



GRUPO
Televisa

Informe Anual

contenido

- 1 Indicadores financieros
- 2 Grupo Televisa
- 4 A nuestros accionistas
- 6 Televisión
- 11 Publicaciones
- 12 Televisión por cable
- 13 Radio
- 14 Otros negocios
- 16 Entretenimiento en vivo
- 17 Televisión vía satélite
- 19 Univision
- 20 Fundación Televisa

Abril, 2003

Este Informe Anual está disponible tanto en español como en inglés.

April, 2003

This Annual Report is available both English and Spanish.

indicadores financieros⁽¹⁾

Años terminados el 31 de diciembre de	2000	2001	2002
Estado de Resultados:			
Ventas netas	\$ 21,582	\$ 20,786	\$ 21,559
Utilidad bruta	9,529	8,691	9,141
Gastos de operación	3,007	2,997	3,041
Flujo de efectivo de operación ⁽²⁾	6,522	5,694	6,100
Margen de flujo de efectivo de operación (porcentaje)	30.2	27.4	28.3
Utilidad de operación	5,211	4,340	4,650
Costo integral de financiamiento – neto ⁽³⁾	1,055	437	613
Otros gastos – neto ⁽⁴⁾	527	694	2,134
Utilidad de operaciones discontinuadas ⁽⁵⁾	25	14	1,063
(Pérdida) utilidad neta	(872)	1,422	738
(Pérdida) utilidad por CPO ⁽⁶⁾	(0.30)	0.48	0.24
Balance General (al final del año):			
Efectivo e inversiones temporales	\$ 8,328	\$ 5,946	\$ 8,787
Inmuebles, planta y equipo	13,886	14,736	15,343
Activo total	51,523	52,005	56,473
Deuda a corto plazo	382	354	1,240
Deuda a largo plazo	11,999	13,551	13,345
Depósitos y anticipos de clientes	10,941	11,417	11,753
Capital contable	19,408	19,796	21,324
Otros Datos:			
Inversiones de capital ⁽⁷⁾	\$ 1,655	\$ 1,406	\$ 1,415
Número de empleados (al final del año)	14,600	13,700	12,600
Acciones en circulación (en millones, al final del año) ⁽⁶⁾	8,899	8,856	8,848
CPOs en circulación (en millones, al final del año) ⁽⁶⁾	2,201	2,187	2,184

Ventas netas por segmento de negocios:	2000	2001	2002
Televisión abierta	63.9%	63.0%	64.0%
Programación para televisión restringida	2.4%	2.5%	2.8%
Licencias de programación	7.3%	7.0%	6.4%
Editoriales	8.3%	7.9%	7.7%
Distribución de publicaciones	4.4%	4.4%	6.1%
Televisión por cable	4.5%	5.4%	5.1%
Radio	1.7%	1.2%	0.8%
Otros negocios	7.5%	8.6%	7.1%
Total de ventas por segmento	100%	100%	100%
Ventas intersegmento	(1.9%)	(2.6%)	(1.7%)
Ventas netas consolidadas	98.1%	97.4%	98.3%
	\$ 21,582	\$ 20,786	\$ 21,559

- (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 2000, 2001 y 2002, 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 2002, excepto, la (pérdida) utilidad 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 19 a los estados financieros.
- (4) Ver Nota 21 a los estados financieros.
- (5) Ver Nota 23 a los estados financieros.
- (6) Ver Nota 14 y 24 a los estados financieros.
- (7) Las inversiones de capital consisten en inversiones en inmuebles, planta y equipo y ciertos cargos diferidos, por un monto equivalente aproximado de U.S.\$156.0 millones de dólares, U.S.\$144.9 millones de dólares y U.S.\$135.2 millones de dólares por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2000, 2001 y 2002, respectivamente, y se convierten a pesos al tipo de cambio correspondiente al final del año.

Grupo Televisa



... es el grupo de medios de comunicación
más grande en el mundo de
habla hispana y es líder internacional
en el negocio de entretenimiento.

- Captura el 74% de la audiencia de la televisión mexicana a través de sus cuatro cadenas de televisión.
- Cubre al mercado hispano de los Estados Unidos a través de Univision, la empresa líder de medios en español.
- Distribuye su programación en América Latina, Europa, Asia y África.
- Produce y comercializa señales de televisión de paga en América Latina y Europa.
 - Es propietario de la editorial de revistas, en español, más grande del mundo cubriendo 18 países con más de 50 títulos.
 - Es líder en el negocio de televisión de paga en México a través de Cablevisión y SKY, las empresas de televisión por cable y satelital más grandes del país.
 - Tiene intereses en radio y entretenimiento en vivo, promueve espectáculos deportivos y eventos especiales, produce y distribuye películas, presta servicios de envío de mensajes electrónicos personalizados y de doblaje y opera su propio portal de Internet.





a nuestros accionistas

En 2002 Grupo Televisa tuvo importantes logros, a pesar de que fue otro año con un entorno económico lleno de desafíos. Lanzamos exitosamente nuevas iniciativas de programación y logramos nuevas alianzas estratégicas que fortalecerán a la Compañía en el futuro y generarán mayor valor para nuestros accionistas.

