



**PARA PUBLICACION INMEDIATA**

**GRUPO TELEVISIA, S.A. REPORTO MARGEN RECORD EN EL FLUJO DE EFECTIVO DE OPERACIÓN DE 26.2% Y MEJORES RESULTADOS DE OPERACION PARA EL PRIMER TRIMESTRE**

- Las Ventas Netas aumentaron 4.2% -**
- El Flujo de Efectivo de Operación se Incrementó 26.0% -**
- Las Ventas Netas de Televisión Abierta se Incrementaron 9.2% -**
- El Flujo de Efectivo de Operación de Televisión Abierta se Incrementó 16.7% -**
- La Utilidad de Operación se incrementó 38.9% -**

- Las ventas netas de **Televisión Abierta** reflejaron un **incremento** de 9.2%, llegando a \$2,493,822 miles de pesos en el primer trimestre de 2000, comparado con los \$2,282,969 miles de pesos del mismo período de 1999. El incremento en ventas es atribuible a mayores ingresos de publicidad en las estaciones nacionales y locales, debido al incremento en las tarifas publicitarias, lo cual refleja la exitosa implementación de los cambios realizados al plan de comercialización, enfocado en maximizar las tarifas. Asimismo, **el margen de flujo de efectivo de operación de Televisión Abierta se incrementó** a 38.7% para el primer trimestre de 2000 en comparación con un 36.2%, en el mismo período de 1999.
- Las **ventas netas** del primer trimestre de 2000, **aumentaron** 4.2% ( 6.8% excluyendo el efecto en conversión), llegando a \$4,335,124 miles de pesos, en comparación con el mismo período de 1999. El incremento en ventas se debió principalmente a mayores ingresos provenientes de los segmentos de Televisión Abierta, Programación para Televisión Restringida, Licencias de Programación, Televisión por Cable y Radio.
- El **margen de flujo de efectivo de operación se incrementó** a 26.2% en el primer trimestre de 2000, en comparación al 21.6% en el mismo período de 1999.
- El **margen de utilidad de operación aumentó** a 20.0% en el primer trimestre de 2000, en relación con el 15.0% del mismo período de 1999.
- Los **gastos de administración** durante el primer trimestre de 2000 reflejaron una **disminución** de 19.5% llegando a \$375,703 miles de pesos, en comparación con los \$466,595 miles de pesos del mismo período de 1999, como resultado del programa de reducción de costos y gastos de la Compañía.

## RESULTADOS CONSOLIDADOS

### Resumen

México, D.F. a 26 de abril de 2000. - El día de hoy Grupo Televisa S.A. dio a conocer sus resultados correspondientes al primer trimestre de 2000.

Los resultados que se acompañan aparecen en miles de pesos, han sido ajustados a pesos al 31 de marzo de 2000, y están de acuerdo a los PCGA's (Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados) en México, y presentan ciertas operaciones como operaciones discontinuadas. (Ver "Operaciones Discontinuadas" para información adicional sobre operaciones discontinuadas.) De dichos resultados destaca la siguiente información financiera:

<i>Primer Trimestre,</i>	<b>2000</b>	<b>1999</b>
Ventas Netas(1) *	\$ 4,335,124	\$ 4,161,629
Costo de Ventas	2,493,506	2,483,218
Utilidad Bruta	1,841,618	1,678,411
Gastos de Administración	375,703	466,595
Gastos de Venta	331,911	311,536
Gastos de Operación	707,614	778,131
Flujo de Efectivo de Operación **	1,134,004	900,280
Utilidad de Operación	868,729	625,386
Costo Integral de Financiamiento	71,124	165,302
Utilidad Neta	29,561	34,964

(1)Excluyendo el efecto de conversión descrito en "Otra Información Relacionada - Conversión de Transacciones en Moneda Extranjera", las ventas netas aumentaron 6.8% durante el primer trimestre de 2000.

\* Ver "Resultados por Segmento" para información adicional sobre los resultados de cada segmento.

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

### Ventas Netas

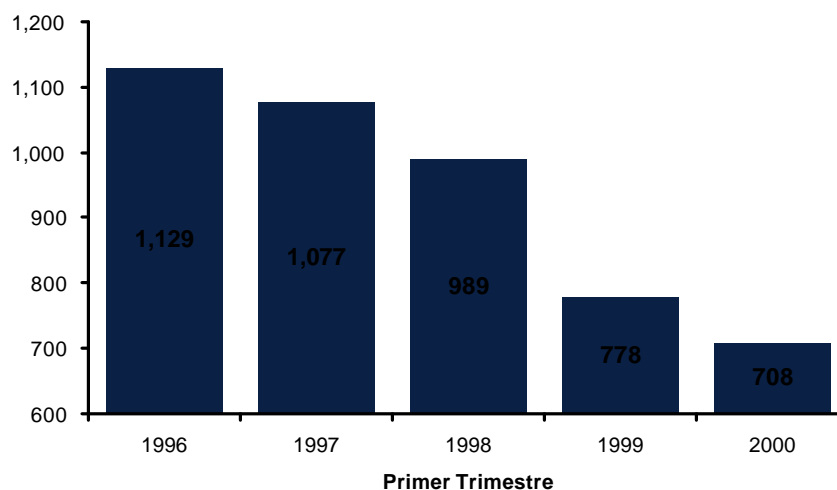
Las ventas netas aumentaron 4.2%, (6.8% excluyendo el efecto en conversión), llegando a \$4,335,124 miles de pesos durante el primer trimestre de 2000 en comparación con los \$4,161,629 miles de pesos del mismo período de 1999. Este aumento se debió a mayores ingresos de Televisión Abierta, debido principalmente al incremento en las tarifas de publicidad y a mayores ventas de los segmentos de Programación para Televisión Restringida, Licencias de Programación, Televisión por Cable y Radio. Este aumento en ventas fue parcialmente compensado por menores ingresos de los segmentos de Editoriales, Distribución de Publicaciones, Discos y Otros Negocios, así como al efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera, como resultado de la apreciación del peso frente al dólar americano durante el primer trimestre de 2000 (Ver "Otra Información Relacionada - Conversión de Transacciones en Moneda Extranjera" para información adicional con relación a la conversión de transacciones en moneda extranjera.) Para información adicional con relación a los resultados por segmento ver "Resultados por Segmentos".

