

“nuestra

informe anual

fábrica de

2003

sueños...



GRUPO
Televisa

décimo aniversario en el NYSE pg. 2

indicadores financieros pg. 5

a nuestros accionistas pg. 7

contenido pg. 8

audiencia pg. 11

de realidades.”

Emilio Azcárraga Jean

publicaciones pg.15

televisión de paga pg.17

radio pg. 20

otros negocios pg. 23

fundación televisa pg. 25

ADR latinoamericano que ocupa el quinto lugar

de tenencia por parte de inversionistas institucionales

Grupo Televisa celebró 10 años de cotizar en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE). En junio de 2003, Emilio Azcárraga Jean, Presidente del Consejo de Administración y Director General del Grupo, acompañado por otros ejecutivos e invitados, hizo sonar la campana de apertura del mercado para conmemorar el aniversario.

En diciembre de 1991, la Compañía ofreció acciones a inversionistas mexicanos e internacionales a través de una oferta pública de acciones en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). Posteriormente, en diciembre de 1993, los ADRs de la Compañía empezaron a cotizar en el NYSE.

Desde su registro en el NYSE, las acciones de la Compañía han sido preferidas entre inversionistas institucionales. Con más del 70% de las acciones de la Compañía en el flotante y con una base de accionistas de más de 12,000 inversionistas, Grupo Televisa es una empresa realmente pública. En el cuarto trimestre de 2003, la acción ocupó el tercer lugar entre las acciones más líquidas de compañías mexicanas que cotizan en el NYSE.

- Grupo Televisa empezó a cotizar en la BMV en 1991 y en el NYSE en 1993
- Nuestra base de accionistas se ha incrementado de 100 en 1991 a más de 12,000 inversionistas en 2003
- El volumen promedio diario operado en el NYSE durante el cuarto trimestre de 2003 fue de más de 473,000 acciones, equivalente a más de U.S.\$18 millones de dólares en promedio por día

TV
LISTED
NYSE



TV
LISTED
NYSE

Televisa



JUNE
30
MONDAY

LI
N



indicadores

En 2003, las ventas netas aumentaron 5.1%...

Años terminados el 31 de diciembre de	2001	2002	2003
Estado de Resultados:			
Ventas Netas	\$ 21,612	\$ 22,417	\$ 23,563
Utilidad bruta	9,037	9,505	10,674
Gastos de operación	3,117	3,162	3,103
Flujo de efectivo de operación (2)	5,920	6,343	7,571
Margen de flujo de efectivo de operación (porcentaje)	27.4	28.3	32.1
Utilidad de operación	4,512	4,835	6,046
Costo integral de financiamiento - neto (3)	454	637	614
Otros gastos - neto (4)	722	2,219	543
Utilidad (pérdida) de operaciones discontinuadas (5)	15	1,105	(64)
Utilidad neta	1,479	767	3,597
Utilidad por CPO (6)	0.51	0.24	1.23
Balance General (al final del año):			
Efectivo e inversiones temporales	\$ 6,182	\$ 9,136	\$ 12,264
Inmuebles, planta y equipo	15,322	15,953	15,601
Activo total	54,073	58,658	64,759
Deuda a corto plazo	368	1,289	285
Deuda a largo plazo	14,090	13,876	14,704
Depósitos y anticipos de clientes	11,871	12,220	14,004
Capital contable	20,583	22,172	27,526
Otros Datos:			
Inversiones de capital (7)	\$ 1,462	\$ 1,471	\$ 1,065
Número de empleados (al final del año)	13,700	12,600	12,300
Acciones en circulación (en millones, al final del año) (6)	8,856	8,848	8,754
CPOs en circulación (en millones, al final del año) (6)	2,187	2,184	2,153
Ventas netas por segmento de negocios:			
Televisión abierta	63.0%	64.0%	64.4%
Programación para televisión restringida	2.5%	2.8%	2.9%
Licencias de programación	7.0%	6.4%	6.8%
Editoriales	7.9%	7.7%	7.5%
Distribución de publicaciones	4.4%	6.1%	7.5%
Televisión por cable	5.4%	5.1%	4.1%
Radio	1.2%	0.8%	1.1%
Otros negocios	8.6%	7.1%	5.7%
Total de ventas por segmento	100%	100%	100%
Ventas intersegmento	(2.6%)	(1.7%)	(1.3%)
Ventas netas consolidadas	97.4%	98.3%	98.7%
	\$ 21,612	\$ 22,417	\$ 23,563

