19:00 y las 23:00 horas de lunes a viernes, obtuvieron en promedio una participación del 70.4% del teleauditorio, ambos a escala nacional. Durante 2001, Televisa transmitió 91 de los 100 programas de mayor popularidad en todo México.

Programación

Grupo Televisa es líder mundial en la producción de programas de televisión en español. En 2001, Televisa produjo más de 50,000 horas de programación para ser transmitidas por sus cuatro cadenas televisivas, sus estaciones locales, su servicio de televisión por cable y sus servicios satelitales DTH en América y España, incluyendo más de 35,000 horas de programación producida por sus estaciones locales.

La programación producida por Televisa incluye telenovelas, deportes, noticieros, programas cómicos, programas de concurso, programas infantiles, musicales y eventos culturales, programas educativos y eventos especiales. Las telenovelas de Grupo Televisa, son dramas románticos que tienen una duración de entre 60 y 100 capítulos de una hora cada uno, estos se transmiten en varios idiomas en todo el mundo. Durante 2001, la Compañía transmitió las telenovelas de mayor popularidad en la televisión mexicana. En el horario estelar “Abrázame muy Fuerte”, “Primer Amor” y “Amigas y Rivales” fueron las telenovelas con mayor audiencia, alcanzando un impresionante promedio de participación de audiencia nacional de 44.4%, 42.2% y 41.9%, respectivamente. Asimismo, la Compañía transmitió programas cómicos como “De Nuez en Cuando”, “La Hora Pico” y “Cero en Conducta” alcanzando una participación de audiencia a escala nacional de 42.8%, 32.4% y 31.0%, respectivamente.

La transmisión de eventos especiales y programas deportivos, incluyendo partidos de fútbol y funciones de lucha libre profesional, es otro tipo de programación popular en México. Televisa transmitió una extensa gama de eventos culturales, conciertos, así como la producción y promoción de una gran variedad de espectáculos.

En 2001, Grupo Televisa lanzó una serie de iniciativas de programación diseñadas para mejorar las necesidades publicitarias de nuestros clientes e incrementar las ventas en los próximos años. En el mes de mayo, lanzamos 4 TV, una nueva opción que permite a nuestros clientes locales de la Ciudad de México anunciarse en el nuevo canal metropolitano. Esta iniciativa está dirigida a incrementar nuestra base de clientes y a crear nuevas opciones para la publicidad local. En octubre, la Compañía creó una alianza con Endemol Holding para producir programas en México. Esta asociación estratégica une los 50 años de experiencia de Televisa en producción y transmisión de contenido en español con la innovación, creatividad de contenidos y producción de Endemol. La asociación permitirá ofrecer a los televidentes nuevos formatos que han demostrado ser exitosos en todo el mundo. En ese mismo mes, presentamos una nueva barra de programación para los canales 2 y 9 como parte de la estrategia de cubrir los diferentes demográficos más solicitados por los anunciantes e incrementar la oportunidad de la integración de productos en nuestras producciones. Asimismo, la Compañía continúa planeando expandir su exclusiva videoteca de programación en español y su amplia gama de películas de largometraje.

Programación Producida en el Extranjero

Durante 2001, la programación producida en el extranjero representó más del 38.4% del total de la programación transmitida por las cuatro cadenas de televisión de la Compañía. Una gran parte de la programación extranjera es producida en Estados Unidos y consiste en series de televisión, películas y eventos deportivos, tales como juegos de béisbol de las ligas mayores (MLB) y partidos profesionales de fútbol americano (NFL). La mayor parte de esta programación es transmitida por los canales 4 y 5 de Televisa y el resto se transmite por el canal 9. La Compañía dobla al español la mayor parte de la programación extranjera antes de ser transmitida.

Promoción del Talento

Grupo Televisa opera una escuela en la Ciudad de México, para desarrollar e instruir actores, actrices y técnicos. El Centro de Educación Artística, CEA, proporciona enseñanza gratuita a sus artistas y un número importante de actores y actrices, que forman parte del elenco de las producciones de Televisa, son egresados de esta escuela. La Compañía se ocupa también del fomento a escritores y directores por medio de concursos y becas.

Transmisión por Televisión

Grupo Televisa cuenta con cuatro cadenas de televisión y se identifican con su estación ancla en la Ciudad de México, los canales 2, 4, 5 y 9, los cuales comprenden 228 estaciones afiliadas dentro de la República Mexicana, así como 86 estaciones complementarias, las cuales cubren más del 98% de los telehogares de México. Los programas que se exhiben en las cadenas de Televisa están dentro de los programas más vistos en México.

Cadena del Canal 2

El canal 2, conocido como “El Canal de las Estrellas”, junto con sus estaciones afiliadas, es la cadena líder en México, así como en el mundo de habla hispana, en términos del total del auditorio que puede potencialmente recibir la señal. El canal 2 es el principal medio de venta de tiempo publicitario de la Compañía y es la mejor reflexión de las habilidades de producción, así como de las ventajas competitivas de Grupo Televisa. De acuerdo con IBOPE, llega a más de 19 millones de telehogares en México, representando más del 98% de todos los telehogares del país, a través de 128 estaciones afiliadas en México. En 2001, el canal 2 tuvo en promedio una participación de audiencia nacional de 31.8% en el horario comprendido de las 6:00 a las 24:00 horas.

El público objetivo del canal 2 es la familia mexicana. Sus programas incluyen telenovelas, así como noticieros, programas de entretenimiento, cómicos y de concurso, películas y eventos deportivos. Las telenovelas componen la mayor parte de la programación que se transmite durante el horario estelar. La mayoría de la programación que transmite el canal 2 es programación de estreno y prácticamente toda es producida por Grupo Televisa.

La emisión nocturna del noticiero es el programa más visto dentro de su género en México, debido al gran profesionalismo y visión independiente.

Cadena del Canal 4

El canal 4 cubre más de 6 millones de telehogares o aproximadamente el 33% del total de telehogares en México y llega a más de 3.5 millones de telehogares sólo en el área metropolitana de la Ciudad de México. La cadena del canal 4 se dirige al auditorio de adolescentes y jóvenes adultos. Sus programas consisten, principalmente en series, mini-series y películas extranjeras, subtituladas o dobladas al español. El canal 4 también transmite noticieros, programas cómicos, eventos deportivos y programas especiales producidos por Televisa, así como un servicio de ventas por televisión que se transmite después de la medianoche.