**Costo de Ventas**

El costo de ventas aumentó 0.4%, llegando a \$2,493,506 miles de pesos durante el primer trimestre de 2000, en comparación con los \$2,483,218 miles de pesos del mismo período de 1999. Este aumento se debió a mayores costos de programación de Televisión Abierta, al incremento en el costo de las señales de Televisión por Cable y de Programación para Televisión Restringida. Este incremento fue parcialmente compensado por la reducción en la amortización de programación; a menores costos en Discos debido a la disminución en el número de unidades vendidas y la reducción en los costos relacionados con la producción de programación de radio, así como por el efecto en conversión de los costos denominados en moneda extranjera.

**Gastos de Operación**

Los gastos de operación incluyendo gastos corporativos fueron de \$707,614 miles de pesos durante el primer trimestre de 2000, reflejando una disminución de 9.1%, en comparación con los \$778,131 miles de pesos registrados en el mismo período de 1999. Esta disminución se debió principalmente a los logros del programa de reducción de costos y gastos, y a la reducción de gastos de administración, los cuales disminuyeron un 19.5% en el primer trimestre de 2000 llegando a \$375,703 miles de pesos, en comparación con los \$466,595 miles de pesos durante el mismo período de 1999, principalmente por disminuciones relacionadas con costos de personal, renta de oficinas, gastos de viaje y honorarios de consultores.

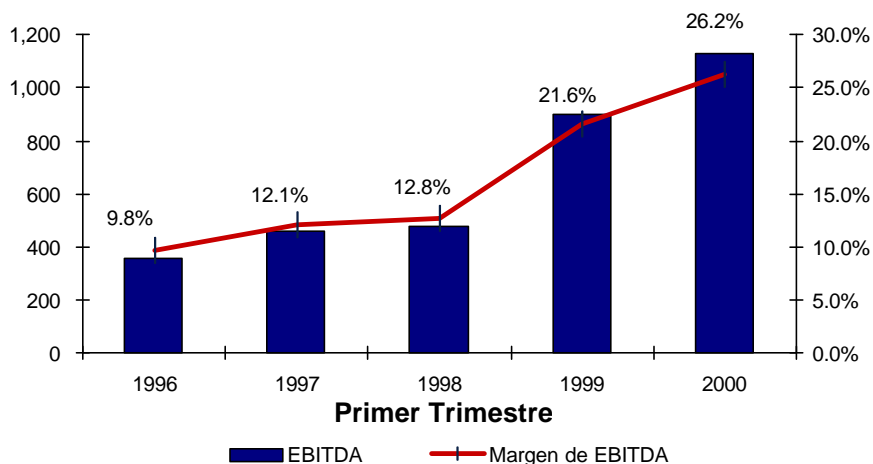
**Gastos de Operación**

Nota: Millones de pesos al 31 de marzo del 2000.

## Margen de Flujo de Efectivo

El margen de flujo de efectivo de operación durante el primer trimestre de 2000 aumentó a 26.2%, en comparación con un 21.6% del mismo período de 1999, debido al incremento en ventas y al resultado de los logros de la reestructuración de la Compañía, que incluyó entre otros, los cambios implementados al plan de comercialización, esfuerzos adicionales para reducir costos y gastos, eficientar operaciones y enfocarse en el negocio principal de la Compañía.

### Flujo de Efectivo de Operación



Nota: Millones de pesos al 31 de marzo del 2000.

## Margen de Utilidad De Operación

El margen de utilidad de operación del primer trimestre de 2000 se incrementó a 20.0% comparado con el 15.0% obtenido durante el primer trimestre de 1999. Este incremento se debió al incremento en las ventas netas y a los esfuerzos continuos para reducir costos, así como a la reducción en los gastos de administración.

## Costo Integral de Financiamiento

El costo integral de financiamiento se redujo de \$165,302 miles de pesos durante el primer trimestre de 1999 a \$71,124 miles de pesos en el mismo período del 2000, lo que representó una disminución del 57.0%, derivado de: la reducción en los intereses pagados, debido principalmente al decremento de los intereses pagados de deuda denominada en moneda extranjera, como consecuencia de un tipo de cambio promedio inferior al utilizado en el primer trimestre de 1999, y a la reducción en la pérdida por posición monetaria al aumentar los pasivos monetarios en el primer trimestre de 2000 en comparación con el mismo período de 1999, como consecuencia del reconocimiento de pasivos de impuestos diferidos. Dicha disminución fue parcialmente compensada por la reducción en los intereses ganados como consecuencia de menores tasa promedio de rendimiento de inversiones en el primer trimestre del 2000, así como una menor utilidad cambiaria neta derivado de una menor apreciación del peso frente al dólar durante el primer trimestre de 2000.