A principios de 2002, en el segmento de Televisión Abierta, lanzamos una serie de iniciativas para cubrir grupos demográficos específicos. Impulsado por nuevos *reality shows* y por nuestras exitosas telenovelas, ofrecimos el alcance a ciertos grupos demográficos y mejoramos aún más nuestros *ratings*. Además de transmitir 93 de los 100 programas más vistos en México y 19 de las 20 mejores telenovelas, aumentamos durante el año la participación en la audiencia en el horario estelar, de 70% a 72.8%; y en el horario comprendido de las 6:00 a 24:00 horas, de 73% a 74.4%; en ambos casos en comparación con el año pasado.

Estoy sumamente orgulloso de los resultados de *Big Brother*, el Mundial de 2002 y nuestro canal local, 4TV. Con el lanzamiento de *Big Brother* en marzo, fuimos la primera cadena en transmitir *reality shows* en México. La cobertura del Mundial captó el 70% de la audiencia, y de esta manera afianzamos la posición de líder en la transmisión de eventos deportivos. Siguiendo con el plan de incrementar el mercado de la publicidad local, 4TV agregó a más de 200 clientes nuevos y triplicó sus ventas en la ciudad de México, representando un incremento de 19.5% en las ventas locales y contribuyendo al incremento de 4.4% en las ventas de Televisión Abierta.

A pesar de las condiciones adversas en el mercado de la publicidad en 2001, mantuvimos nuestro enfoque de optimizar nuestras operaciones. Como resultado, incrementamos los márgenes de flujo de efectivo de operación en el segmento de Televisión Abierta, de 38.0% en 2001 a 39.1% en 2002, así como 90 puntos base en el flujo de efectivo de operación consolidado.

Nuestros servicios de televisión restringida continúan siendo los líderes en el mercado con más de 1.1 millones de subscriptores. SKY, nuestro servicio de televisión satelital en México, tuvo un año destacado. La Compañía mantuvo aproximadamente 75% de participación de mercado con una base de 706,000 subscriptores, generó ingresos de más de \$3,400 millones de pesos y su flujo de efectivo de operación aumentó 37%. Innova no requirió de fondos adicionales de sus socios en los últimos tres trimestres de 2002. Para 2003, Innova está implementando nuevas iniciativas en su programación, incluyendo la transmisión de eventos deportivos y otros eventos en exclusiva que fortalecerá el futuro de este negocio.

En abril Cablevisión realizó exitosamente una oferta inicial pública en la Bolsa Mexicana de Valores y Televisa mantiene una participación accionaria del 51% en el segmento de Televisión por Cable. Sin embargo, un nuevo impuesto de telecomunicaciones de 10% y un incremento en el robo de señales provocó pérdidas en la base de subscriptores durante el año. Recientemente nombramos un nuevo equipo en la administración para lograr los objetivos de la empresa. Tenemos confianza que este negocio se fortalecerá en el futuro.

En nuestro negocio de Editorial lanzamos una nueva gama de revistas en español, tales como *Maxim*, *Caras*, *Travel+Leisure*, entre otras, para enfocarnos a nuevos grupos demográficos. Asimismo, estamos analizando el desempeño de cada revista para asegurarnos de mantener un portafolio de revistas óptimo y rentable. Éstas y otras iniciativas enfocadas a incrementar la circulación y los ingresos de publicidad de cada revista generaron resultados positivos en el cuarto trimestre de 2002, y continuaremos trabajando para mantener esta tendencia.

La alianza estratégica que formamos con Grupo Prisa, el grupo español líder en radio, mostró buenos resultados en el último trimestre del año. La nueva administración empezó en febrero de 2002 y ha completado su primera fase del plan de negocios, incluyendo el lanzamiento de nuevos programas de noticias, deportes y entretenimiento, la creación de una nueva fuerza de ventas y la reducción de personal. Pensamos que este negocio está ahora bien posicionado para empezar a generar resultados positivos durante 2003.

En octubre, anunciamos una asociación con Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE), la empresa líder en entretenimiento en vivo de América Latina, España y el mercado hispano en Estados Unidos. Juntos ofreceremos eventos de entretenimiento en vivo en México a través de OCESA Entretenimiento, una compañía nueva en la cual Televisa tiene una participación accionaria de 40%. Pensamos que nuestra alianza con CIE generará valor para Televisa en el futuro, y nos permitirá aprovechar múltiples sinergias entre las dos compañías.

Nuestra sociedad con Univision, la compañía de habla hispana de medios líder en Estados Unidos, continúa fortaleciendo a Televisa con una posición privilegiada para participar en el crecimiento del mercado hispano de Estados Unidos. Nuestro acuerdo de programación renegociado con Univision, generó regalías de las cadenas de Univision y Galavision por un monto de U.S.\$78 millones de dólares en 2002, y a partir de 2003, recibiremos una regalía de la cadena de Telefutura. Asimismo, finalizamos conjuntamente nuestros planes para empezar a operar la sociedad existente 50/50 con Univision, para ofrecer nuestra programación de televisión restringida a sistemas de cable y satelitales en Estados Unidos.