El canal 4 se transmite en 3 estaciones televisivas en México. A diferencia de las cadenas de los canales 2, 5 y 9, la mayoría de sus estaciones afiliadas reciben sólo una parte de la programación diaria del canal 4. Las estaciones afiliadas complementan el resto de su programación con producciones propias y con programación otorgada bajo licencia por la Compañía. Aunado a esta cobertura nacional, el canal 4 produjo programación local para la Ciudad de México y el área metropolitana en 2001, y seguirá con ese fin para atraer a más clientes locales en la Ciudad de México.

Cadena del Canal 5

El canal 5 se transmite en 66 estaciones repetidoras en todo México. La Compañía estima que la red del canal 5 llega aproximadamente a 18 millones de telehogares, que equivale a aproximadamente el 91% del total de telehogares en el país.

La mayor parte de la programación del canal 5 se produce en el extranjero, principalmente en los Estados Unidos. El canal 5 ofrece dibujos animados y programas infantiles, películas, series de televisión, programas deportivos, cápsulas informativas, así como el servicio de ventas por televisión que se transmite después de la medianoche. La mayor parte de estos programas se producen en inglés y se doblan o subtitulan

al español en los estudios de Televisa. Durante 2001, el canal 5 fue una vez más el canal preferido para ver películas, y durante todo el año transmitimos 46 de las 50 películas más vistas, incluyendo éxitos como “Titanic”, “Las Profecías de Nostradamus” y “La Primera Noche”.

Cadena del Canal 9

La cadena del canal 9 tiene como objetivo de audiencia a la familia. Su programación consiste principalmente en películas, programas deportivos, cómicos, de concurso, noticieros y repeticiones de programas que tuvieron alta popularidad al ser transmitidos. El canal 9 se transmite en 31 estaciones repetidoras y la Compañía estima que llega aproximadamente a 15 millones de telehogares, que representan aproximadamente el 74% del total de telehogares en México. Durante 2001, la programación del canal 9 fue reestructurada y se le impuso un nuevo formato, siendo renombrado el canal como Galavisión.

Estaciones Afiliadas Locales

Las estaciones afiliadas de los canales 2, 5 y 9 son estaciones repetidoras y reciben la transmisión de programación de las estaciones correspondientes, localizadas en la Ciudad de México, y generalmente no cuentan con personal de programación. Las estaciones de televisión afiliadas de la cadena del canal 4 reciben sólo parte de su programación del canal 4. Los programas restantes, transmitidos en las estaciones afiliadas de canal 4 consisten básicamente en programas de la videoteca de Televisa otorgados bajo licencia, así como producciones locales. La programación local incluye: noticieros, programas de concurso, musicales y culturales, así como programas que ofrecen asesoría profesional. Durante 2001, las estaciones de televisión locales, propiedad de la Compañía, produjeron más de 35,000 horas de programación. En general, la Compañía paga a sus estaciones afiliadas, que no posee en su totalidad, un porcentaje fijo de las ventas de tiempo publicitario por su afiliación.

Estaciones de Televisión en la Frontera

Grupo Televisa es propietario de tres estaciones de televisión ubicadas en la frontera de México con los Estados Unidos. XETV, ubicada en la ciudad de Tijuana, transmite en la banda VHF. Esta estación, afiliada a la cadena Fox, le ha permitido a la Compañía contar con una cobertura sobre el mercado de San Diego, uno de los más importantes en Estados Unidos. Las otras dos estaciones, XHFOX y XHFTX, que transmiten programación en inglés en la banda UHF están ubicadas en la frontera de México con el estado norteamericano de Texas. Las tres estaciones transmiten programación en inglés, incluyendo programas de la cadena de televisión Fox.

	Estaciones ancla propias de la Ciudad de México	Afiliadas propias	Afiliadas con participación mayoritaria	Afiliadas independientes	Total de estaciones
Canal 2	1	121	5	1	128
Canal 4	1	2	-	-	3
Canal 5	1	58	-	7	66
Canal 9	1	17	-	13	31
Total	**4**	**198**	**5**	**21**	**228***

* Adicionalmente, se cuentan con 86 estaciones complementarias.

Plan de Ventas

La fuerza de ventas de Televisa esta dividida en equipos, enfocados a una división en particular. El segmento de Televisión Abierta vende publicidad mediante un plan de depósitos por adelantado dirigido a nuestros principales clientes, recibidos al término del año anterior, sobre una base de compra libre durante todo el año en curso, a través de posicionamiento del producto en nuestros programas y en nuestros eventos especiales. Durante 2001, la fuerza de ventas desarrolló paquetes especiales de promoción y mecanismos de mercadotecnia para incrementar las opciones y satisfacer las necesidades publicitarias de nuestros clientes.

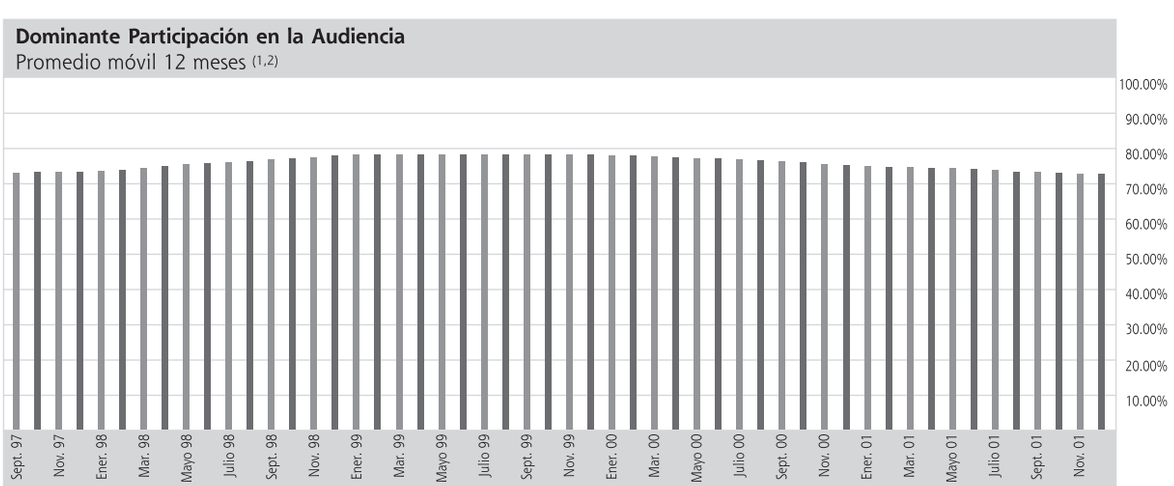
Los segmentos de Programación para Televisión Restringida, Editoriales, Televisión por Cable y Radio, cuentan actualmente con su propia fuerza de ventas y venden publicidad principalmente sobre una base de compra libre.