## Partidas Especiales

Las partidas especiales fueron de \$59,460 miles de pesos en el primer trimestre de 2000, principalmente relacionadas con el cese de personal.

## Otros Gastos – Neto

Otros gastos neto refleja un gasto por \$113,858 miles de pesos en el primer trimestre de 2000, en comparación con un gasto por \$72,618 miles de pesos en el mismo período de 1999. Durante el primer trimestre de 2000, principalmente refleja la amortización del crédito mercantil y la pérdida en la venta de inmuebles no estratégicos.

**Participación en  
Resultados de Afiliadas**

La participación en los resultados de afiliadas se incrementó a una pérdida de \$275,534 miles de pesos durante el primer trimestre de 2000, en comparación con una pérdida de \$65,446 miles de pesos del mismo período de 1999. Este incremento reflejó principalmente mayores pérdidas en las asociaciones de DTH en México, América Latina y España, así como las pérdidas incurridas por Pegaso Telecomunicaciones durante este período, la cual no había iniciado operaciones en el año anterior.

**Operaciones  
Discontinuas**

Durante el primer trimestre de 2000 la Compañía concluyó la venta de Televiteatro y de Editorial Clío. Como resultado de ésta venta, de acuerdo con el Boletín A-7, los resultados operativos de estos negocios durante el período de tres meses terminado el 31 de marzo de 1999, por la cantidad de \$37,599 miles de pesos incluyendo la ganancia neta generada de dicha venta, fueron clasificados bajo el rubro de operaciones discontinuas, neto de impuestos sobre la renta y de la participación de los trabajadores en la utilidad. Ver “-Interés Minoritario”.

**Interés Minoritario**

El interés minoritario de la Compañía fue de \$42,114 miles de pesos en el primer trimestre de 2000, en comparación con los \$38,578 miles de pesos del mismo período de 1999. Este incremento se debe principalmente a mayores utilidades de Cablevisión y del negocio de mensajes electrónicos personalizados (paging), lo cual fue parcialmente compensado por menores utilidades del segmento de Editoriales. Ver “-Operaciones Discontinuas”.

**Utilidad Neta**

La utilidad neta de la Compañía durante el primer trimestre de 2000 fue de \$29,561 miles de pesos, comparado con una utilidad neta de \$34,964 miles de pesos del mismo período de 1999. Esta variación por \$5,403 miles de pesos, se debe principalmente a:

- una mayor pérdida en la participación de resultados de afiliadas por \$210,088 miles de pesos;
- un incremento en los gastos relativos a la provisión de impuestos por \$103,385 miles de pesos;
- un incremento en otros gastos por \$41,240 miles de pesos;
- mayores partidas especiales por \$21,800 miles de pesos, y
- un incremento en el interés minoritario de \$3,536 miles de pesos

Estas variaciones fueron parcialmente compensadas debido a un incremento en la utilidad de operación de \$243,343 miles de pesos, una disminución en el costo integral de financiamiento por \$94,178 miles de pesos, y una disminución en operaciones discontinuas por \$37,125 miles de pesos.

## RESULTADOS POR SEGMENTO

Las siguientes tablas presentan las ventas netas, el flujo de efectivo de operación y la utilidad (pérdida) de operación por cada uno de los segmentos de negocios de la Compañía <sup>(1)</sup>:

### Ventas Netas

1er. Trimestre (enero, febrero, marzo)				
	<u>2000</u>	<u>1999</u>	<u>% Cambio</u>	% de contribución al total de ventas netas
Televisión Abierta	\$2,493,822	\$2,282,969	9.2	56.6
Programación para				
Televisión Restringida	104,387	96,792	7.8	2.4
Licencias de Programación	317,153	291,965	8.6	7.2
Editoriales	349,461	373,832	(6.5)	7.9
Distribución de Publicaciones	180,492	188,333	(4.2)	4.1
Discos	304,197	347,086	(12.4)	6.9
Televisión por Cable	198,522	147,087	35.0	4.5
Radio	97,848	88,775	10.2	2.3
Otros Negocios	<u>357,453</u>	<u>383,120</u>	(6.7)	<u>8.1</u>
	4,403,335	4,199,959	4.8	<u>100.0</u>
Eliminaciones*	<u>(68,211)</u>	<u>(38,330)</u>	78.0	
Total de Ventas Netas	<u>4,335,124</u>	<u>4,161,629</u>	4.2	

\* En este rubro se muestran las eliminaciones correspondientes a las operaciones intersegmentos, que para efectos de la información por segmentos se restituyen en cada uno de ellos.