Televisa está constantemente comprometida con sus accionistas, y me complace informar que el Consejo de Administración de la Compañía decidió proponer ante la Asamblea de Accionistas un pago de dividendos en 2003. Por otro lado, en septiembre, anunciamos un programa de recompra de acciones por un periodo de tres años, apoyando de esta manera a nuestros accionistas.

Quisiera mencionar que Televisa recibió tres prestigiados premios durante 2002 por ser la primera compañía mexicana en emitir exitosamente un bono a 30 años a un precio récord. Nuestra solidez financiera y la confianza a largo plazo del mercado en Televisa, nos permitió completar esta transacción.

Para 2003 y en adelante, Televisa está en excelentes condiciones. Nuestra situación financiera es sólida, nuestras operaciones sobresalen a las de nuestra competencia y nuestras alianzas estratégicas nos posicionan para el crecimiento futuro en México y en el extranjero, todo lo cual fortalece nuestro liderazgo como la Compañía de medios y entretenimiento más dinámica en el mundo de habla hispana.

Atentamente,

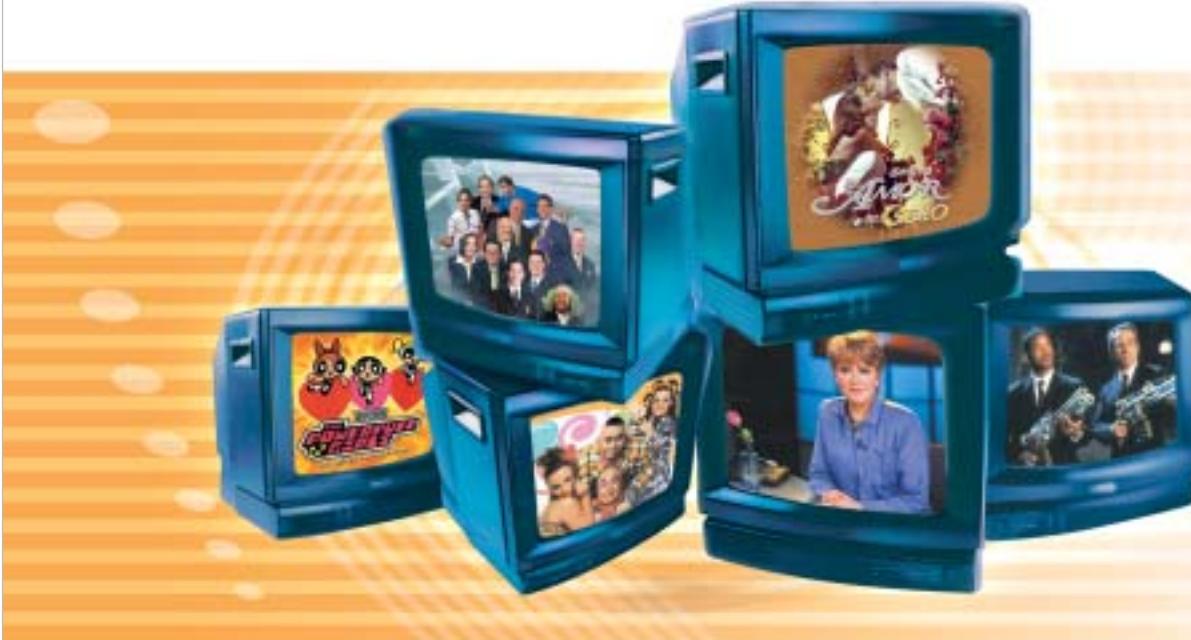


Emilio Azcárraga Jean
Presidente del Consejo y Presidente

Abril, 2003

televisión

La compañía de medios más grande en el mundo de habla hispana.



Grupo Televisa ofrece a los televíidentes la mejor y más popular programación del país. Esta programación de alta calidad adquiere consistentemente altos ratings y una gran participación de audiencia en México. Según el Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (IBOPE), empresa privada de investigación de mercado situada en la Ciudad de México, durante 2002 Televisa incrementó sus ratings y participación de audiencia. Las cuatro cadenas de la Compañía lograron en promedio una participación del teleauditorio a nivel nacional en el horario comprendido de lunes a domingo entre las 6:00 y las 24:00 horas del 74.4%; en el horario estelar comprendido entre las 16:00 y las 23:00 horas obtuvieron en promedio una participación del 72.4%; y en el horario estelar de lunes a viernes entre las 19:00 y las 23:00 horas obtuvieron en promedio una participación de 72.5% de la audiencia. En 2002, Televisa transmitió 93 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 2002, Televisa produjo más de 52,000 horas de programación para ser transmitidas por sus cuatro cadenas televisivas, sus estaciones locales, su servicio de televisión por cable en México y sus servicios satelitales en México, América Latina y España, incluyendo más de 37,000 horas de programación producidas por sus estaciones locales.

La programación producida por Televisa incluye telenovelas, deportes, noticieros, programas cómicos, programas de concurso, *reality shows*, programas infantiles, musicales y eventos culturales, programas educativos, películas 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. En promedio, cada telenovela tiene una duración entre 4 y 6 meses.