Programación para Televisión Restringida

Grupo Televisa proporciona programación a servicios vía satélite DTH, a sistemas de televisión por cable y servicios de pago por evento en México, España y en otros países de Latinoamérica. Esta programación incluye programas producidos por Televisa, tales como telenovelas, videos musicales, eventos deportivos, noticieros, así como servicios de información y entretenimiento, y programas producidos por otras compañías. Durante 2001, la Compañía produjo aproximadamente 6,000 horas de programación para ser transmitidas por servicios de televisión de paga.

Licencias de Programación

Grupo Televisa continúa expandiendo la audiencia que recibe su programación, por medio de otorgar bajo licencia tanto la programación que produce, así como los derechos de programación producida por terceros, a estaciones de televisión en México y a otras compañías de televisión y sistemas de televisión de paga en alrededor de 90 países en todo el mundo. Televisa recibe ingresos por regalías conforme al tamaño del mercado al cual otorga la licencia o sobre un porcentaje de la venta de tiempo publicitario generado por la programación. Durante 2001, la Compañía otorgó licencia por aproximadamente 64,000 horas de programación. Una gran cantidad de programación otorgada bajo licencia por parte de Televisa es para Univision, el grupo hispano número uno de medios en Estados Unidos, la cual forma los componentes básicos de su horario estelar.



1) Lunes a domingo de 6:00 - 24:00 hrs., octubre 1996 - diciembre 2001.
2) Fuente: IBOPE/AGB México.

Ratings y participación de mercado a nivel nacional en zonas urbanas. 1º, 2º, 3er y 4º trimestre 2001 (6:00 a 24:00 hrs.) (1)
Lunes a domingo

2001	1er T	2° T	1ªM	3er T	4° T	2ª M	AC
Canal 2							
Rating	12.9	11.8	12.4	11.7	11.9	11.8	12.1
Participación (%)	33.6	31.8	32.7	31.0	30.7	30.9	31.8
Total Televisa (2)							
Rating	28.7	27.3	28.0	27.2	27.9	27.6	27.8
Participación (%)	74.7	73.3	74.0	72.0	72.1	72.0	73.0

Ratings y participación de mercado a nivel nacional en zonas urbanas. 1º, 2º, 3er y 4º trimestre 2001 (16:00 a 23:00 hrs.) (1)
Lunes a domingo

2001	1er T	2° T	1ªM	3er T	4° T	2ª M	AC
Canal 2							
Rating	20.7	17.8	19.3	17.5	18.0	17.8	18.5
Participación (%)	36.0	33.3	34.6	32.0	32.1	32.0	33.3
Total Televisa (2)							
Rating	41.9	38.1	40.0	37.8	38.6	38.2	39.1
Participación (%)	73.1	71.0	72.0	68.9	68.8	68.9	70.5

Ratings y participación de mercado a nivel nacional en zonas urbanas. 1º, 2º, 3er y 4º trimestre 2001 Horario estelar (19:00 a 23:00 hrs.) (1,3)
Lunes a viernes

2001	1er T	2° T	1ªM	3er T	4° T	2ª M	AC
Canal 2							
Rating	25.4	21.9	23.6	22.1	22.4	22.2	22.9
Participación (%)	38.6	36.1	37.4	35.3	34.8	35.1	36.2
Total Televisa (2)							
Rating	49.3	43.3	46.3	42.8	42.7	42.7	44.5
Participación (%)	75.1	71.5	73.3	68.5	66.3	67.4	70.4

1) La información referente a ratings y participación de mercado a nivel nacional en zonas urbanas está certificada por IBOPE y está basada en los estudios a nivel nacional de IBOPE, los cuales son calculados tomando en cuenta los siete días de la semana en la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y otras 24 ciudades cuya población es mayor a los 400,000 habitantes. 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 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 24 de 26 ciudades y a partir del 1º de abril de 2000 en las 26 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.

Publicaciones

Publicaciones

Grupo Televisa es líder en la publicación y distribución de revistas en México y líder mundial en la publicación y distribución de revistas en español, en términos de circulación. Por medio de esta división, Grupo Televisa promueve también a varios de sus negocios, incluyendo Televisión, Televisión de paga, Radio, eventos deportivos y distribución de largometrajes.

Editoriales

Con una circulación de aproximadamente 132 millones de copias en 2001, Grupo Televisa publica más de 40 títulos que se distribuyen en 18 países incluyendo a México, Estados Unidos, Colombia, Chile, Argentina, Ecuador, Perú y Venezuela. Los principales títulos publicados por la Compañía en México son TV y Novelas, revista semanal de telenovelas y entretenimiento, y Tele-Guía, una guía semanal de televisión. TV y Novelas y Tele-Guía, ocuparon el primer y segundo lugar respectivamente, en términos de circulación en México en 2001, con un promedio de aproximadamente 489,000 y 226,000 revistas por edición.

La Compañía también publica otras revistas de gran popularidad tales como Vanidades, revista quincenal para mujeres; Eres, revista quincenal para adolescentes; Tú, revista mensual para mujeres adolescentes y Somos, revista quincenal de entretenimiento. Televisa publica otros títulos de gran popularidad en Estados Unidos y América Latina.