(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 2001, 2002 y 2003, 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 2003, excepto la 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 18 a los estados financieros.

(4) Ver Nota 20 a los estados financieros.

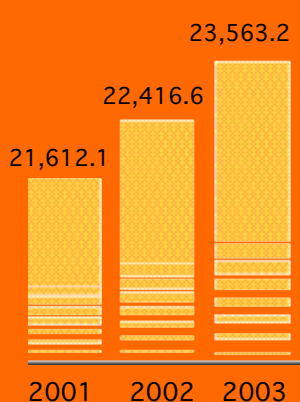
(5) Ver Nota 22 a los estados financieros.

(6) Ver Notas 13 y 23 a los estados financieros.

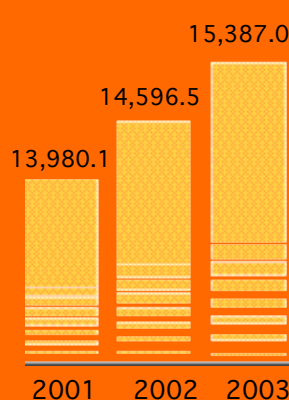
(7) Las inversiones de capital consisten en inversiones en inmuebles, planta y equipo y ciertos cargos diferidos, por un monto equivalente aproximado de U.S.\$144.9 millones de dólares, U.S.\$135.2 millones de dólares y U.S.\$94.9 millones de dólares por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2001, 2002 y 2003, respectivamente, y convertidos a pesos al tipo de cambio correspondiente al final del año.

...y el flujo de efectivo de operación* aumentó 19.4%

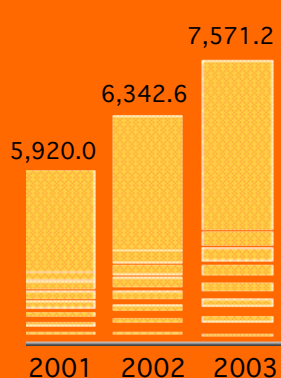
Ventas netas consolidadas**



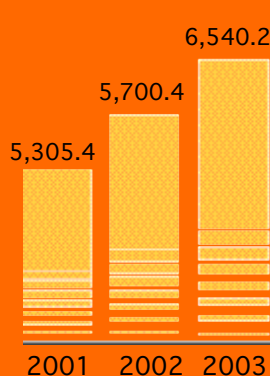
Ventas del segmento de Televisión Abierta**



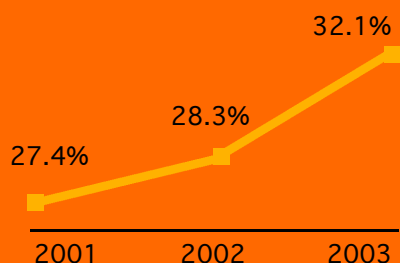
Flujo de efectivo de operación consolidado**



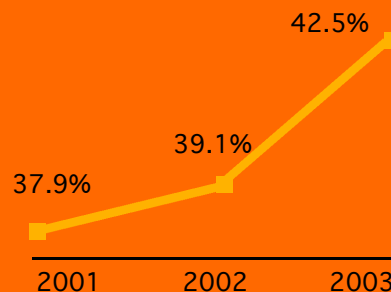
Flujo de efectivo de operación del segmento de Televisión Abierta**



Margen del flujo de efectivo de operación consolidado



Margen del flujo de efectivo de operación consolidado del segmento de Televisión Abierta



* Flujo de efectivo de operación se define como utilidad de operación antes de depreciación y amortización.