Durante 2002, la Compañía transmitió las telenovelas con mayor popularidad en la televisión mexicana. En el horario estelar, las 10 telenovelas de mayor popularidad fueron "El Manantial", "Salomé", "Entre el Amor y el Odio", "Las Vías del Amor", "El Juego de la Vida", "La Otra", "Vivan los Niños", "Cómplices al Rescate", "Clase 406", y "Así son Ellas". Todas también fueron producidas por Televisa. "El Manantial", "Salomé" y "Entre el Amor y el Odio" obtuvieron un promedio de participación de audiencia nacional de 41.3%, 38.6% y 37.6%, respectivamente.

Asimismo, la Compañía transmitió los programas cómicos más vistos en México, durante el horario estelar, incluyendo "La Parodia", "La Hora Pico" y "Cero en Conducta" alcanzando una participación de audiencia nacional de 37.6%, 36.8% y 33.8%, respectivamente.

Como parte de nuestra asociación con Endemol Holding, durante 2002 Televisa ofreció a sus televidentes nuevos formatos de éxito mundial. En marzo, transmitimos "Big Brother", el primer *reality show* producido en México, en el cual el 58% de la audiencia nacional vio el programa en su episodio final. Asimismo, la Compañía produjo otros *reality shows*, tales como "Big Brother VIP" y "Operación Triunfo".

Televisa transmite eventos especiales y programas deportivos, incluyendo partidos de fútbol y funciones de lucha libre profesional, que son programas populares en México. La Compañía transmite una extensa gama de eventos culturales, conciertos y la producción de una gran variedad de espectáculos en vivo. Durante el Mundial de fútbol 2002 en Corea y Japón, Televisa captó el 70% de la participación de audiencia, afianzando su posición de líder en la transmisión de eventos deportivos. El programa de Televisa, transmitido en el horario estelar, "La Jugada del Mundial" fue el programa deportivo más visto en México durante este evento. En la transmisión de los partidos de la Selección Nacional, los televidentes mexicanos escogieron a Televisa como su mejor opción debido a la popularidad y experiencia de nuestros comentaristas.

Como parte de nuestra estrategia de programación en el 2002, Televisa lanzó una serie de iniciativas de programación para cubrir los diferentes grupos demográficos más solicitados por los clientes existentes y potenciales. La Compañía continúa comprometida a desarrollar el mercado de la publicidad a través de una estrategia disciplinada de mantener el balance óptimo entre ingresos, ratings y costos.

Programación Producida en el Extranjero

Durante 2002, la programación producida en el extranjero representó más del 37.1% 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

Una prioridad de Televisa es descubrir y promover 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 el 99% de los telehogares en 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 el mejor reflejo 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 el 99% de todos los telehogares del país, a través de 128 estaciones afiliadas. En 2002, la cadena del canal 2 captó en promedio una fuerte participación de audiencia nacional de 31.5% 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. La mayoría de la programación que transmite el canal 2 es programación de estreno y prácticamente toda es producida por Grupo Televisa. Su horario de programación está basado en los hábitos de los grupos demográficos a través del día. El canal principal de la Compañía continúa transmitiendo las telenovelas con mayor popularidad en el país. La emisión nocturna del noticiero es el programa más visto dentro de su género en México, debido al gran profesionalismo y calidad en los reportajes.

Cadena del Canal 4

El canal 4TV cubre aproximadamente 4.5 millones de telehogares en la Ciudad de México y el área metropolitana o más de 23% del total de telehogares en México. Sus programas cubren a amas de casa y adultos jóvenes y consisten principalmente de noticieros, programas cómicos, deportivos y de entretenimiento, así como series, mini-series y películas extranjeras, subtituladas o dobladas al español. En 2002, el canal 4TV generó más de 200 clientes locales nuevos.

Cadena del Canal 5

La cadena del canal 5 se transmite en 66 estaciones repetidoras en todo México. La Compañía estima que la red del canal 5 cubre a más de 17 millones de telehogares, que equivale a aproximadamente el 91% del total de telehogares en el país. Creemos que el canal 5 ofrece la mejor opción de alcance al grupo demográfico entre 18 y 34 años. Nuestro éxito en cubrir este grupo se da como resultado de innovar con nuevo contenido e ideas.

El canal 5 se ha posicionado como el canal de televisión más innovador en México con una combinación de *reality shows*, programas cómicos, dramas, películas, dibujos animados y programas infantiles. La mayor parte de la programación del canal 5 se produce en el extranjero, principalmente en los Estados Unidos. La mayor parte de estos programas se producen en inglés y se doblan o subtitulan al español en los estudios de Televisa. En 2002, el canal 5 fue una vez más el canal preferido para ver películas y durante todo el año transmitimos 19 de las 20 películas más vistas, incluyendo éxitos como "La Momia", "Hombres de Negro" y "Titanic".

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 cubre a más de 14 millones de telehogares, que representan aproximadamente el 74% del total de telehogares en México.

