



**PARA PUBLICACION INMEDIATA**

**GRUPO TELEVISA, S.A. REPORTO INCREMENTO DE 14.0% EN LAS VENTAS NETAS, MARGEN RECORD EN EL FLUJO DE EFECTIVO DE OPERACIÓN DE 28.9% Y MEJORES RESULTADOS DE OPERACION PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2000**

- Las **ventas netas** del segundo trimestre de 2000, **aumentaron** 14.0%, llegando a \$4,801,340 miles de pesos, en comparación con los \$4,212,337 miles de pesos del mismo período de 1999.
- Las ventas netas de **Televisión Abierta** reflejaron un **incremento** de 14.6%, llegando a \$2,769,075 miles de pesos en el segundo trimestre de 2000, comparado con los \$2,415,607 miles de pesos del mismo período de 1999. Asimismo, **la utilidad de operación de Televisión Abierta se incrementó** 16.1%, llegando a \$963,847 miles de pesos durante el segundo trimestre de 2000, comparado con los \$ 829,987 miles de pesos del mismo período de 1999.
- El **flujo de efectivo de operación aumentó** 36.9% en comparación con el mismo período de 1999, llegando a \$1,387,851 miles de pesos. El margen de flujo de efectivo de operación se incrementó a 28.9% en el segundo trimestre de 2000, en comparación al 24.1% en el mismo período de 1999.
- La **utilidad de operación aumentó** 48.3% en comparación con el mismo período de 1999, llegando a \$1,122,330 miles de pesos. El margen de utilidad de operación aumentó a 23.4% en el segundo trimestre de 2000, en relación con el 18.0% del mismo período de 1999.
- Durante el segundo trimestre de 2000 la Compañía **concluyó exitosamente el refinanciamiento de su deuda**. Como resultado de la conclusión de las Ofertas Publicas de Compra y las Solicitudes de Consentimiento, para todas las Notas Preferentes Serie A, las Notas Preferentes Serie B y los Valores a Descuento ("deuda Senior a largo plazo"), la Compañía eliminó las cláusulas contractuales, mejoró su tasa deudora promedio de interés de 13.01% a 9.34%, generó ahorros con un valor presente neto estimado por aproximadamente \$65.8 millones de dólares, y obtuvo una mejor composición de deuda al contar ahora con el 58% de la deuda denominada en dólares y el 42% en pesos y otras monedas, en comparación con el 91% y 9%, respectivamente. Con relación a esta transacción la Compañía reconoció un cargo antes de impuestos por aproximadamente \$1,347 millones de pesos, la cual fue clasificada bajo Partidas Especiales, lo que afectó negativamente el resultado neto de la Compañía durante el segundo trimestre de 2000.

## RESULTADOS CONSOLIDADOS

### Resumen

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

Los resultados que se acompañan están expresados en miles de pesos de poder adquisitivo al 30 de junio de 2000, están de acuerdo a los PCGA's (Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados) en México, e incluyen ciertas operaciones como operaciones discontinuadas. (Ver "Operaciones Discontinuas" para información adicional sobre estas operaciones.) De dichos resultados destaca la siguiente información financiera:

<i>Segundo Trimestre,</i>	<b>2000</b>	<b>1999</b>
<b>Ventas Netas *</b>	\$ 4,801,340	\$ 4,212,337
<b>Costo de Ventas</b>	2,688,064	2,526,380
<b>Utilidad Bruta</b>	2,113,276	1,685,957
<b>Gastos de Operación</b>	725,425	672,012
<b>Flujo de Efectivo de Operación **</b>	1,387,851	1,013,945
<b>Utilidad de Operación</b>	1,122,330	756,868
<b>Costo Integral de Financiamiento</b>	496,596	174,771
<b>(Pérdida) Utilidad Neta ***</b>	(1,632,591)	86,091