** Cifras en millones de pesos con poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2003.

Televisa sigue haciendo historia

En 2003 celebramos el décimo aniversario de cotizar en la Bolsa de Valores de Nueva York, y hoy vemos el pasado con orgullo, habiendo transformado a la Compañía en una empresa de medios de clase mundial.

Para entender hasta donde hemos llegado, quisiera resaltar algunos logros operativos y financieros de la Compañía, desde que fui elegido Presidente del Grupo en 1997. El margen del flujo de efectivo de operación consolidado se ha más que duplicado de 15.3% a 32.1%. El número de empleados se redujo en más de 40% y los gastos de administración han disminuido 66%. Con más del 70% de participación en la audiencia, hemos mantenido nuestro dominio en la televisión mexicana.

Por otro lado, modificamos nuestro acuerdo con Univision, incrementando nuestra tenencia accionaria y la participación por la venta de programación bajo licencia en esta compañía, para seguir gozando del crecimiento del mercado hispano en Estados Unidos. Los resultados han sido muy favorables. Las regalías recibidas han aumentado de \$30 millones de dólares en 1996 a más de \$96 millones de dólares en 2003. Asimismo, formamos una alianza con Univision para distribuir a los hispanos en Estados Unidos un paquete de señales de televisión restringida. Estamos muy entusiasmados con el futuro de este proyecto.

Nuestros subscriptores de televisión restringida han aumentado 556% desde 1996 a más de 1.2 millones de subscriptores, e Innova, nuestro negocio de televisión directa al hogar vía satélite en México, se ha convertido en la plataforma líder del país en la industria de televisión de paga.

Al día de hoy, tenemos la posición financiera más sólida en la historia de la Compañía. La deuda neta ha disminuido de \$14,300 millones de pesos en 1996 a \$2,700 millones de pesos en 2003. Nuestro perfil financiero también ha mejorado drásticamente, al igual que nuestras razones financieras. Esto nos permite tener un mayor nivel de flexibilidad financiera y estar en una posición de distribuir mayor capital a nuestros accionistas.

Televisa ha recuperado su fortaleza financiera y operativa y está posicionada para continuar perfeccionando su desempeño y buscar nuevas iniciativas que generen valor para nuestros accionistas. Sobre todo me es muy grato informar que la cultura de la Compañía se ha enfocado en tener como prioridad el generar valor.

Nuestros resultados claramente reflejan este cambio. Durante 2003, reportamos un flujo de efectivo de operación consolidado récord, derivado principalmente del segmento de Televisión Abierta, dando como resultado un flujo de efectivo de más de \$6,000 millones de pesos.

Este desempeño extraordinario se logró como resultado de nuestro negocio de Televisión Abierta, en el cual mantuvimos los más altos ratings y participación en la audiencia en todo el año, transmitiendo 89 de los 100 programas con mayor popularidad en México y con más de 71.8% de participación en la audiencia.

Nuestra programación continúa siendo exitosa en el mercado hispano de Estados Unidos. Durante 2003, contribuimos con aproximadamente 34% de la programación de Univision, principalmente en horario estelar, virtualmente toda la programación de Galavision, y una porción significativa de la programación de Telefutura también fue producida por nosotros.



Editorial Televisa también reportó resultados favorables. Hemos mejorado nuestro portafolio de revistas y aumentado la cobertura de nuevos grupos demográficos. Asimismo, seguimos explotando las sinergias entre nuestros diferentes activos. Durante el cuarto trimestre, lanzamos un álbum de estampas de nuestra telenovela infantil "Alegrijes y Rebujos" y los resultados fueron sorprendentes.