### Flujo de Efectivo de Operación

1er. Trimestre (enero, febrero, marzo)					
	<u>2000</u>	<u>Margen</u>	<u>1999</u>	<u>Margen</u>	<u>% Cambio</u>
Televisión Abierta	\$964,514	38.7	\$826,540	36.2	16.7
Programación para					
Televisión Restringida	(81,711)	(78.3)	(86,590)	(89.5)	5.6
Licencias de Programación	45,503	14.3	(21,631)	(7.4)	N/A
Editoriales	49,455	14.2	54,817	14.7	(9.8)
Distribución de Publicaciones	9,701	5.4	3,646	1.9	166.1
Discos	54,617	18.0	44,279	12.8	23.3
Televisión por Cable	54,856	27.6	47,825	32.5	14.7
Radio	37,397	38.2	34,985	39.4	6.9
Otros Negocios	<u>32,649</u>	9.1	<u>40,025</u>	10.4	(18.4)
Flujo de Efectivo de Operación	1,166,981	26.9	943,896	22.5	19.1
Gastos Corporativos	<u>(32,977)</u>	(0.7)	<u>(43,616)</u>	(1.0)	(24.4)
Total	<u>1,134,004</u>	26.2	<u>900,280</u>	21.6	26.0

**Utilidad (Pérdida) de Operación**

1er. Trimestre  
(enero, febrero, marzo)

	<u>2000</u>	<u>1999</u>	% <u>Cambio</u>
Televisión Abierta	\$ 769,185	\$ 627,632	22.6
Programación para			
Televisión Restringida	(94,657)	(99,855)	5.2
Licencias de Programación	43,283	(24,719)	N/A
Editoriales	39,318	44,177	(11.0)
Distribución de Publicaciones	6,886	507	1,258.2
Discos	53,508	43,102	24.1
Televisión por Cable	40,327	33,309	21.1
Radio	32,199	29,199	10.3
Otros Negocios	<u>11,657</u>	<u>15,650</u>	(25.5)
Utilidad de Operación por Segmentos	901,706	669,002	34.8
Gastos Corporativos	<u>(32,977)</u>	<u>(43,616)</u>	(24.4)
Total de Utilidad de Operación	<u>868,729</u>	<u>625,386</u>	38.9
<i>Margen de Utilidad de Operación</i>	<i>20.0%</i>	<i>15.0%</i>	

- (1) Para una descripción del efecto en conversión de las transacciones denominadas en moneda extranjera en la línea de la operación de la Compañía durante el primer trimestre de 2000, ver “-Otra Información Relacionada - Conversión de Transacciones en Moneda Extranjera.”

**Televisión Abierta**

El incremento de 9.2% en las ventas de Televisión Abierta es atribuible a mayores ingresos por la venta de publicidad de las estaciones nacionales y locales como resultado del incremento en las tarifas de publicidad, como parte de los cambios implementados al plan de comercialización, así como por el aumento en los ingresos por la venta de publicidad de las estaciones de frontera. Este incremento fue parcialmente compensado por el efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera.

La utilidad de operación de Televisión Abierta se incrementó 22.6% como resultado de mayores ingresos, de una disminución en los gastos de administración como parte del programa de reducción gastos de la Compañía y al efecto en conversión de las ventas, costos y gastos denominados en moneda extranjera. Este incremento fue parcialmente compensado por mayores costos de venta debido a mayores costos de programación relacionados con eventos deportivos y noticieros, lo cual fue compensado por los costos incurridos durante el primer trimestre de 1999 con la visita del Papa Juan Pablo II; así como por el incremento en los gastos de venta como resultado de la reestructuración de la fuerza de ventas de la Compañía.

**Programación para  
TV Restringida**

El incremento en ventas de 7.8% se debió principalmente a mayores ingresos por el aumento en las tarifas de los servicios de programación vendidos en el mercado nacional e internacional y en las tarifas de tiempo publicitario.



La pérdida de operación de Programación para Televisión Restringida disminuyó 5.2%, reflejando el incremento en los ingresos y la reducción en los gastos de administración como parte del programa de reducción gastos de la Compañía; estas variaciones fueron parcialmente compensadas por un mayor costo de ventas relacionado con el incremento en el costo de señales y el uso de satélites, así como por mayores gastos de venta relacionados con la reestructuración de la fuerza de ventas de la Compañía.

#### **Licencias de Programación**

El aumento de 8.6% en las ventas de Licencias de Programación (excluyendo el efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera el incremento sería de 22.7%), se debió al incremento en las regalías pagadas a la Compañía por Univision, de conformidad con el Contrato de Programación bajo Licencia con Univision y a mayores ingresos en la exportación de programación a otros países de América Latina. Este incremento fue parcialmente compensado por el efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera.

La utilidad de operación de Licencias de Programación se incrementó a \$43,283 miles de pesos, debido a mayores ingresos, al decremento en los costos de venta reflejando la disminución en la amortización de los costos de programación y a menores costos de doblaje de programación, así como a menores gastos de operación como parte del programa de reducción de costos y gastos de la Compañía, lo cual fue parcialmente compensado por el efecto en conversión de las ventas, costos y gastos denominados en moneda extranjera.

#### **Editoriales**

El decremento de 6.5% en las ventas de Editoriales durante el primer trimestre de 2000, se debió principalmente al efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera, a un menor volumen de revistas vendidas en el mercado extranjero y a un menor volumen de páginas de publicidad vendidas en el mercado nacional. Esta disminución fue parcialmente compensada por mayores ingresos de revistas vendidas en el mercado nacional debido a un mayor volumen.

La utilidad de operación de Editoriales disminuyó 11.0%, reflejando el decremento en ventas netas, el cual fue parcialmente compensado por una disminución en el costo de ventas y en los gastos de operación, como resultado del efecto en conversión de los costos denominados en moneda extranjera así como por menores gastos de operación debido al programa de reducción de costos y gastos de la Compañía.