Mediante acuerdos bajo licencia con otras compañías, Televisa publica las ediciones en español de diversas revistas, incluyendo Cosmopolitan, Men's Health, National Geographic y Mecánica Popular.

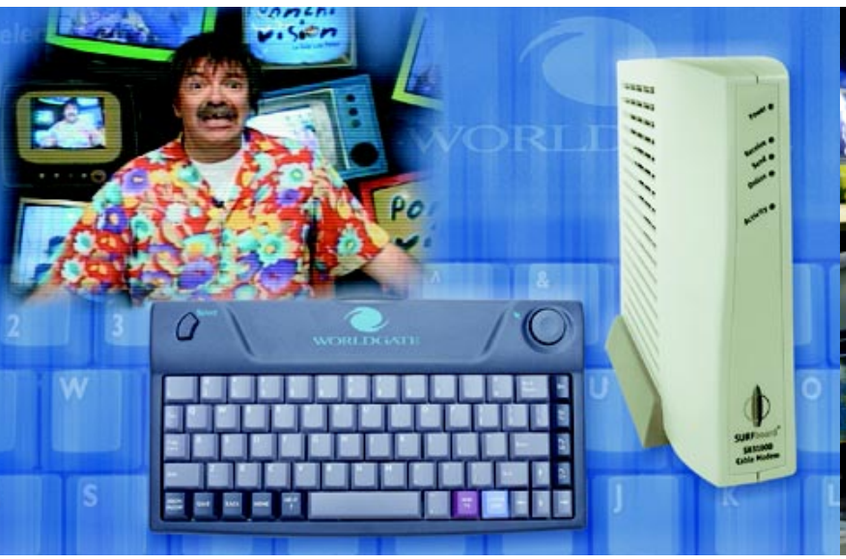
Distribución de Publicaciones

Grupo Televisa estima que su distribución es de aproximadamente 55% en términos de volumen del total de las revistas en circulación en México, a través de su subsidiaria Distribuidora Intermex, S.A. de C.V., la cadena de distribución más grande de América Latina. Por medio de una red de distribución de más de 20,000 puntos de venta en México y más de 80,000 en el extranjero, la Compañía llega a más de 300 millones de personas de habla hispana en 18 países, incluyendo México, Colombia, Chile, Argentina, Ecuador, Perú y Panamá. La Compañía cuenta con operaciones de distribución de publicaciones en seis países alrededor del mundo. La Compañía también distribuye sus propias publicaciones en los Estados Unidos, el Caribe y otros países de Latinoamérica a través de distribuidores independientes.

En 2001, aproximadamente el 60% de las publicaciones distribuidas por este segmento, fueron publicadas por Televisa. Asimismo se distribuyen publicaciones editadas por asociaciones estratégicas o por editores independientes, así como discos compactos, videos, billetes de lotería, tarjetas telefónicas y otros productos de consumo.

Televisión **por Cable**

Cable



Grupo Televisa es propietario del 51% de Cablevisión, el sistema de televisión por cable más grande de México. Cablevisión provee servicios de televisión por cable a la Ciudad de México y área metropolitana, por medio del cual ofrece múltiples canales de entretenimiento, noticias y programas informativos, incluyendo los canales 2, 4, 5 y 9, así como algunos de los programas más populares que produce Televisa.

Al 31 de diciembre de 2001, la penetración de la red de Cablevisión está compuesta por más de 9,500 kilómetros de líneas de cable existentes, cubriendo aproximadamente 1.4 millones de casas pasadas. Durante 2001, Cablevisión expandió su red en más de 700 kilómetros. Siguiendo el plan de inversión para ofrecer servicios de valor agregado a nuestros clientes, más del 50% de nuestra red tiene capacidad de al menos 750 Mhz y aproximadamente 32% tiene capacidad bidireccional.

Se incrementó el número de subscriptores en el servicio básico de más de 403,000 en el año 2000 a aproximadamente 452,000 en el año 2001. Los subscriptores del servicio digital se incrementaron de 44,000 en 2000 a 81,500 en 2001. Adicionalmente, se obtuvieron 1,600 subscriptores para acceso a Internet vía módems por cable, que permite conexiones hasta 100 veces más rápido que los módems telefónicos tradicionales.

En noviembre de 2001, Cablevisión inició la transmisión de “Ponchivisión La Tele con Patas”, un canal de televisión de paga con 5 horas de horario estelar, en repetición de bloques de 4 horas con ajustes 5 veces al día para cubrir 24 horas. La señal estará disponible vía satélite para ser distribuida por los concesionarios de televisión de paga en la República.

El paquete básico de Cablevisión ofrece 46 canales, incluyendo los nueve canales de televisión abierta que se transmiten en la Ciudad de México. Algunos canales del paquete básico incluyen Fox, E! Entertainment, MTV Latino, Nickelodeon, el canal Discovery en español, los canales Sony y Warner, Ponchivisión, ESPN International y varios canales de películas extranjeras.

Asimismo, Cablevisión ofrece el servicio de cuatro paquetes digitales que proveen acceso a canales como: CNN Internacional, HBO Plus, Cinemax, Cinecanal y Movie City, ofreciendo hasta 83 canales de video y 50 canales de audio.

Actualmente Cablevisión ofrece 30 canales de televisión por cable de pago por evento, que ofrecen películas y programas de eventos especiales, incluyendo eventos deportivos y conciertos. Cablevisión vende tiempo publicitario en sus canales de pago por evento durante la transmisión de éstos.

En un esfuerzo por ampliar la base de subscriptores e incrementar sus ingresos, Cablevisión planea, sujeto a la aprobación regulatoria, comenzar a ofrecer en un futuro, los siguientes servicios:

- servicios de programación, hipervínculo de canales, video en demanda, tarjeta inteligente de compras y otros servicios, que proveerán vistas previas e informes de la programación, así como un servicio que permitirá a los usuarios seleccionar diferentes ángulos de cámara durante eventos deportivos;

- aplicaciones de comercio electrónico; y

- servicios de telefonía IP.