Innova, nuestro negocio de DTH en México, continúa con gran crecimiento. Su programación exclusiva, esfuerzos de venta y gran atención al cliente han sido los factores de crecimiento. La base de subscriptores aumentó a 856,600, las ventas se incrementaron a \$3,800 millones de pesos y el flujo de efectivo de operación aumentó 23% a \$1,200 millones de pesos. Innova ha consolidado su posición como la plataforma de DTH líder en México con aproximadamente 80% de participación en el mercado.

Por otro lado, Cablevisión, sigue reportando resultados negativos. Sin embargo, hemos acelerado nuestros planes de migración de subscriptores del servicio analógico al digital, para revertir la tendencia en la base de subscriptores y eliminar la piratería. Afortunadamente nuestros servicios de televisión restringida serán beneficiados por la eliminación del impuesto especial sobre producción y servicios en sistemas de televisión restringida, a partir del 1 de enero de 2004.

La utilidad neta de la Compañía se incrementó 369% a \$3,600 millones de pesos durante 2003 y distribuimos más de mil millones de pesos a nuestros accionistas, en la forma de un dividendo por \$550 millones de pesos y \$520 millones de pesos en nuestro plan de recompra de acciones. Nuestra situación financiera está mejor que nunca, con una posición en caja de más de \$12,000 millones de pesos y con una deuda neta de sólo \$2,700 millones de pesos al cierre del año. Esta solidez financiera fue reconocida por Fitch Investor Service, quien aumentó nuestra calificación crediticia en septiembre, así como por Moody's quien aumentó su perspectiva de estable a positivo.

Viendo hacia el futuro, esperamos que nuestra posición estratégica y modelo de negocio con la situación en el mercado, nos permita aumentar ingresos y márgenes, así como aumentar nuestra presencia en el mercado hispano en Estados Unidos y mantener nuestra posición financiera y el perfil de grado de inversión. Nuestra nueva política de dividendo reafirma nuestra convicción del futuro de nuestro negocio y nuestro compromiso de creación de valor.

Por último, quiero expresar mi sincero agradecimiento para aquellos que han ayudado hacer realidad el constante éxito de Televisa: a nuestros accionistas, a la administración, a nuestros socios y sobre todo, a los empleados.

Atentamente

Emilio Azcárraga Jean
Presidente del Consejo y Presidente
Abril, 2004



Big Brother VIP



programación de alta calidad para

televidentes alrededor del mundo

Grupo Televisa es líder mundial en la producción de programas de televisión en español. Su programación incluye telenovelas, deportes, noticieros, programas cómicos, programas de concurso, reality shows, programas infantiles y de variedad, musicales y eventos culturales, programas educativos, películas y eventos especiales.

En 2003, la Compañía produjo 53,000 horas de programación, incluyendo aproximadamente 40,000 horas producidas por sus estaciones locales. La programación de Grupo Televisa es transmitida en sus cuatro cadenas televisivas en México, en sus estaciones locales, sistemas de televisión por cable en México y América Latina, así como en plataformas satelitales en México, América Latina y España. Adicionalmente, la Compañía licenció su programación en más de 40 países alrededor del mundo, incluyendo Estados Unidos a través de Univision.

Grupo Televisa produce un grupo de canales de televisión en español para ser transmitidas por sistemas de televisión de paga en México, Estados Unidos, América Latina y España. Estas señales incluyen programas tales como telenovelas, películas, videos musicales, eventos deportivos, noticieros, servicios de información y entretenimiento y programas producidos por otras compañías. Durante 2003, Televisa produjo aproximadamente 4,000 horas de programación para ser transmitidas por sistemas de televisión de paga.

La calidad y consistencia de la programación de Televisa es resultado de nuestra habilidad de descubrir, instruir y mantener los mejores actores y actrices, productores, técnicos y escritores. Por este propósito, la Compañía opera una escuela en la Ciudad de México para instruir actores y productores. El Centro de Educación Artística (CEA) proporciona enseñanza gratuita a sus artistas, y un número importante de ellos, forman parte del elenco de las producciones de Televisa.