#### **Distribución de Publicaciones**

La disminución en las ventas de Distribución de Publicaciones de 4.2% (excluyendo el efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera el incremento sería de 1.5%) durante el primer trimestre de 2000, se debió principalmente al efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera y a menores ingresos por la distribución de revistas publicadas por terceros, en el mercado internacional, principalmente en Colombia y Ecuador. Este decremento fue parcialmente compensado por mayores ingresos en la distribución de revistas publicadas por la Compañía y por terceros en el mercado nacional.

La utilidad de operación de Distribución de Publicaciones aumentó 1,258.2%, como resultado de menores gastos de operación como parte del programa de reducción de costos y gastos de la Compañía, y al efecto en conversión de las ventas, costos y gastos denominados en moneda extranjera. Esta disminución fue parcialmente compensada por menores ventas netas.



**Discos**

El decremento en las ventas de Discos de 12.4% (excluyendo el efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera el incremento sería de 5.1%) durante el primer trimestre de 2000, se debió principalmente a menores ingresos por las ventas de unidades de catálogo y lanzamientos en el mercado nacional y al efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera. Esta disminución fue parcialmente compensada por mayores ingresos de unidades de catálogo y lanzamientos vendidas en el mercado internacional.

La utilidad de operación de Discos se incrementó 24.1%, reflejando una reducción en los costos de venta como resultado de la disminución en el número de unidades vendidas en el mercado nacional, menores regalías pagadas a artistas, al efecto en conversión de los costos y gastos denominados en moneda extranjera y a menores gastos de operación como parte el programa de reducción de costos y gastos de la Compañía. Estas variaciones fueron parcialmente compensadas por una disminución en las ventas netas, y por el efecto en conversión de las ventas, costos y gastos denominados en moneda extranjera.

**Televisión por Cable**

El incremento de 35.0% en las ventas de Televisión por Cable durante el primer trimestre de 2000, se debió principalmente al incremento en el número de subscriptores del servicio básico, el cual aumentó de más de 300,000 al 31 de marzo de 1999, a más de 398,000 al 31 de marzo de 2000. Este incremento fue parcialmente compensado por menores ingresos de la venta de publicidad.

La utilidad de operación de Televisión por Cable se incrementó 21.1%, como resultado del incremento en los ingresos. Este incremento fue parcialmente compensado por mayores costos de venta relacionados principalmente con el incremento en el costo de señales y al aumento en los gastos de administración y de venta debido a mayores gastos de cobranza y a la reestructuración de la fuerza de ventas de la Compañía.

**Radio**

El incremento de 10.2% en las ventas de Radio durante el primer trimestre de 2000, es atribuible a mayores ingresos por la venta de tiempo publicitario, debido a un incremento en el volumen del tiempo publicitario vendido y al incremento en tarifas.

La utilidad de operación de Radio aumentó 10.3%, como resultado de mayores ventas netas, la disminución en los costos de programación debido al cambio de formato de ciertos programas y a la reducción en los gastos de administración como parte del programa de reducción de costos y gastos de la Compañía, lo cual fue parcialmente compensado por el incremento en los gastos de venta debido a mayores comisiones pagadas.

**Otros Negocios**

La disminución de 6.7% en las ventas netas de Otros Negocios durante el primer trimestre de 2000, se debió principalmente a la disminución en la venta de publicidad relacionada con eventos deportivos, a la disminución en la distribución de películas de largometraje y a menores ventas del negocio de mensajes electrónicos personalizados. Estas disminuciones fueron parcialmente compensadas por mayores ingresos de uno de los equipos de fútbol debido al Campeonato Mundial de Clubes.

La utilidad de operación de Otros Negocios disminuyó 25.5%, debido principalmente a la disminución en las ventas netas y a mayores costos de venta relacionados con el Campeonato Mundial de Clubes, estas variaciones fueron parcialmente compensadas por menores costos relacionados con el negocio de mensajes electrónicos personalizados, la disminución en el costo de doblaje y subtítulo de programación, menores costos de venta como resultado de una menor distribución de películas de largometraje, y a menores costos relacionados con los eventos especiales, así como por la disminución en los gastos de operación principalmente relacionados con el programa de reducción de costos y gastos de la Compañía.

## TELEVISION DIRECTA AL HOGAR VIA SATELITE

---

### **Sky**

El servicio de televisión directa al hogar vía satélite ("DTH") de la Compañía ha mantenido un crecimiento en el número de subscriptores. Al final del primer trimestre de 2000, el servicio de DTH en México transmitía 160 canales digitales de audio y video, y contaba con más de 462,500 subscriptores, en comparación con los más de 311,000 subscriptores del mismo período de 1999. La Compañía atribuye este continuo crecimiento a la exclusiva programación que proveen Grupo Televisa y News Corp., y a los eventos especiales, así como a su extensa red de distribución.