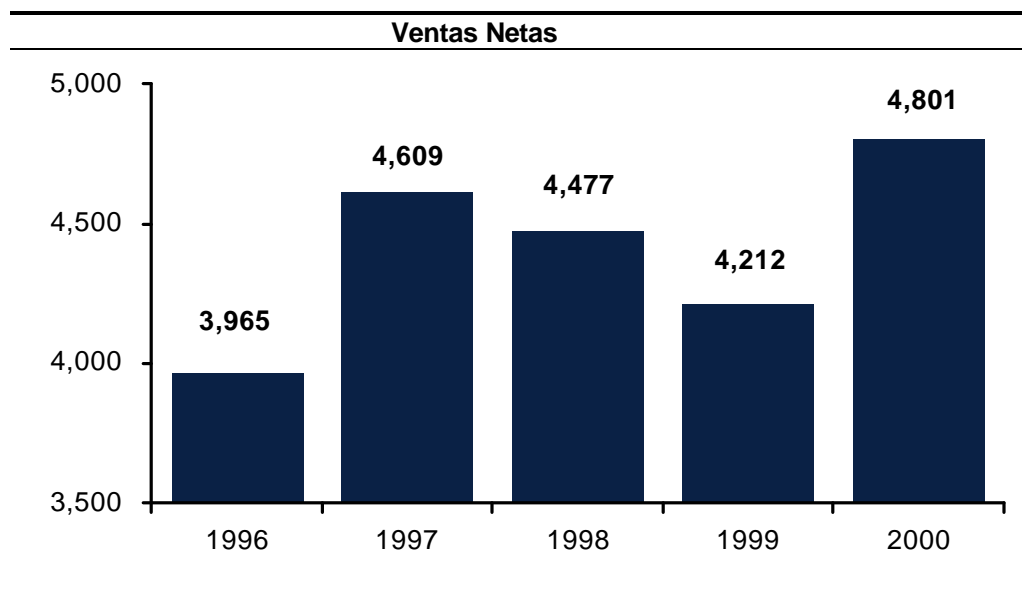
\* Ver "Resultados por Segmento" para información adicional sobre los resultados de cada segmento.

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

\*\*\* Ver "Partidas Especiales" para información adicional sobre el cargo reconocido con relación a las Ofertas Públicas de Compra, lo cual afectó negativamente al resultado neto de la Compañía.

### Ventas Netas

Las ventas netas aumentaron 14.0%, llegando a \$4,801,340 miles de pesos durante el segundo trimestre de 2000 en comparación con los \$4,212,337 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 los ingresos derivados de la venta de publicidad a partidos políticos, así como a mayores ventas de los segmentos de, Licencias de Programación, Editoriales, Televisión por Cable, Distribución de Publicaciones, Radio y Otros Negocios. Este aumento en ventas fue parcialmente compensado por menores ingresos de los segmentos de Discos y Programación para Televisión Restringida. (Para información adicional con relación a los resultados por segmento ver "Resultados por Segmentos".)



Nota: Millones de pesos al 30 de junio del 2000.

### Costo de Ventas

El costo de ventas aumentó 6.4%, llegando a \$2,688,064 miles de pesos durante el segundo trimestre de 2000, en comparación con los \$2,526,380 miles de pesos del mismo período de 1999. Este incremento se debió a mayores costos de programación de Televisión Abierta, al incremento en el costo debido a un mayor volumen de revistas distribuidas de Distribución de Publicaciones, a mayores costos de producción de Editoriales, derivado de un mayor número de páginas impresas por título y una mayor publicidad vendida, así como a la mayor circulación de revistas en el mercado nacional, y al incremento en el costo de ventas de Televisión por Cable debido a un mayor costo de las señales. Este incremento fue parcialmente compensado por la reducción en el costo de las señales de Programación para Televisión Restringida, la reducción en la amortización de programas de Licencias de Programación, a menores costos en Discos debido a la disminución en el número de unidades vendidas, la reducción en los costos relacionados con la producción de programación de radio y una disminución en los costos de Otros Negocios.