AMOR
REAL



Televisa captó más del 70%

de la participación de audiencia en México

Las cuatro cadenas de televisión de Grupo Televisa, los canales 2,4,5 y 9, y las estaciones locales afiliadas, están comprendidas en 258 estaciones afiliadas dentro de la República Mexicana.

El canal 2, conocido como "El Canal de la Estrellas", transmite en 128 afiliadas y es la cadena líder en México. Además, 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. El canal 2 llega a aproximadamente 19.9 millones de telehogares en México, representando 99% de los telehogares del país. Con una participación de audiencia de 30.9% en el horario comprendido de las 6:00 a 24:00 horas durante 2003, el canal 2 es el canal más visto en el país.

El canal 5 constituye la mejor opción para atraer al grupo demográfico entre 18 y 34 años y 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. El canal 5 transmite en 66 afiliadas y llega a aproximadamente 18.3 millones de telehogares en México, representando 91.1% de los telehogares del país. La mayor parte de la programación del canal 5 se produce en el extranjero, principalmente en Estados Unidos. En 2003, el canal 5 transmitió 46 de las 50 películas más vistas, incluyendo éxitos como "Amores Perros", "La Momia" y "Stuart Little", entre otros.

El 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 transmite en 30 afiliadas y llega a aproximadamente 14.9 millones de telehogares en México, representando 74.1% de los telehogares del país.

El canal 4TV cubre la Ciudad de México y el área metropolitana, y tiene como objetivo de audiencia a adultos jóvenes y amas de casa con el fin de atraer clientes locales con tarifas de publicidad competitivas. El canal 4TV llega a aproximadamente 4.6 millones de telehogares en el área metropolitana representando 23.1% de los telehogares del país. Asimismo, en México hay otras 32 estaciones locales, de las cuales 18 estaciones son propiedad de la Compañía y 14 son independientes afiliadas a la Compañía.

Adicionalmente, 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.

Grupo Televisa sigue comprometido a desarrollar el mercado de la publicidad a través de una estrategia disciplinada de mantener el balance óptimo entre ingresos, ratings y costos dentro de la Compañía.

En 2003:

- Televisa transmitió 175 de los 200 programas con mayor popularidad, incluyendo el top-21
- Las telenovelas de Televisa fueron las más populares en la televisión mexicana
- El episodio final de Big Brother VIP II se ubicó en la posición #10 de los programas con mayor popularidad
- El noticiero del horario estelar de Televisa capturó el doble de participación de audiencia que el mismo de nuestro competidor más cercano.

2003 Rating / Participación de audiencia(%)	Sign-on to Sign-off lunes a domingo (6:00 a 24:00 hrs.)	Horario Estelar lunes a domingo (16:00 a 23:00 hrs.)	Horario Estelar lunes a viernes (19:00 a 23:00 hrs.)
Canal 2	11.6 / 30.9	17.7 / 32.5	22.8 / 36.5
Total Televisa ⁽¹⁾	26.9 / 71.8	38.1 / 70.1	45.0 / 72.0

Fuente: Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (IBOPE).

"Rating" en un horario determinado se refiere al número de televisiones encendidas y sintonizadas en alguno de los programas de la Compañía como porcentaje del total de hogares 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.

(1) Total Televisa incluye las cuatro cadenas de televisión de la Compañía y sus estaciones afiliadas.



nuestra programación es preferida

por los hispanos en EU

Grupo Televisa provee programación al mercado hispano de Estados Unidos a través de Univision, la compañía de medios líder en el mercado hispano de Estados Unidos. La Compañía también cuenta con una participación accionaria no consolidada de 10.9% en Univision, sobre bases de dilución total. Durante 2003, Televisa otorgó aproximadamente 34% de la programación de Univision, incluyendo la mayoría de su horario estelar, virtualmente toda la programación de Galavision Network y una porción significativa de la programación de la cadena Telefutura Network también fue producida por Televisa. A cambio de esta programación, Univision pagó a Televisa U.S.\$96.1 millones de dólares en regalías.