## OTRA INFORMACION RELACIONADA

### Conversión de Transacciones en Moneda Extranjera

La siguiente tabla muestra el efecto en conversión de transacciones en moneda extranjera en las operaciones de la Compañía durante el primer trimestre de 1999, en comparación con los resultados del primer trimestre de 2000:

	1er. Trimestre (enero, febrero, marzo)				
	1999 (Reportado)	Efecto en Conversión	1999 (Excluyendo efecto en conversión)	2000	% Cambio*
<u>Ventas Netas</u>					
Televisión Abierta	\$ 2,282,969	\$ (9,206)	\$ 2,273,763	\$ 2,493,822	9.8
Programación para					
Televisión Restringida	96,792	(2,414)	94,378	104,387	10.6
Licencias de Programación	291,965	(33,503)	258,462	317,153	22.7
Editoriales	373,832	(19,824)	354,008	349,461	(1.3)
Distribución de Publicaciones	188,333	(10,423)	177,910	180,492	1.5
Discos	347,086	(26,444)	320,642	304,197	(5.1)
Televisión por Cable	147,087		147,087	198,522	35.0
Radio	88,775		88,775	97,848	10.2
Otros Negocios	<u>383,120</u>	<u>(2,297)</u>	<u>380,823</u>	<u>357,453</u>	(6.1)
	<u>4,199,959</u>	<u>(104,111)</u>	<u>4,095,848</u>	<u>4,403,335</u>	7.5
Eliminaciones	<u>(38,330)</u>		<u>(38,330)</u>	<u>(68,211)</u>	
Total de Ventas Netas	4,161,629	(104,111)	4,057,518	4,335,124	6.8
Costo de Ventas	2,483,218	(88,903)	2,394,315	2,493,506	4.1
Utilidad Bruta	1,678,411	(15,208)	1,663,203	1,841,618	10.7
Gastos de Operación	778,131	(20,510)	757,621	707,614	(6.6)
Flujo de Efectivo de Operación	900,280	5,302	905,582	1,134,004	25.0

\* Cambio porcentual excluyendo el efecto en conversión.

Los resultados del primer trimestre de 1999 incluyen las ventas netas, costos y gastos denominados en moneda extranjera de entidades extranjeras y mexicanas a tipos de cambio de dicho periodo, reexpresados a pesos del 31 de marzo de 2000. Como resultado de la apreciación del peso frente al dólar americano durante el primer trimestre de 2000, la conversión de las ventas netas denominadas en moneda extranjera de entidades mexicanas y extranjeras afectó adversamente a los resultados del primer trimestre de 2000 en comparación con los resultados del mismo periodo de 1999; la conversión de costos y gastos denominados en moneda extranjera de entidades mexicanas y extranjeras afectó de manera positiva los resultados del primer trimestre de 2000 en comparación con los resultados del mismo periodo de 1999. El efecto de conversión de transacciones en moneda extranjera de la Compañía en el primer trimestre de 1999, da como resultado neto un incremento de \$5,299 miles de pesos en el flujo de efectivo de operación en este primer trimestre, cuando se compara con el flujo de efectivo de operación del primer trimestre de 2000.

### **Inversiones de Capital**

Las inversiones de la Compañía en inmuebles, planta y equipo ascendieron durante el primer trimestre de 2000a U.S. \$36 millones de dólares, las cuales fueron destinadas a la adquisición de equipo técnico, de transmisión y de cómputo. Adicionalmente, la Compañía invirtió aproximadamente U.S. \$39 millones de dólares en aportaciones de capital para el desarrollo de sus servicios de DTH durante el primer trimestre de 2000.

### **Deuda**

Al 31 de marzo de 2000, la deuda de la Compañía a largo plazo fue de \$8,845,076 miles de pesos, y la deuda de corto plazo fue de \$737,514 miles de pesos, en comparación con \$9,791,563 miles de pesos y \$150,016 miles de pesos respectivamente, al 31 de marzo de 1999.

La Compañía anunció el 28 de marzo que comenzó las ofertas públicas de compra en efectivo para toda la deuda vigente por \$200 millones de dólares de principal de sus Notas Preferentes Serie A, que generan un interés del 11 3/8%, con vencimiento en el año 2003 ("Notas Serie A"), \$200 millones de dólares de principal de sus Notas Preferentes Serie B, que generan un interés del 11 7/8%, con vencimiento en el año 2006 ("Notas Serie B") y \$570 millones de dólares de principal de sus Valores a Descuento que generan un interés del 13 ¼%, con vencimiento en el año 2008 y redimible en el 2001 ("Valores a Descuento"). Simultáneamente con las ofertas públicas de compra, Televisa solicitó a los tenedores de los Valores, el consentimiento para modificar los contratos bajo los cuales los Valores fueron emitidos. Cada oferta pública de compra está condicionada entre otras cosas, a la obtención del financiamiento suficiente para completar las ofertas públicas de compra.

En relación con la oferta pública de compra descrita previamente:

- a) El 14 de abril de 2000, la Compañía emitió Pagarés de Mediano Plazo denominados en UDIs por un monto de \$3,000,000 miles de pesos, con vencimiento a siete años y una tasa anual de interés fija de 8.15%, con pago de intereses semestralmente;
- b) La Compañía espera obtener un nuevo crédito, bajo el cual la Compañía tomará prestado en una sola disposición U.S. \$400 millones de dólares, y el principal e intereses serán pagaderos en una sola exhibición en tres años.

Grupo Televisa, S.A., es la compañía de medios de comunicación más grande en el mundo de habla hispana. A través de sus subsidiarias y asociaciones estratégicas, produce y transmite programas de televisión; programación para televisión restringida; distribuye programas de televisión para el mercado nacional e internacional; desarrolla y opera servicios de televisión directa al hogar vía satélite; editoriales y distribución de publicaciones; produce y distribuye discos; presta servicios de televisión por cable; produce y transmite programas de radio; promueve espectáculos deportivos y eventos especiales; presta servicios de mensajes electrónicos personalizados (paging); produce y distribuye películas; y presta servicios de doblaje y subtitulado. Grupo Televisa tiene también participación accionaria en Univision, la empresa de televisión de habla hispana más importante de los Estados Unidos de América.