Estaciones Afiliadas Locales

Las estaciones afiliadas de las cadenas 2, 5 y 9 son estaciones repetidoras y reciben la transmisión de programación de las estaciones correspondientes, localizadas en la Ciudad de México. Las estaciones afiliadas producen programas para transmisión local. Estos programas incluyen noticieros, programas de concurso, musicales y culturales. En 2002, las estaciones afiliadas, propiedad de la Compañía, produjeron más de 37,000 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 posee una estación de televisión, XETV, ubicada en la frontera de México con Estados Unidos que transmite programas en inglés, como una estación afiliada a la cadena FOX. XETV transmite en la ciudad de Tijuana y cubre el mercado televisivo de San Diego. Esta estación es operada por *Entravision Communications Corporation*, una Compañía de televisión estadounidense, en base a un acuerdo de mercadotecnia y programación entre Televisa y Entravision. En marzo de 2002, convertimos 2 de las estaciones en la frontera, afiliadas a la cadena *FOX Television*, que transmitían contenido en inglés a transmitir contenido sólo en español.

	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	1	6	66
Canal 9	1	17	-	13	31
Total	4	198	6	20	228*

* Adicionalmente, Televisa opera 86 estaciones complementarias.

Plan de Ventas

La fuerza de ventas de Televisa está 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; y a través de posicionamiento de producto en nuestros programas y en nuestros eventos especiales.

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, a sistemas de televisión por cable y servicios de pago por evento en México, España y en otros países de América Latina. La programación incluye programas producidos por Televisa, tales como telenovelas, películas, videos musicales, eventos deportivos, noticieros, así como servicios de información y entretenimiento y programas producidos por otras compañías. Durante 2002, la Compañía produjo más de 4,000 horas de programación para ser transmitidas por servicios de televisión de paga.

Durante 2002, la Compañía formó una sociedad 50/50 con Univision para operar y distribuir un grupo de canales de televisión digitales en español para transmitirse por cable y vía satélite en los Estados Unidos. La sociedad distribuirá inicialmente cinco canales de televisión, incluyendo dos canales de películas y tres de contenido musical y programas sobre el estilo de vida de los famosos, entrevistas y programación de entretenimiento.

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 Estados Unidos, América Latina, Asia, Europa y África. 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. Una gran cantidad de programación otorgada bajo licencia por parte de Televisa es para Univision, la compañía de medios líder en el mercado hispano de Estados Unidos, la cual forma los componentes básicos de su horario estelar. Adicionalmente a la programación otorgada a Univision, en 2002, la Compañía otorgó licencia por aproximadamente 60,000 horas de programación a otros países.

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⁽¹⁾:

6:00 a 24:00 hrs., lunes a domingo							
	1 ^{er} T	2 ^o T	1 ^{er} Semestre	3 ^{er} T	4 ^o T	2 ^o Semestre	AC
Canal 2							
Rating	12.2	12.2	12.2	11.9	11.1	11.5	11.8
Participación (%)	32.1	32.6	32.4	31.4	30.0	30.7	31.5
Total Televisa⁽²⁾							
Rating	28.2	28.7	28.4	28.2	26.6	27.4	27.9
Participación (%)	74.1	76.9	75.5	74.6	71.9	73.3	74.4
Horario estelar — 16:00 a 23:00 hrs., lunes a domingo ⁽³⁾							
	1 ^{er} T	2 ^o T	1 ^{er} Semestre	3 ^{er} T	4 ^o T	2 ^o Semestre	AC
Canal 2							
Rating	18.7	18.0	18.4	18.0	16.9	17.4	17.9
Participación (%)	33.6	33.5	33.5	32.9	30.9	31.9	32.7
Total Televisa⁽²⁾							
Rating	39.9	40.7	40.3	39.8	38.1	38.9	39.6
Participación (%)	71.6	75.6	73.6	72.9	69.7	71.3	72.4
Horario estelar — 19:00 a 23:00 hrs., lunes a viernes ⁽³⁾							
	1 ^{er} T	2 ^o T	1 ^{er} Semestre	3 ^{er} T	4 ^o T	2 ^o Semestre	AC
Canal 2							
Rating	23.1	21.7	22.4	22.0	20.6	21.3	21.8
Participación (%)	35.8	35.4	35.6	36.0	33.5	34.7	35.2
Total Televisa⁽²⁾							
Rating	44.9	46.6	45.8	45.1	43.3	44.2	45.0
Participación (%)	69.8	76.1	72.9	73.7	70.5	72.1	72.5

- 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 es aquél durante el cual la Compañía generalmente aplica las tarifas publicitarias más altas para sus cadenas.

publicaciones



Editorial y distribuidora de revistas en español más grande del mundo.

Editorial 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 los segmentos de Televisión Abierta, Televisión por Cable, Radio, Distribución de películas de largometraje y sus equipos profesionales de fútbol.

Editorial

Con una circulación de 137 millones de revistas, más de 50 títulos distribuidos en 18 países, y los títulos de mayor popularidad de cada categoría en la región, Editorial Televisa es la editorial más grande en el mundo de habla hispana.