Durante 2003, la Compañía formó "TuTV", una sociedad 50/50 con Univision para operar y distribuir un grupo de canales de televisión digitales en español para transmitirse por sistemas de cable y vía satélite en Estados Unidos. La sociedad distribuye cinco señales, incluyendo dos canales de películas y tres de contenido musical y sobre el estilo de vida de los famosos, entrevistas y programación de entretenimiento.



la programación de

Televisa es vista en más de 40 países en el mundo

Grupo Televisa continúa expandiendo la audiencia que recibe su programación. Además de otorgar bajo licencia su programación a sistemas de cable en México y al mercado hispano de Estados Unidos a través de Univision, Televisa distribuye su programación a más de 40 países en América Latina, Asia, Europa y África. Durante 2003, la Compañía otorgó licencia por aproximadamente 60,000 horas de programación a otros países. Televisa recibe ingresos por regalías conforme el tamaño del mercado al cual otorga la licencia o sobre un porcentaje de la venta de tiempo publicitario generado por la programación.



Editorial Televisa vende 2.6 revistas cada segundo

Editorial Televisa es la editorial y distribuidora de revistas en español más grande del mundo con una circulación total anual de 128 millones de revistas.

La Compañía produce siete de las 10 revistas más leídas en México. En cuanto a entretenimiento, TV y Novelas tiene una circulación en todo el continente de más de 2.6 millones de copias al mes, Tele Guía, la guía semanal de televisión tiene 52 años de publicación, y Vanidades es la revista más leída por mujeres en América Latina. De los 51 títulos publicados, 24 son propios y producidos en la Compañía, y los 27 títulos restantes se publican bajo licencia versiones en español, incluyendo algunas de las revistas más prestigiadas en el mundo, como Maxim (Dennis Publishing), National Geographic (National Geographic Society), Marie Claire (Marie Claire Album), Men's Health (Rodale), Muy Interesante (G+J), Golf Digest (The New York Times Co.) y Cosmopolitan (Hearst Communications) en la categoría femenil.

En 2003, 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 fueron Ocean Drive (Sobe News) y Art Attack (Disney). La Compañía también lanzó Caras en Colombia, y en México, lanzó la primer colección de libros y un álbum de estampas.

La cadena de distribución de Grupo Televisa, Distribuidora Intermex, S.A. de C.V., es una subsidiaria del Grupo que distribuye aproximadamente 62% de las revistas en circulación en México. Por medio de una red de distribución de más de 25,000 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 México y otros 19 países en América Latina.

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.

Big Brother

VIP

SKY

WBC

DE LA SIERRA



líder en la industria de Televisión

de Paga en México

Grupo Televisa tiene una participación accionaria de 60% no consolidada en Innova, empresa que proporciona servicios de televisión directa al hogar vía satélite (DTH) bajo el nombre de SKY. Innova es líder en el mercado de televisión de paga en México con aproximadamente 80% de participación en el mercado, según el número de subscriptores activos. Al 31 de diciembre de 2003, Innova tenía aproximadamente 856,600 subscriptores, incluyendo 48,500 subscriptores comerciales, reflejando un incremento de 16.1% en su base de subscriptores en comparación con el año anterior.

El crecimiento de Innova refleja su exitosa programación, sus atributos en aplicaciones televisivas y su sistema de distribución a todo el país con más de 3,650 puntos de venta. SKY continúa ofreciendo la programación con mayor calidad en la industria de televisión de paga en México. Sus paquetes de programación combinan la exclusividad de los canales abiertos de Televisa con otros canales exclusivos producidos por News Corporation y otra programación popular de terceros.

SKY transmite actualmente 177 canales digitales (116 de video, 29 de pago por evento y 32 de audio) por medio de 5 paquetes de programación. SKY también transmite en exclusiva eventos especiales tales como peleas de box, reality shows, corridas de toros, conciertos y eventos deportivos.