Radio

Radio

Grupo Televisa es propietario del 50% de Sistema Radiópolis y, mediante acciones de inversión neutra, el 50% restante es propiedad de Grupo Prisa, el mayor grupo de comunicación Español. Radiópolis opera 17 estaciones de radio, 6 en FM y 11 en AM, en los principales mercados de México: Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, así como en Veracruz, San Luis Potosí y Mexicali. La Compañía estima que sus estaciones de radio pueden ser escuchadas por aproximadamente la mitad de la población de México.

Algunas estaciones de la Compañía transmiten señales que llegan a audiencias más allá de los mercados que cubren. Por ejemplo la XEW-AM en la Ciudad de México y la XEWA-AM en San Luis Potosí tienen la potencia suficiente para ser captadas en el sur de los Estados Unidos, y la XEW-AM cubre también gran parte del sur de México.

Las estaciones de radio del Grupo utilizan varios formatos de programación diseñados para captar diversas audiencias y satisfacer las necesidades de los anunciantes de las estaciones. A través de sus estaciones de radio, la Compañía promociona su talento artístico, el contenido y la programación de varios de sus negocios incluyendo televisión, deportes y noticieros. La fuerza de ventas de Radiópolis vende tiempo publicitario nacional y local principalmente sobre una base de compra libre.

Según estudios de *International Research Associates Mexicana, S.A. de C.V.* ("INRA"), durante 2001, la estación de Grupo Televisa XEQ-FM se colocó en 15° lugar de popularidad de un total de 28 estaciones que transmiten en el mercado de FM en la Ciudad de México y área metropolitana. Para determinar las preferencias de los radioescuchas, INRA realiza entrevistas diarias de puerta en puerta en la Ciudad de México y el área metropolitana.

Otros **Negocios**

Negocios

La división de Otros Negocios de Grupo Televisa, está conformada por una amplia gama de empresas que complementan el negocio principal de la Compañía. La diversidad de negocios de esta división incluye un portal horizontal de Internet; los equipos de fútbol profesional, América y Necaxa; En Vivo, nuestro negocio de entretenimiento; la producción y distribución de largometrajes; servicios de doblaje y servicio de envío de mensajes electrónicos personalizados (paging).

Internet

EsMas.com es el portal de Internet de Grupo Televisa que incluye una serie de canales verticales de noticias, deportes, negocios, música y entretenimiento, editoriales, vida y estilo, tecnología, así como niños, cultura, salud y un canal de encuestas populares. EsMas.com ofrece también una variedad de servicios como correo electrónico, buscadores, comercio electrónico, chats, foros de discusión, servicios de envío de mensajes electrónicos personalizados, tarjetas electrónicas, estaciones de radio en línea, boletines periodísticos y un servicio descargable para asistencia personal. EsMas.com se posicionó como uno de los principales portales en México, con más de 5 millones de visitas al mes y más de 866,000 usuarios registrados.

En julio de 2001, EsMas.com adquirió Submarino.com-México, el portal líder de comercio electrónico. Submarino.com-México cuenta con un extenso catálogo en línea que incluye una amplia gama de discos compactos, DVDs, libros, juguetes y artículos electrónicos.

Entretenimiento en vivo

En Vivo, la empresa de entretenimiento de Grupo Televisa, ha logrado sentar un precedente importante en México, con la presentación de espectáculos internacionales de primer nivel en la ciudad de México. Las presentaciones del Grupo Kabah, Cirque Eos, el Grupo NSYNC, David Copperfield, Los Temerarios, Celia Cruz y Elton John han situado a En Vivo como una opción para los artistas mexicanos y extranjeros de hacer sus presentaciones en toda la República mexicana. Grupo Televisa y sus clientes se benefician de las sinergias que se generan en esta división.

Promoción de Espectáculos Deportivos

Televisa es propietaria de dos de los equipos más populares y exitosos en el fútbol profesional de la primera división en México, América y Necaxa. Cada equipo juega dos torneos de 17 partidos de temporada regular, de los cuales uno comienza en julio y termina en diciembre y el otro comienza en enero y termina en mayo. Los mejores equipos de cada temporada califican para los partidos de post-temporada hacia el campeonato. En 2001, Televisa transmitió aproximadamente 84 horas de partidos de los equipos de la Compañía en su condición de local.

El Estadio Azteca, que cuenta con capacidad para más de 105,000 espectadores sentados y ha sido anfitrión de dos Copas Mundiales de fútbol, es también propiedad de Grupo Televisa. Los equipos de fútbol de la Compañía y el equipo de la Selección Nacional generalmente llevan a cabo los partidos locales en el Estadio Azteca. Televisa tiene los derechos exclusivos para transmitir los juegos locales de los equipos América y Necaxa, así como los de siete equipos más de la primera división.

Producción y Distribución Cinematográfica

Grupo Televisa produce y distribuye películas en español, algunas de las cuales fueron las más populares en México. En 2001, la Compañía continuó la coproducción de nueve películas con Warner Bros. y otros productores. La Compañía distribuye sus películas en salas cinematográficas tanto en México como en el extranjero y posteriormente lanza las películas en videocassette para ser transmitidas en sistemas de televisión por cable y televisión abierta.

Televisa tiene un convenio con *Corporación Interamericana de Entretenimiento* (CIE), bajo el cual se le ofrece a Televisa la primera opción para adquirir los derechos de distribución de sus películas en salas cinematográficas en México y transmitirlas en su sistema de televisión por cable y sus cadenas de televisión abierta.

Asimismo, la Compañía distribuye en México largometrajes de productores extranjeros, siendo el distribuidor exclusivo en México de las películas producidas por Warner Brothers y desde 1997 ha sido también el distribuidor exclusivo de películas producidas por New Line Cinema y Polygram. Las películas más populares que distribuyó la Compañía en 2001 son: “Lo que Ellas Quieren”, “Harry Potter y la Piedra Filosofal”, “El Exorcista” y “Como Perros y Gatos”.

A finales de 2001, Grupo Televisa era propietario o contaba con los derechos de más de 560 películas en español y 25 películas en video. Varias de estas películas han sido transmitidas por las cadenas de televisión, el sistema de televisión por cable y los servicios de DTH de la Compañía. Además, Televisa es dueña de los derechos de 20 películas producidas por terceros.