Editorial Televisa cuenta con al menos dos de las cinco revistas más rentables en los diferentes segmentos de la industria. En cuanto a entretenimiento, *TV y Novelas* tiene una circulación en todo el continente de casi 2 millones de copias al mes. *TV y Novelas* y *Tele-Guía*, la guía semanal de televisión, ocuparon el primer y segundo lugar respectivamente, en términos de circulación en México. En cuanto a estilo de vida femenil, *Vanidades* y *Cosmopolitan* (publicada por *Hearst Magazines*), ambas captan más del 70% de participación de mercado de los lectores mexicanos y venden más de 7,000 páginas de publicidad al año.

En 2002, Editorial Televisa lanzó una serie de nuevos títulos, los cuales son versiones en español de revistas con gran popularidad. Complementando un fuerte grupo de marcas existente, las nuevas revistas incluyen *Travel+Leisure* (publicada por *American Express Publishing*), *Maxim* (publicada por *Dennis Publishing*), *Electronic Gaming* (publicada por *ZIF Davis*), y *Disney Witch*. La compañía también lanzó una guía mensual para Cablevisión llamada *Contacto Digital*, la revista más grande en su género; y una nueva revista dentro del género de estilo de vida social llamada *Caras*.

Editorial Televisa continuará fortaleciendo su diversidad geográfica y liderazgo, especialmente en el mercado hispano de Estados Unidos y en América Latina.

Distribución de Publicaciones

Grupo Televisa estima que su distribución en términos de volumen del total de las revistas en circulación en México es de aproximadamente 60%, 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 cubre 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 y distribuye sus propias publicaciones en los Estados Unidos, el Caribe y otros países de América Latina a través de distribuidores independientes.

En 2002, más del 64% de las publicaciones distribuidas por este segmento, fueron publicadas por Editorial 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

El operador líder del país.



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. Los diferentes paquetes de servicio ofrecen 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.

La penetración de la red de Cablevisión está compuesta por más de 9,800 kilómetros de líneas de cable existentes, cubriendo más de 1.4 millones de casas pasadas. En 2002, Cablevisión expandió su red en más de 320 kilómetros. Más del 50% de la red tiene capacidad de al menos 750 MHz y aproximadamente 36% tiene capacidad bidireccional. Con esta red, Cablevisión podrá distribuir servicios de valor agregado a sus clientes.

Al 31 de diciembre de 2002, el número de subscriptores es de más de 412,000, de los cuales aproximadamente 65,000 son subscriptores del servicio digital. Adicionalmente, los subscriptores de acceso a Internet vía módems por cable, que permite conexiones hasta 100 veces más rápido que los módems telefónicos tradicionales, ascendieron a aproximadamente 5,000 subscriptores.

El paquete básico de Cablevisión ofrece 49 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 cinco paquetes digitales que proveen acceso a canales como: CNN Internacional, HBO Plus, Cinemax, Cinecanal y Movie City, ofreciendo hasta 100 canales de video y 50 canales de audio.

Actualmente Cablevisión ofrece 28 canales 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, ofrecer en un futuro servicios de programación, hipervínculo de canales, video en demanda, tarjeta inteligente de compras, aplicaciones de comercio electrónico y servicios de telefonía IP.

radio

El inicio...

En 1930, Emilio Azcárraga Vidaurreta, el abuelo de Emilio Azcárraga Jean, fundó la XEW, la primera estación de radio de la Compañía. XEW no sólo transmitía música, también fue la primera estación de radio mexicana que producía programas y promovía artistas. Los programas más populares y los mejores músicos surgieron de la XEW. Se le conocía como "la voz de la América Latina desde México" debido a su alcance e influencia en América Latina.

El día de hoy, 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 las principales ciudades del país: 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.



otros negocios

Complementando el negocio principal.



La división de Otros Negocios de Grupo Televisa, está conformada por una amplia gama de empresas que complementan el negocio principal de la Compañía. Estos negocios incluyen EsMas.com, nuestro portal horizontal de Internet; los equipos de fútbol profesional, América, Necaxa y Real San Luis; la producción y distribución de películas de largometraje; servicios de doblaje y servicio de envío de mensajes electrónicos personalizados.

Internet

EsMas.com es el portal de Internet y proveedor de servicios en línea de Grupo Televisa que incluye una serie de canales verticales de noticias, deportes, negocios, música y entretenimiento, editoriales, vida y estilo, tecnología, cultura, compras, salud, niños y un canal de encuestas populares. EsMas.com ofrece también una variedad de servicios como comercio electrónico, buscadores, foros de discusión, tarjetas electrónicas, estaciones de radio en línea, bolsa de trabajo, boletines periodísticos y un servicio de instalación de software para apoyo de nuestros clientes. EsMas.com alberga nuestro portal de comercio electrónico, EsMasCompras.com, uno de los portales más exitosos en su rama y catálogos en línea más extensos en México que incluye una amplia gama de discos compactos, DVDs, libros, juguetes, productos relacionados con nuestros programas de televisión y artículos electrónicos.