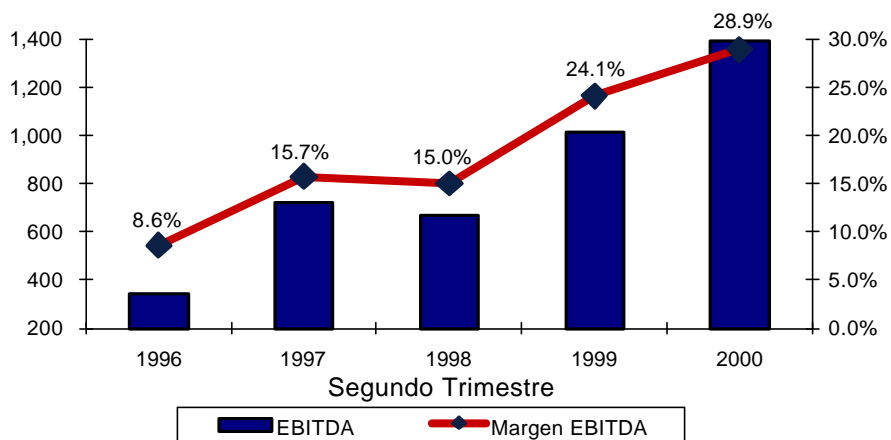
### Gastos de Operación

Los gastos de operación incluyendo gastos corporativos fueron de \$725,425 miles de pesos durante el segundo trimestre de 2000, reflejando un incremento de 7.9%, en comparación con los \$672,012 miles de pesos registrados en el mismo período de 1999. Este incremento se debió principalmente a mayores gastos de venta, relacionados con la reestructuración de la fuerza de ventas de la Compañía y al incremento en la provisión de cuentas incobrables. Este incremento fue parcialmente compensado por la reducción de gastos de administración, los cuales disminuyeron un 6.1% en el segundo trimestre de 2000 llegando a \$339,732 miles de pesos, en comparación con los \$361,888 miles de pesos durante el mismo período de 1999, principalmente por las reducciones relacionadas con costos de personal, renta de oficinas, gastos de viaje y honorarios de consultores.

## Flujo de Efectivo de Operación

El flujo de efectivo de operación ( la utilidad de operación antes de depreciación y amortización) aumentó 36.9%, llegando a \$1,387,851 miles de pesos durante el segundo trimestre de 2000, en comparación con los \$1,013,945 miles de pesos del mismo período de 1999. El margen de flujo de efectivo de operación durante el segundo trimestre de 2000 aumentó a 28.9%, en comparación con un 24.1% del mismo período de 1999. Estos incrementos se debieron a mayores 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 30 de junio del 2000.

## Utilidad de Operación

La utilidad de operación aumentó 48.3%, llegando a \$1,122,330 miles de pesos durante el segundo trimestre de 2000, en comparación con los \$756,868 miles de pesos del mismo período de 1999. El margen de utilidad de operación del segundo trimestre de 2000 se incrementó a 23.4% comparado con el 18.0% obtenido durante el segundo trimestre de 1999. Estos incrementos se debieron a mayores ventas netas y a la reducción en los gastos de administración.

## Costo Integral de Financiamiento

El costo integral de financiamiento se incrementó de \$174,771 miles de pesos durante el segundo trimestre de 1999 a \$496,596 miles de pesos en el mismo período del 2000, lo que representó un aumento del 184.1%. Este incremento se debió a una mayor pérdida cambiaria neta derivado de una mayor depreciación del peso frente al dólar durante el segundo trimestre de 2000, y al incremento en la pérdida por posición monetaria al aumentar los activos monetarios en el segundo trimestre de 2000 en comparación con el mismo período de 1999. Estos incrementos fueron parcialmente compensados por el incremento de los intereses ganados como consecuencia de un mayor saldo promedio de inversión y mayores tasa promedio de rendimiento de inversiones en dólares durante el segundo trimestre del 2000, así como al decremento de los intereses pagados de deuda denominada en moneda extranjera, como consecuencia de un menor nivel de deuda y menor tasa de interés durante el segundo trimestre de 1999.