Grupo Televisa también participa en los servicios de televisión directa al hogar vía satélite (DTH) en América Latina a través de una asociación que estableció con News Corporation, Organizações Globo y Liberty Media. Televisa cuenta con participaciones accionarias del 26.7% y 30.0% en las asociaciones de DTH en Colombia y Chile, respectivamente. Al 31 de diciembre de 2003, la plataforma de DTH en Colombia contaba con más de 36,300 subscriptores y la plataforma en Chile con aproximadamente 52,200 subscriptores.



ofreciendo servicios de televisión

por cable en la Ciudad de México

Grupo Televisa es propietario del 51% de Cablevisión, el negocio que ofrece servicios de televisión por cable a suscriptores en la Ciudad de México y su área metropolitana. Los paquetes de servicios ofrecen múltiples canales de entretenimiento, noticias y programas informativos.

La penetración de la red de Cablevisión está compuesta por más de 10,040 kilómetros de líneas de cable, pasando por más de 1.4 millones de casas. Cablevisión amplió su red durante 2003 en 169 kilómetros. Más de 68% de la red tiene capacidad de al menos 750 MHz y 49% tiene capacidad bidireccional.

Al 31 de diciembre de 2003, Cablevisión contaba con más de 364,000 suscriptores básicos, de los cuales aproximadamente 60,300 eran suscriptores del servicio digital. Cablevisión también ofrece acceso a Internet vía módems por cable.

El paquete básico de Cablevisión ofrece 53 canales, incluyendo los nueve canales de televisión abierta que se transmiten en la Ciudad de México, que a su vez incluyen los Canales 2, 4, 5 y 9, así como otra programación popular producida por Televisa. Otros canales del servicio básico incluyen FOX, E! Entertainment, MTV Latino, Nickelodeon, el canal Discovery en español, los canales Sony y Warner, ESPN Internacional y varios canales de películas extranjeras.

Cablevisión también ofrece 6 paquetes digitales que proveen acceso a más de 100 canales de video y 50 canales de audio, incluyendo CNN Internacional, HBO Plus, Cinemax, Cinecanal y Movie City. Actualmente Cablevisión ofrece 28 canales de pago por evento, que transmiten películas y programas de eventos especiales, incluyendo eventos deportivos y conciertos.





radio

nuestras estaciones de radio llegan a

la mitad de la población en México



Grupo Televisa es propietario del 50% de Sistema Radiópolis. Grupo Prisa, la empresa española líder en comunicación, es propietario del 50% de participación accionaria restante. 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 pueden ser escuchadas por aproximadamente la mitad de la población en México.



Algunas estaciones de la Compañía tienen una cobertura que sobrepasa la audiencia local. 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.



Nuestro negocio de radio sigue introduciendo nuevo contenido para aumentar la audiencia. Los nuevos programas como "Hoy por Hoy", noticiero transmitido en tres ediciones al día con los mejores reporteros; "Estadio W", uno de los mejores programas de deportes en México mismo que tiene algunos derechos de transmisión exclusivos de partidos de fútbol; y "Poder y Dinero", que cubre temas de política y economía con renombrados especialistas. Muchos de estos nuevos programas se ubicaron dentro de los cinco programas con mayor popularidad en sus géneros y ayudó a la Compañía a aumentar su participación en la audiencia. La Compañía también aumentó su cobertura mediante ciertas alianzas con distintas estaciones locales de radio, así como a través de la XEW-AM, ya que su programación es transmitida a nivel nacional y de forma exclusiva en uno de los canales de SKY, la plataforma satelital de DTH en México de la Compañía.





complementando nuestro 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 de Internet; los equipos de fútbol profesional, América, Necaxa y Real San Luis y el Estadio Azteca; la producción y distribución de películas de largometraje; y participaciones accionarias en compañías de entretenimiento en vivo en México y Estados Unidos.