Promoción de Espectáculos Deportivos

Televisa es propietaria de tres equipos de fútbol profesional de la primera división, de los cuales dos de ellos son muy populares y exitosos en México, América y Necaxa. Cada equipo juega dos torneos de 19 partidos de temporada regular durante el año. Los mejores equipos de cada temporada califican para los partidos de post-temporada hacia el campeonato. En 2002, el equipo América fue el campeón del Torneo Verano 2002, y el Real San Luis ganó el torneo de la primera división "A", y de esta manera juega actualmente en la primera división. La Compañía transmitió aproximadamente 111 horas de partidos de los equipos de la Compañía en su condición de local.

El Estadio Azteca, que cuenta con capacidad para aproximadamente 105,000 espectadores sentados y ha sido anfitrión de dos Copas Mundiales de fútbol, es también propiedad de Grupo Televisa. El América 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, Necaxa y Real San Luis, 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 2002, la Compañía coprodujo cuatro películas con diversos productores.

La Compañía distribuye sus películas en salas cinematográficas tanto en México como en el extranjero y posteriormente 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 Televisa tiene 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 2002 son: "El Señor de los Anillos", "Harry Potter y la Cámara Secreta", "Scooby Doo" y "La Gran Estafa".

Al 31 de diciembre de 2002, Grupo Televisa cuenta 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. Asimismo, Grupo Televisa posee los derechos de 19 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 trece estudios de grabación de diálogos, seis estudios de postproducción y cuatro salas de control de calidad. Su capacidad de producción es de aproximadamente 230 horas de doblaje mensuales y durante 2002 la Compañía produjo más de 1,750 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 de cobertura nacional. El 49% restante de Skytel es propiedad de una subsidiaria de Mobil Telecommunications Technologies Corp., compañía de los Estados Unidos. Al cierre del año 2002, Skytel tenía más de 94,000 subscriptores.



entretenimiento en vivo

Líderes en la industria de entretenimiento en vivo en México.

En 2002 Grupo Televisa, presentó espectáculos de nivel internacional en la ciudad de México de la talla de Cirque du Soleil, Luis Miguel, Grupo Maná, Lenny Kravitz y el *Ballet de Lord of the Dance*. Asimismo, la Compañía se benefició de las sinergias provocadas en este negocio.

En octubre, Grupo Televisa adquirió el 40% de OCESA Entretenimiento, una nueva subsidiaria de Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE), que es propietaria de todos los activos relacionados con la unidad de negocios de entretenimiento en vivo de CIE en México. Televisa y CIE capitalizarán las ventajas del modelo de integración vertical de espectáculos, a través de la producción, promoción y operación de centros de entretenimiento de eventos teatrales, familiares, culturales y conciertos musicales en México, así como, la venta de boletos, alimentos, bebidas y mercancía en eventos públicos y la organización de eventos especiales y corporativos.

Se esperan crear sinergias importantes como resultado de esta alianza estratégica, ya que ambas compañías contribuyen con su experiencia y conocimiento de la industria. La nueva compañía OCESA Entretenimiento tendrá acceso a los canales de promoción y distribución de Televisa en México. Asimismo, Televisa cuenta con una primera opción para transmitir películas y eventos especiales a través de sus canales de televisión abierta y televisión de paga.

El sistema DTH número 1 del país.

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 competitivo 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.

televisión vía satélite



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 aproximadamente 75%, 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 2002, el número de subscriptores activos se incrementó en aproximadamente 13,900, ó aproximadamente 2%, comparado con el año anterior. Para finales de 2002, Innova tenía aproximadamente 705,900 subscriptores, en comparación con aproximadamente 692,000 subscriptores a finales de 2001.

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*.

En 2002, Innova ofreció partidos de fútbol en exclusiva y agregó más canales en sus paquetes para los subscriptores. 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, Monterrey, Puebla y Tijuana.

SKY transmite actualmente 169 canales digitales de programación (108 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 5 paquetes básicos de programación: SKY Basic, SKY Fun, SKY Movie City, SKY HBO y SKY Universe. SKY transmite a través de sus canales de pago por evento, eventos especiales tales como peleas de box, "reality shows", corridas de toros, 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 2002 contaba con aproximadamente 775,000 subscriptores y ofrecía 57 canales de video, 30 canales de pago por evento, 31 canales de audio y 16 canales de servicios interactivos.

Al 31 de diciembre de 2002, Televisa cuenta con una participación accionaria de 10.0% en esta asociación. Los socios son Telefónica de Contenidos, Strategic Money Management Company BV, Galaxy Entertainment Latinoamérica, RTL Group Communications y un grupo de compañías de televisión españolas y periódicos que son propietarios del 48.6%, 18.8%, 6.9%, 5% y 10.7%, respectivamente. Grupo Televisa provee programación a dos 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 2002 contaba con más de 35,000 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 2002 contaba con más de 52,000 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.