## Partidas Especiales

Las partidas especiales fueron de \$1,456,310 miles de pesos en el segundo trimestre de 2000, principalmente relacionadas con la consumación de las Ofertas Públicas de Compra y solicitudes de consentimiento de la deuda Senior de largo plazo. (Para información adicional con relación a las Ofertas Públicas de Compra ver "Otra Información Relacionada - Deuda".)

**Otros Gastos –  
Neto**

Otros gastos - neto refleja un gasto por \$265,306 miles de pesos en el segundo trimestre de 2000, en comparación con un gasto por \$271,671 miles de pesos en el mismo período de 1999. Durante el segundo trimestre de 2000, principalmente refleja la pérdida por la venta de bienes inmuebles no estratégicos, la amortización del crédito mercantil y otros costos y gastos.

**Participación en  
Resultados de Afiliadas**

La participación en los resultados de afiliadas disminuyó a una pérdida de \$391,992 miles de pesos durante el segundo trimestre de 2000, en comparación con una utilidad de \$139,233 miles de pesos del mismo período de 1999. Esta pérdida se debió principalmente a la ganancia derivada del método de participación en el segundo trimestre de 1999, como resultado de que la Compañía ejerció ciertos warrants para adquirir acciones comunes de Univision Communications, Inc., y al impacto de una mayor pérdida cambiaria en la asociación de DTH en México, lo cual fue parcialmente compensado por una menor pérdida de operación.

**Operaciones  
Discontinuas**

En julio de 2000 la Compañía vendió su participación accionaria en Pegaso Telecomunicaciones, S.A. de C.V. ("Pegaso") y los activos netos relacionados con las operaciones del periódico "Ovaciones", en conjunto con una serie de transacciones relacionadas con el cambio en la estructura accionaria de Grupo Televisión, la compañía controladora de Grupo Televisa. Debido a que los contratos definitivos de ambas ventas fueron concluidos en junio de 2000, de acuerdo a los PCGA's en México, los resultados por la participación en las pérdidas de Pegaso y el negocio de Ovaciones, de los seis meses terminados el 30 de junio de 2000 y 1999, han sido clasificados bajo el rubro de operaciones discontinuas en los estados de resultados consolidados de estos periodos, y los activos netos con relación a Pegaso y Ovaciones al 30 de junio de 2000, han sido clasificados como activos netos (circulantes y no circulantes) de operaciones discontinuas en el balance general consolidado. Ver "Otra Información Relacionada - Desinversiones".

**Interés Minoritario**

El interés minoritario de la Compañía fue de \$93,371 miles de pesos en el segundo trimestre de 2000, en comparación con los \$21,147 miles de pesos del mismo período de 1999. Este incremento se debió principalmente a mayores utilidades de los segmentos de Editoriales, Cablevisión y el negocio de mensajes electrónicos personalizados.

**(Pérdida) utilidad –  
Neta**

La pérdida neta de la Compañía durante el segundo trimestre de 2000 fue de \$1,632,591 miles de pesos, comparado con una utilidad neta de \$86,091 miles de pesos del mismo período de 1999. Esta variación por \$1,718,682 miles de pesos, se debe principalmente a:

- mayores partidas especiales por \$1,344,923 miles de pesos,
- mayores pérdida en la participación de resultados de afiliadas por \$531,225 miles de pesos; y
- al incremento en el costo integral de financiamiento por \$321,825 miles de pesos.

Esta variación fue parcialmente compensada por el incremento en la utilidad de operación de \$365,462 miles de pesos y a menores impuestos por \$100,869 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:

### Ventas Netas

2° Trimestre (abril, mayo, junio)				
	<u>2000</u>	<u>1999</u>	<u>% Cambio</u>	<u>% de contribución al total de ventas netas</u>
Televisión Abierta	\$2,769,075	\$2,415,607	14.6	56.8
Programación para				
Televisión Restringida	106,732	110,303	(3.2)	2.2
Licencias de Programación	373,484	283,574	31.7	7.7
Editoriales	422,030	371,590	13.6	8.7
Distribución de Publicaciones	211,231	183,230	15.3	4.3
Discos	317,661	340,677	(6.8)	6.5
Televisión por Cable	207,248	162,177	27.8	4.3
Radio	92,594	81,221	14.0	1.9
Otros Negocios*	<u>369,041</u>	<u>361,506</u>	2.1	<u>7.6</u>
	4,869,096	4,309,885	13.0	<u>100.0</u>
Ingresos Intersegmentos**	<u>(67,756)</u>	<u>(97,548)</u>	(30.5)	
<b>Total de Ventas Netas</b>	<b><u>\$4,801,340</u></b>	<b><u>\$4,212,337</u></b>	<b>14.0</b>	

\* A partir de junio de 2000, incluye las operaciones de Internet.

\*\* Ingresos Intersegmentos: Para efectos de reporte por segmento, los ingresos intersegmentos están incluidos en cada uno de los segmentos.

### Flujo de Efectivo de Operación

2° Trimestre (abril, mayo, junio)					
	<u>2000</u>	<u>Margen</u>	<u>1999</u>	<u>Margen</u>	<u>% Cambio</u>
Televisión Abierta	\$1,150,627	41.6	\$1,018,212	42.2	13.0
Programación para					
Televisión Restringida	(85,833)	(80.4)	(131,831)	(119.5)	34.9
Licencias de Programación	116,979	31.3	(4,721)	(1.7)	N/A
Editoriales	109,643	26.0	74,445	20.0	47.3
Distribución de Publicaciones	14,042	6.6	5,725	3.1	145.3
Discos	45,496	14.3	50,602	14.9	(10.1)
Televisión por Cable	44,706	21.6	35,014	21.6	27.7
Radio	34,338	37.1	17,963	22.1	91.2
Otros Negocios	<u>4,637</u>	1.3	<u>(20,309)</u>	(5.6)	N/A
Flujo de Efectivo de Operación	1,434,635	29.5	1,045,100	24.2	37.3
Gastos Corporativos	<u>(46,784)</u>		<u>(31,155)</u>		(50.2)
<b>Total</b>	<b><u>\$ 1,387,851</u></b>	<b>28.9</b>	<b><u>\$ 1,013,945</u></b>	<b>24.1</b>	<b>36.9</b>

**Utilidad (Pérdida) de Operación**

2° Trimestre  
(abril, mayo, junio)

	<u>2000</u>	<u>1999</u>	<u>% Cambio</u>
Televisión Abierta	\$ 963,847	\$ 829,987	16.1
Programación para Televisión Restringida	(99,317)	(142,343)	30.2
Licencias de Programación	114,651	(7,272)	N/A
Editoriales	101,438	66,598	52.3
Distribución de Publicaciones	10,968	2,936	273.6
Discos	44,424	49,547	(10.3)
Televisión por Cable	28,614	21,007	36.2
Radio	29,073	12,577	131.2
Otros Negocios	(24,584)	(45,014)	45.4
Utilidad de Operación por Segmentos	1,169,114	788,023	48.4
Gastos Corporativos	(46,784)	(31,155)	50.2
<b>Total de Utilidad de Operación</b>	<b>\$ 1,122,330</b>	<b>\$ 756,868</b>	<b>48.3</b>
<i>Margen de Utilidad de Operación</i>	<i>23.4%</i>	<i>18.0%</i>	

**Televisión Abierta**

El incremento de 14.6% 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 y un mayor volumen, como parte de los cambios implementados al plan de comercialización, así como por los ingresos obtenidos debido a la venta de publicidad a partidos políticos y el aumento en los ingresos por la venta de publicidad de las estaciones de frontera.

La utilidad de operación de Televisión Abierta se incrementó 16.1% como resultado de mayores ingresos. Este incremento fue parcialmente compensado por mayores costos de venta debido al incremento en los costos de programación y transmisión relacionados con telenovelas y eventos especiales, así como por el incremento en los gastos de venta como resultado de la reestructuración de la fuerza de ventas de la Compañía y el incremento en la provisión de cuentas incobrables.