EsMas.com es el portal de Internet y proveedor de servicios en línea de Grupo Televisa que incluye una serie de canales de contenido y servicios en línea. EsMas.com es uno de los portales de Internet más populares en México, con 95 millones de visitas y más de 2.5 usuarios registrados al mes. EsMas.com alberga nuestro portal de comercio electrónico, EsMasCompras.com, uno de los portales más exitosos en términos de clientes, índices de repetición de compra y catálogos en línea más extensos en México.

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. En 2003, la Compañía transmitió aproximadamente 112 horas de partidos de los equipos de la Compañía en su condición de local y tiene derechos exclusivos de transmitir los partidos de otros 7 equipos de la primera división en su calidad de local. Asimismo, Grupo Televisa es propietario del Estadio Azteca, que cuenta con capacidad para aproximadamente 105,000 espectadores y ha sido anfitrión de dos Copas Mundiales de fútbol.

Grupo Televisa produce y distribuye películas en español, algunas de las cuales fueron las más populares en México. En 2003, la Compañía coprodujo 3 películas. Muchas de estas películas y videos han sido transmitidas

en los canales de la Compañía, en sistemas de televisión por cable y sistemas satelitales.

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 2003 son: "El Señor de los Anillos-Las Dos Torres", "Matrix Recargado" y "Casarse está en Griego."



Grupo Televisa es propietario del 40% de OCESA Entretenimiento, una 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 capitalizan 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.

OCESA Entretenimiento tiene 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. En 2003, OCESA presentó espectáculos de nivel internacional en la ciudad de México como la Serie Cart en la Ciudad de México y Monterrey, Cirque du Soleil, Los Miserables, Shakira, Coldplay, y Vive Latino, entre otros.

La Compañía también tiene una sociedad 50/50 con Clear Channel Entertainment, de nombre "Vivelo", que produce y promueve giras mundiales de artistas de habla hispana y otros eventos de entretenimiento en vivo enfocándose a cubrir audiencias hispanas en Estados Unidos. En 2003, Vivelo promovió más de 90 conciertos en Estados Unidos, incluyendo conciertos de Luis Miguel, Los Tigres del Norte y Maná, así como el partido entre América y Chivas, el clásico del fútbol mexicano.





convirtiendo sueños en realidades

Televisa 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 la mayor cantidad de personas. Para cumplir con estos objetivos, la Fundación se enfoca en la nutrición, salud y educación de niños y jóvenes, y promueve los valores humanos, tales como el respeto, la honestidad y generosidad, a través de campañas publicitarias.

Fundación Televisa ha logrado, entre otras cosas:

- Equipar 235 escuelas públicas con 3,525 computadoras en beneficio de 141,663 niños y jóvenes
- Equipar 129 escuelas y 13 bibliotecas con 43,200 libros en beneficio de aproximadamente 60,000 niños y jóvenes
- Donar 33,000 anteojos a niños y jóvenes
- Organizó un Concurso de Geografía en donde más de 80,000 estudiantes participaron
- Patrocinó a 23,430 niños en 286 comunidades rurales con programas de nutrición
- Patrocinó 100 trasplantes de riñón y 118 trasplantes de córnea
- Donar 730 auxiliares auditivos para niños
- Ayudado con el tratamiento de 135 niños con cáncer y SIDA

Televisa también apoya al "Teletón", un evento con duración de 24 horas, para recaudar fondos para la construcción y operación de centros de rehabilitación para niños discapacitados. En 2003, el Teletón recaudó \$247 millones de pesos, que serán usados para operar 6 centros de rehabilitación en México que ayudarán a más de 30,400 niños por año.

La fundación también está comprometida en difundir y promover el patrimonio cultural de México; así como preservar la riqueza cultural del país. En un esfuerzo para promover la diversidad cultural, la Fundación ha expuesto varias colecciones en México, tales como Lugares (43 piezas de 38 artistas mundiales), México Naturaleza Viva y Guadalupe en la Cultura Popular, y exhibiciones internacionales tales como The Aztecs, en Londres, Berlín y Bonn.