Este boletín de prensa contiene ciertas estimaciones sobre los resultados y perspectivas de la Compañía. No obstante lo anterior, los resultados reales que se obtengan, podrían variar de manera significativa de estas estimaciones. La información de futuros eventos contenida en este boletín, se deberá leer en conjunto con un resumen de estos riesgos que se incluye en el Informe Anual (Forma 20-F) mencionado en la sección "Descripción de la Compañía - Resumen de Riesgos". Dicha información, así como, futuros reportes hechos por la Compañía o cualquiera de sus representantes, ya sea verbalmente o por escrito, podrían variar de manera significativa de los resultados reales. Estas proyecciones y estimaciones, las cuales se elaboraron con referencia a una fecha determinada, no deben ser consideradas como un hecho. La Compañía no tiene obligación alguna para actualizar o revisar ninguna de estas proyecciones y estimaciones, ya sea como resultado de nueva información, futuros acontecimientos u otros eventos asociados.

(Ver Estados Financieros y tabla de ratings que se acompañan).

###

### **Información a Inversionistas:**

#### **En México:**

**Xavier von Bertrab**  
Grupo Televisa, S.A.  
Av. Vasco de Quiroga No. 2000  
Colonia Santa Fe  
01210 México, D.F.  
(525) 261-2000

#### **En el Extranjero:**

**Adam Miller**  
Abernathy MacGregor Group  
501 Madison Avenue  
New York, NY 10022  
(212) 371-5999

## GRUPO TELEvisa, S.A.

## BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS AL 31 MARZO DE 2000 Y 31 DE DICIEMBRE DE 1999

(En miles de Pesos con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2000)

**ACTIVO**

	2000 (No Auditado)	1999 (Auditado)
Circulante:		
Disponible:		
Efectivo	\$ 791,622	\$ 1,327,908
Inversiones temporales	<u>6,957,069</u>	<u>4,941,976</u>
	\$ 7,748,691	\$ 6,269,884
 Documentos y cuentas por cobrar a clientes-neto	 4,985,033	 7,947,780
Otras cuentas y documentos por cobrar-neto	651,597	467,930
Cuentas corrientes de compañías afiliadas y relacionadas-neto	380,779	459,805
Inventarios	8,143,166	8,270,455
Otros activos	<u>694,942</u>	<u>489,810</u>
Suma el activo circulante	\$ 22,604,208	\$23,905,664
 Documentos y cuentas por cobrar a largo plazo	 620,725	 607,441
Inversiones	892,143	840,515
Inmuebles, planta y equipo-neto	12,208,600	12,345,765
Marcas comerciales-neto	343,865	360,005
Crédito mercantil-neto	3,300,285	3,373,243
Activo diferido-neto	2,308,793	2,338,711
Otros activos	<u>640,516</u>	<u>665,242</u>
Suma el activo	<u>\$ 42,919,135</u>	<u>\$ 44,436,586</u>

## GRUPO TELEvisa, S.A.

## BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS AL 31 MARZO DE 2000 Y 31 DE DICIEMBRE DE 1999

(En miles de Pesos con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2000)

**PASIVO**

	2000 (No Auditado)	1999 (Auditado)
A corto plazo:		
Créditos bancarios	\$ 737,514	\$ 756,140
Proveedores	1,761,810	2,039,623
Impuestos por pagar	308,837	820,944
Intereses por pagar	179,958	70,921
Impuestos diferidos	2,225,517	-
Otros pasivos acumulados	1,734,060	1,385,355
Suma el pasivo a corto plazo	<u>\$ 6,947,696</u>	<u>\$ 5,072,983</u>
A largo plazo:		
Créditos bursátiles	\$ 8,302,077	\$ 8,572,431
Créditos bancarios	542,999	322,357
Otros créditos	716,490	905,409
Suma el pasivo a largo plazo	<u>\$ 9,561,566</u>	<u>\$ 9,800,197</u>
Créditos diferidos:		
Depósitos de clientes	<u>\$ 7,393,892</u>	<u>\$ 8,305,678</u>
Otros pasivos:		
Pensiones por jubilaciones y primas de antigüedad	\$ -	\$ -
Suma el pasivo	<u>\$ 23,903,154</u>	<u>\$ 23,178,858</u>

**CAPITAL CONTABLE**

Capital contribuido:		
Capital social, sin valor nominal:		
Serie "A"	\$ 3,218,675	\$ 3,218,675
Serie "L"	1,540,985	1,540,985
Serie "D" (acciones preferentes y de dividendo superior)	1,540,985	1,540,985
Prima en colocación de acciones	6,085	6,085
	<u>\$ 6,306,730</u>	<u>\$ 6,306,730</u>
Capital ganado:		
Reserva legal	\$ 896,865	\$ 896,865
Reserva para recompra de acciones	5,217,041	5,217,041
Utilidades por aplicar	9,245,618	8,151,651
Déficit en la actualización	(4,035,610)	(1,769,159)
Utilidad neta	<u>\$ 29,561</u>	<u>\$ 1,093,967</u>
	<u>\$ 11,353,475</u>	<u>\$ 13,590,365</u>
Interés minoritario	<u>\$ 1,355,776</u>	<u>\$ 1,360,633</u>
Suma el capital contable	<u>\$ 19,015,981</u>	<u>\$ 21,257,728</u>
Suma el pasivo y el capital contable	<u>\$ 42,919,135</u>	<u>\$ 44,436,586</u>