univision

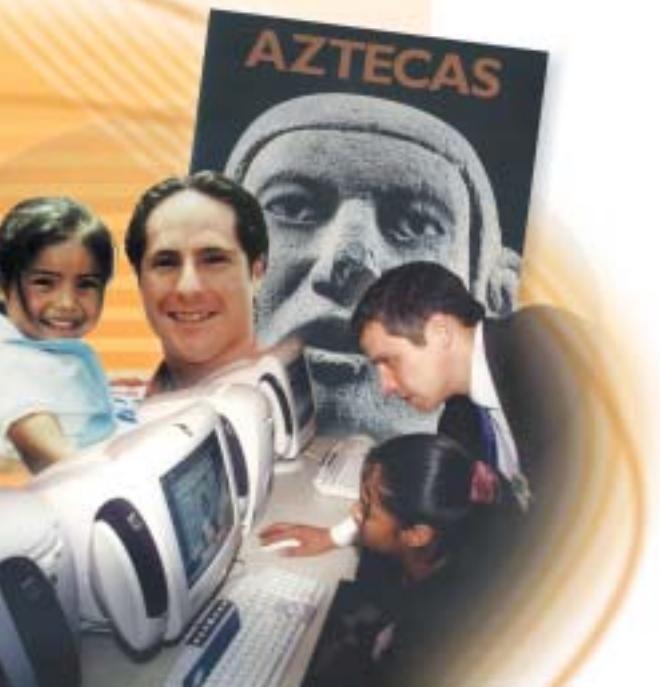
El mercado hispano de Estados Unidos.



Univision es la compañía de medios líder en el mercado hispano de Estados Unidos. Al 31 de Diciembre de 2002, las operaciones de Univision estaban compuestas por: Univision Network, la cadena de televisión en español con mayor popularidad en Estados Unidos, con una cobertura del 97% de los telehogares hispanos de ese país; TeleFutura Network, la nueva cadena de transmisiones de 24 horas, con una cobertura del 75% de los telehogares hispanos de ese país; Galavision, la principal cadena por cable en español en Estados Unidos; Univision Television Group, que es propietaria y opera 15 estaciones de alta potencia y 7 de baja potencia de Univision y 1 estación de alta potencia que no es propiedad de Univision; Telefutura Television Group, que es propietaria y opera 16 estaciones de alta potencia y 11 estaciones de baja potencia de Telefutura; Univision Music Group, el negocio de música y editorial de habla hispana más popular en Estados Unidos; y Univision Online, el portal de habla hispana más popular en Estados Unidos.

Grupo Televisa mantiene con Univision un acuerdo de licencia de programación que expira en 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, Televisa y Univision formaron una alianza estratégica para introducir nuestra programación a los sistemas de cable y satelitales en el mercado hispano de Estados Unidos.

fundación televisa



Responsabilidad social corporativa.

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 y jóvenes de México. Asimismo, la Fundación está 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.

En el ámbito social, los esfuerzos de la Fundación se concentran en la educación, la salud y la nutrición de niños y jóvenes. La mayoría de los programas sociales están ligados con goles que anotan los equipos de fútbol de primera división. De esta manera, se han equipado 174 escuelas primarias con equipo de cómputo; se proporcionaron bibliotecas escolares a 26 escuelas y 3 bibliotecas públicas; cofinanciamos 118 trasplantes de órganos y se adoptaron a 15,185 niños en términos de su nutrición, que viven en 181 distintas comunidades rurales e indígenas.

Debido a los daños causados por el huracán Isidoro en la Península de Yucatán, abrimos un nuevo capítulo de acción para atender a las víctimas de desastres naturales: "Unidos por México". Empresas, fundaciones y personas trabajamos para atender a 21,000 familias damnificadas de 7 municipios de Yucatán.

La Fundación cuenta con un patrimonio artístico conformado por tres colecciones: arte prehispánico, arte contemporáneo y la colección fotográfica formada por Manuel Álvarez Bravo. En el 2002 lo más destacado en materia de exposiciones fue: *Imágenes de un Siglo*, de Manuel Álvarez Bravo; la muestra *Parábolas Ópticas* del mismo autor, proveniente del Museo Getty de Los Ángeles. Por su parte, se incluyeron piezas de la colección prehispánica en importantes exhibiciones internacionales como *The Aztecs*, en la Real Academia de Artes, en Londres, Inglaterra. A su vez, Fundación Televisa ofrece una recomendación cultural semanal que se presenta los jueves en el noticiero, llamada GuiArte.

información a inversionistas

Oficinas Generales

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

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

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

Depositario

JPMorgan Chase Bank
One Chase Manhattan Plz., 40th Fl.
New York, NY 10081
(866) JPM-ADRS
adr@jpmorgan.com

Los tenedores de GDR's de Televisa podrán accesar a la información de su cuenta via <http://www.adr.com> o podrán contactar a JPMorgan Chase Bank, como banco depositario, directamente en:

JPMorgan Chase Bank
P.O. Box 43013
Providence, RI 02940-3013

Referencia sobre cuentas:
General: (781) 575 4328 ó (800) 990 1135
Inversiones Globales: (800) 428 4237
Impuestos: (800) 944 2217

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 GDS's, cada uno representando veinte CPO's, cotizan en la Bolsa 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 SEC (Securities and Exchange Commission) de los Estados Unidos de América. 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 Securities and Exchange Commission. 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