Servicios de Doblaje

Grupo Televisa proporciona servicios de doblaje para programas y películas compradas por Televisa y por terceros, incluyendo algunas de las compañías de producción más importantes de los Estados Unidos. Los servicios de doblaje incluyen la traducción de libretos y diálogos, doblaje de voz sobre narraciones y canciones, la preparación de pistas musicales para distribución internacional, efectos especiales de sonido y la conversión entre distintos formatos de producción. Las instalaciones de doblaje de Televisa cuentan con diez estudios de grabación de diálogos, cinco estudios de postproducción, tres estudios de regrabación y nueve salas privadas de proyección. Su capacidad de producción es de aproximadamente 216 horas de doblaje mensuales y durante 2001 la Compañía produjo más de 1,600 horas de doblaje.

Mensajes Electrónicos Personalizados

Grupo Televisa tiene una participación del 51% en una asociación estratégica llamada Skytel, que opera en México y tiene licencia para proporcionar servicios de envío de mensajes electrónicos personalizados (paging) de cobertura nacional. El 49% restante de Skytel es propiedad de una subsidiaria de Mobil Telecomunications Technologies Corp., compañía de los Estados Unidos. Al cierre del año 2001, Skytel tenía aproximadamente 143,000 subscriptores.

Televisión Directa al **Hogar Vía Satélite**

Vía Satélite

Grupo Televisa participa en los servicios de televisión directa al hogar vía satélite (DTH) para el continente americano, a través de una asociación estratégica que estableció con The News Corporation Limited, Organizações Globo y Liberty Media. Por medio de una asociación estratégica con Telefónica de España y otras empresas de medios de comunicación, también participa en una plataforma DTH en España.

La asociación estratégica para el continente americano, conocida como SKY, ofrece sus servicios a toda América Latina y la cuenca del Caribe. Esta asociación reúne a cuatro de los conglomerados de medios de comunicación más importantes en el mundo. Cada uno de los socios ofrece a la asociación la experiencia, la programación y la tecnología necesarias para tener éxito en el competido mercado de Latinoamérica.

Televisa y News Corp. son los principales proveedores de contenido de programación para las asociaciones estratégicas de DTH, los cuales han otorgado a las asociaciones de DTH en Latinoamérica y México derechos exclusivos para transmitir toda su programación existente, así como la que produzcan en el futuro, incluyendo servicios de pago por evento en DTH, sujeto a ciertos acuerdos con terceros, previamente establecidos.

Grupo Televisa ha estado desarrollando canales para ser transmitidos exclusivamente por servicios de televisión de paga. Por medio de su relación con News Corp., Televisa espera que los servicios DTH continúen negociando términos favorables para la programación de derechos, tanto con terceros en México como con proveedores de los Estados Unidos, Europa y América Latina.

México

La mayor participación accionaria de Grupo Televisa, entre los servicios de DTH, es en Innova, S. de R. L. de C. V. (Innova), empresa que proporciona el servicio de DTH en México bajo el nombre de SKY. Innova es líder en el mercado de televisión de paga en México con una participación de más del 74%, según el número de subscriptores activos. Grupo Televisa es propietaria del 60% de esta asociación y los socios son News Corp. que cuentan con el 30% y Liberty Media con el 10%.

Al 31 de diciembre de 2001, el número de subscriptores activos se incrementó en aproximadamente 102,000 o cerca del 17.3%, comparado con el año anterior. Para finales de 2001, Innova tenía aproximadamente 692,000 subscriptores, en comparación con aproximadamente 590,000 subscriptores a finales de 2000.

Innova atribuye su crecimiento exitoso principalmente a su contenido, a sus nuevas y mejores películas para televisión y a su sistema de distribución a todo el país con más de 3,300 puntos de venta. Los paquetes de programación de SKY combinan la exclusividad de los canales abiertos de Televisa con otros canales exclusivos de DTH, producidos por News Corporation como Fox Sports, Fox Kids y Fox Channel, uno de los canales líderes en la televisión de paga en México.

Durante 2001, Innova ofreció juegos exclusivos de fútbol y agregó más canales para continuar mejorando su servicio a subscriptores. Entre los más importantes se encuentran:

- Nuevos canales agregados a la programación de SKY, como por ejemplo: Boomerang, Magic Kids, CNN Sports Illustrated, Locomotion y el canal 52, en donde transmitió en exclusiva los partidos locales de Atlante y Veracruz.
- La transmisión del torneo de invierno 2001 de fútbol soccer mexicano y la transmisión de 12 partidos de la Copa 2001 de Argentina.
- La transmisión en exclusiva de Eventos Especiales, que incluye el concierto de "Elton John en México", las carreras de automóviles de "La Copa Dodge 2001", así como diversas peleas de boxeadores, incluyendo Mike Tyson vs. Bryan Nielsen y Julio César Chávez vs. Terry Thomas.
- La transmisión de la temporada grande de corridas de toros 2001-2002.
- La transmisión de los juegos del equipo Morelia, equipo de fútbol soccer mexicano.

Además de deportes, noticias y programación de entretenimiento general, Televisa proporciona a Innova los derechos exclusivos de transmisión en servicios de DTH de sus cuatro cadenas de televisión abierta, los cuales son los canales de televisión más populares de México. El servicio vía satélite DTH de la Compañía es el único servicio de televisión de paga que ofrece todas las señales de televisión abierta de la Ciudad de México así como las señales de Televisa de Guadalajara y Monterrey.

SKY transmite actualmente 165 canales digitales de programación (104 de video, 29 de pago por evento y 32 de audio) los cuales incluyen canales de televisión abierta en exclusiva, eventos especiales, programas de entretenimiento y deportes. SKY ofrece sus servicios de programación por medio de seis paquetes básicos de programación: SKY Light, SKY Fun, SKY Nova, SKY Star, SKY Plus y SKY Universe. SKY transmite a través de sus canales de pago por evento, eventos especiales tales como conciertos, eventos deportivos y películas.

España

La plataforma de DTH en España, "Vía Digital", comenzó sus operaciones en septiembre de 1997, y al 31 de diciembre de 2001 contaba con aproximadamente 800,000 subscriptores y ofrecía 60 canales de video, 19 canales de pago por evento, 40 canales de audio y 12 canales de servicios interactivos.