## GRUPO TELEVISA, S.A.

**ESTADOS DE RESULTADOS POR LOS TRES MESES TERMINADOS  
EL 31 DE MARZO DE 2000 Y 1999  
(En miles de Pesos con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2000)**

	2000 (No Auditado)	1999 (Auditado)
Ventas netas	\$ 4,335,124	\$ 4,161,629
Costo de ventas	<u>2,493,506</u>	<u>2,483,218</u>
Utilidad bruta	<u>\$ 1,841,618</u>	<u>\$ 1,678,411</u>
Gastos de operación:		
Gastos de administración	375,703	466,595
Gastos de venta	<u>331,911</u>	<u>311,536</u>
	<u>\$ 707,614</u>	<u>\$ 778,131</u>
Flujo de efectivo de operación	<u>\$ 1,134,004</u>	<u>\$ 900,280</u>
Depreciación y amortización	<u>\$ 265,275</u>	<u>\$ 274,894</u>
Utilidad de operación	<u>\$ 868,729</u>	<u>\$ 625,386</u>
Costo integral de financiamiento		
Intereses pagados	335,495	405,231
Intereses ganados	(228,098)	(289,140)
(Utilidad) pérdida en tipo de cambio-neto	(61,708)	(140,637)
Pérdida por posición monetaria-neta	<u>25,435</u>	<u>189,848</u>
	<u>\$ 71,124</u>	<u>\$ 165,302</u>
Partidas especiales	<u>\$ 59,460</u>	<u>\$ 37,660</u>
Otros gastos -neto	<u>\$ 113,858</u>	<u>\$ 72,618</u>
Utilidad antes de provisiones	<u>\$ 624,287</u>	<u>\$ 349,806</u>
Provisiones para:		
Impuesto sobre la renta e impuesto al activo	234,671	160,426
Participación de los trabajadores en la utilidad	7,658	12,676
Impuesto sobre la renta y participación de los trabajadores en la utilidad diferidos	<u>34,275</u>	<u>117</u>
	<u>\$ 276,604</u>	<u>\$ 173,219</u>
Utilidad antes de la participación en los resultados de inversiones e interés minoritario	<u>\$ 347,683</u>	<u>\$ 176,587</u>
Participación en los resultados de inversiones	(275,534)	(65,446)
Operaciones discontinuadas	(474)	(37,599)
Interés minoritario	<u>(42,114)</u>	<u>(38,578)</u>
Utilidad neta del período	<u>\$ 29,561</u>	<u>\$ 34,964</u>

## GRUPO TELEvisa, S.A.

**RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS  
2000 VS. 1999 (DE 6:00 A 24:00 HORAS) <sup>(1)</sup>**

	1999													2000			
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dic	1999	Ene	Feb	Mar	1er Trim
Canal 2																	
Rating	14.8	15.2	14.4	14.5	13.3	13.4	13.2	13.2	13.3	12.6	12.8	11.9	13.5	12.4	12.4	12.5	12.4
Participación(%)	37.9	38.2	36.8	37.7	35.0	34.3	33.8	34.1	34.8	33.0	33.3	33.1	35.2	33.2	32.5	32.2	32.6
Total Televisa <sup>(2)</sup>																	
Rating	30.6	31.5	30.5	30.1	29.9	29.8	31.0	30.5	30.0	29.9	30.1	28.2	30.2	28.8	29.7	29.5	29.3
Participación(%)	78.4	79.3	78.0	78.5	78.8	76.3	79.6	78.9	78.5	78.5	78.4	78.5	78.5	77.5	77.6	76.0	77.0

**RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS EN HORARIO ESTELAR DE TELEvisa  
2000 VS. 1999 (DE 16:00-23:00 HORAS) <sup>(1) (3)</sup>**

	1999													2000			
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dic	1999	Ene	Feb	Mar	1er Trim
Canal 2																	
Rating	23.6	24.7	23.2	23.1	19.8	19.2	19.5	20.1	20.6	19.5	20.3	18.8	21.0	19.9	19.7	20.0	19.9
Participación(%)	41.6	42.8	41.4	42.7	36.8	35.3	35.4	36.4	37.1	35.6	36.1	35.9	38.1	36.1	35.1	35.3	35.5
Total Televisa <sup>(2)</sup>																	
Rating	45.2	46.3	43.9	43.0	42.4	41.4	43.0	42.6	42.8	42.2	43.5	40.3	43.0	42.5	43.1	41.9	42.5
Participación(%)	79.5	80.3	78.2	79.3	78.8	76.3	78.2	77.3	77.2	77.1	77.5	76.9	78.0	76.9	76.6	74.0	75.8

## Notas:

(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. La información de ratings y participación de mercado en la Ciudad de México, misma que representa el 21.6% de los telehogares en el país y aproximadamente el 26.3% del consumo nacional de productos de consumo, comprende el 43.4% de los datos nacionales de IBOPE. 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 22 de dichas 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.