Televisa cuenta con una participación de 10.0% en esta asociación. Los socios son Telefónica de España, DirecTV, Recoletos y un grupo de compañías de televisión españolas y periódicos que son propietarios del 67.4%, 6.9%, 5.0% y 10.7%, respectivamente. Grupo Televisa provee programación a cinco canales de Vía Digital y Telefónica de España maneja el lado técnico del servicio de transmisión.

Colombia

La plataforma de DTH en Colombia comenzó sus operaciones en diciembre de 1997, y al 31 de diciembre de 2001 contaba con más de 39,000 subscriptores y ofrecía 52 canales de video, 24 canales de pago por evento y 45 canales de audio. Televisa cuenta con una participación en esta asociación de 15.3% sobre la base de dilución total. Los socios son Casa Editorial El Tiempo S.A., Radio Cadena Nacional S.A., RTI Comunicaciones de Colombia Ltda. y Pastrana Arango.

Chile

La plataforma de DTH en Chile comenzó sus operaciones en octubre de 1998, y al 31 de diciembre de 2001 contaba con más de 63,000 subscriptores y ofrecía 68 canales de video, 24 canales de pago por evento y 35 canales de audio. Televisa cuenta con una participación en esta asociación de 30% sobre la base de dilución total.

Argentina

La plataforma de DTH en Argentina comenzó sus operaciones en el cuarto trimestre de 2000, y al 31 de diciembre de 2001 contaba con más de 73,000 subscriptores y ofrece 58 canales de video, 16 canales de pago por evento y 40 canales de audio. Televisa cuenta con una participación de 15.3% en esta asociación con Publicom S.A. sobre la base de dilución total.

Univision

Univision

Univision es la cadena de televisión de habla hispana con mayor popularidad en los Estados Unidos, con una cobertura de más del 97% de los telehogares hispanos de ese país. En 2001, Univision captó aproximadamente el 82% de la audiencia de tiempo estelar entre las cadenas de televisión de habla hispana de los Estados Unidos. De esta manera, se convirtió en la cadena de televisión de habla hispana más vista de los Estados Unidos. Grupo Televisa es actualmente el segundo accionista minoritario en Univision, con una participación accionaria de aproximadamente 15%.

Al 31 de Diciembre de 2001, las operaciones de Univision estaban compuestas por: *Univision Network*, la cadena de televisión en español con mayor audiencia en los Estados Unidos; *Telefutura Network*, la cadena de transmisiones de 24 horas diseñada para programar nuevas opciones de entretenimiento y aumentar la audiencia de habla hispana; *Univision Television Group*, que es propietaria y opera 21 estaciones de Univision y 23 de Telefutura; *Galavision*, la principal cadena en español por cable en el país; *Univision Music Group*, que bajo las aprobaciones legales necesarias incluirá a Fonovisa, marca líder en música latina, así como el 50% de la compañía de música, *Disa Records*; y *Univision Online*.

Grupo Televisa mantiene con Univision un acuerdo de licencia de programación que expira hasta diciembre de 2017. Bajo este acuerdo, Univision tiene la exclusividad de transmitir en los Estados Unidos toda la programación en español producida por Grupo Televisa en Univision, Galavision y Telefutura, incluyendo programación subtitulada en español, con algunas excepciones. A su vez, Univision paga a la Compañía regalías basadas en las ventas netas de tiempo publicitario sin importar la cantidad de programación producida por Televisa que Univision utilice.

Adicionalmente, formamos una alianza estratégica con Univision para introducir nuestra programación a los sistemas de cable y satelitales en los Estados Unidos.

Fundación **Televisa**

Fundación

Grupo Televisa, consciente de su responsabilidad social y cultural, participa activamente en la transformación de la sociedad mexicana a través de Fundación Televisa. La misión de Fundación Televisa es dar más oportunidades de desarrollo a los niños de México. Asimismo, la Fundación esta comprometida con la preservación y promoción del patrimonio cultural de los mexicanos. Para cumplir con estos objetivos de manera sistemática y eficiente, la Fundación trabaja principalmente en dos áreas: desarrollo social y cultural. Referente al área social, los esfuerzos de la Fundación se concentran en educación y salud. En el ámbito cultural, la Fundación promueve el diálogo cultural entre los mexicanos, así como el de México con el resto del mundo.

En el ámbito social, la Fundación apoya varias causas con la ayuda de los equipos de fútbol de primera división. De esta manera un gol anotado por uno de los equipos participantes se traduce en un mejor futuro para los niños. En 2001, a través de este programa se equiparon 85 escuelas con sistemas de cómputo, Internet y televisión educativa, se benefició a más de cuatro mil niños de comunidades rurales mediante la entrada a un programa de nutrición, se transplantaron córneas para 15 niños, y se entregaron más de 3,500 anteojos.

La Fundación cuenta con un acervo cultural dividido en tres colecciones; arte moderno, arte prehispánico y una colección fotográfica. Algunas piezas de estas colecciones han sido exhibidas en diferentes museos en el país. Con efecto de difundir y promover la cultura, la fundación ha patrocinado numerosos eventos en México, incluyendo: Cirque Eos de Quebec, XVII Festival del Centro Histórico, el Ballet Kirov, la Filarmónica de Nueva York, Les Ballets de Monte Carlo y la Sinfónica de Berlín.

Información a **Inversionistas**

Inversionistas

Oficinas Generales

Grupo Televisa, S.A.
Av. Chapultepec 28
C.P. 06724 México, D.F.
(5255) 5224 5000

Depositario

Citibank, N.A.
111 Wall Street, 9th Floor
New York, New York 10043 U.S.A.
(212) 657-4665

Citibank, N.A.
Cottons Centre, Hays Lane, 3rd Floor
London SE1 2QT England
(44) 207-500-5185

Asesores Legales

Mijares, Angoitia, Cortés y Fuentes, S.C.
Montes Urales 505, Tercer Piso
C.P. 11000 México, D.F.
(5255) 5201-7400

Fried, Frank, Harris, Shriver & Jacobson
One New York Plaza
New York, New York 10004 U.S.A.
(212) 859-8000

Auditores Externos

Pricewaterhouse Coopers, S.C.
Mariano Escobedo 573
C.P. 11580 México, D.F.
(5255) 5263-6000

Información sobre las Acciones

Los CPO's cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores con la clave "TLEVISACPO" y engloban una acción Serie A, una acción Serie L y una acción Serie D del capital de Grupo Televisa, S.A. Los GDSs, cada uno representando veinte CPOs (después de dar efecto a la división accionaria), cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores de Nueva York (NYSE) bajo la clave "TV" y en el sistema automatizado de la Bolsa de Valores de Londres bajo la clave "GTGDS".

Política de Dividendos

La declaración, monto y pago de dividendos se determinará por el voto mayoritario de los titulares de las acciones Serie A, generalmente siguiendo la recomendación del Consejo de Administración. La decisión dependerá de la situación financiera de la Compañía, de las necesidades de efectivo, de los proyectos futuros y de otros factores que sean considerados de importancia; sin embargo, no se puede asegurar que la Compañía pagará dividendos.

Reportes emitidos a la SEC

La Compañía emite, bajo ciertos lineamientos, reportes a la Securities and Exchange Commission ("SEC") de los Estados Unidos. Este Informe Anual contiene, tanto información histórica, como la información de eventos futuros. La información de eventos futuros contenida en este Informe, así como reportes futuros hechos por la Compañía o cualquiera de sus representantes, ya sea verbalmente o por escrito, implicarán ciertos riesgos e incertidumbres en relación a los negocios, las operaciones y la situación financiera de la Compañía. Un resumen de estos riesgos, así como este informe se incluyen en el Informe Anual (Forma 20-F), que la Compañía envía a la SEC. Este resumen y otro tipo de información está disponible, a través de solicitud por escrito dirigida al Área de Relaciones con Inversionistas.

Relaciones con Inversionistas

Los inversionistas y analistas pueden dirigirse a:

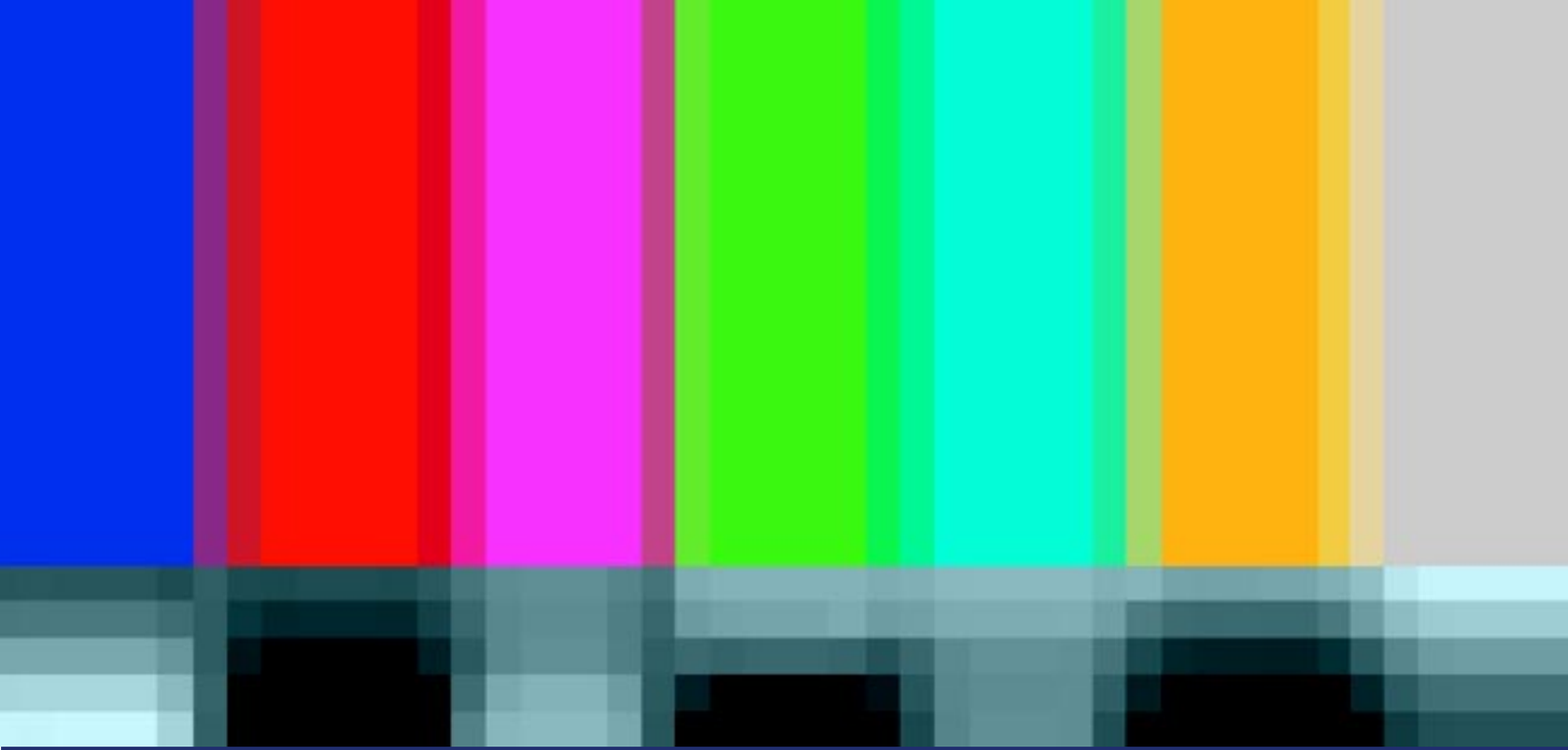
En México:
Grupo Televisa, S.A.
Av. Vasco de Quiroga 2000
C.P. 01210 México, D.F.
(5255) 5261-2000
e-mail: ir@televisa.com.mx
http://www.televisa.com

En el extranjero:
The Abernathy MacGregor Group
501 Madison Avenue
New York, New York 10022 U.S.A.
(212) 371-5999

Diseño: ReDiseño

TV Listed NYSE

COTIZA EN BOLSA MEXICANA DE VALORES
TLEVISACPO



GRUPO
Televisa