**Programación para  
TV Restringida**

El decremento en ventas de 3.2% se debió principalmente a menores ingresos de pago por evento debido a que en el segundo trimestre de 1999 se transmitió la pelea entre Evander Holeyfield y Lenox Lewis, así como por una menor venta de señales a sistemas de televisión de paga en el mercado nacional. Esta disminución fue parcialmente compensada por una mayor venta de señales en América Latina.

La pérdida de operación de Programación para Televisión Restringida disminuyó 30.2%, reflejando la reducción en el costo de ventas principalmente relacionado con la disminución en el costo de series y películas, en los costos de producción de ECO y menores costos de pago por evento.



**Licencias de Programación**

El aumento de 31.7% en las ventas de Licencias de Programación, 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.

La utilidad de operación de Licencias de Programación en el segundo trimestre de 2000 se incrementó a \$114,651 miles de pesos, en comparación con una pérdida de operación de \$7,272 miles de pesos en el mismo periodo de 1999. Este incremento se debió a mayores ingresos, al decremento en los costos de venta reflejando la disminución en la amortización de los costos de programación y a menores gastos de operación como parte del programa de reducción de costos y gastos de la Compañía, lo cual fue parcialmente compensado por mayores costos de copiado y doblaje.

**Editoriales**

El incremento de 13.6% en las ventas de Editoriales durante el segundo trimestre de 2000, se debió principalmente al incremento en la venta de publicidad debido a un mayor volumen de páginas de publicidad vendidas en el mercado nacional y a mayores ingresos de revistas vendidas en el mercado nacional debido a un mayor volumen. Este incremento fue parcialmente compensado por menores ingresos de publicidad en el mercado extranjero.

La utilidad de operación de Editoriales aumentó 52.3%, reflejando el incremento en ventas netas, lo cual fue parcialmente compensado por mayores costos de venta, debido al incremento en el volumen de ejemplares vendidos y un mayor número de páginas de contenido, así como por el incremento en los gastos de venta relacionados con mayores gastos de promoción en el extranjero.

**Distribución de Publicaciones**

El incremento en las ventas de Distribución de Publicaciones de 15.3% durante el segundo trimestre de 2000, se debió principalmente a mayores ingresos en la distribución de revistas publicadas por terceros en el mercado nacional. Este incremento fue parcialmente compensado por menores ingresos de la distribución de revistas publicadas por terceros, en el mercado internacional, principalmente en Colombia.

La utilidad de operación de Distribución de Publicaciones aumentó 273.6%, como resultado de mayores ventas y menores gastos de operación como parte del programa de reducción de costos y gastos de la Compañía. Este incremento fue parcialmente compensado por mayores costos de venta como resultado del incremento en el volumen de revistas distribuidas.

**Discos**

El decremento en las ventas de Discos de 6.8% durante el segundo trimestre de 2000, se debió principalmente a menores ingresos por las ventas de lanzamientos en el mercado nacional, debido a que en el mismo periodo de 1999 se tuvieron dos lanzamientos muy exitosos de los "Tigres del Norte" y de "Símbolo".

La utilidad de operación de Discos disminuyó 10.3%, reflejando la disminución en las ventas netas, lo cual fue parcialmente compensado por una reducción en los costos de venta como resultado de la disminución en el número de unidades vendidas en el mercado nacional y a menores regalías pagadas a artistas.

**Televisión por Cable**

El incremento de 27.8% en las ventas de Televisión por Cable durante el segundo trimestre de 2000, se debió principalmente al incremento en el número de subscriptores del servicio básico, el cual aumentó de más de 328,000 al 30 de junio de 1999, a más de 416,000 al 30 de junio 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 36.2%, como resultado del incremento en los ingresos, lo cual 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 operación debido al incremento en la provisión de cuentas incobrables y mayores gastos de cobranza.

**Radio**

El incremento de 14.0% en las ventas de Radio durante el segundo trimestre de 2000, es atribuible a mayores ingresos por la venta de tiempo publicitario, debido al incremento en las tarifas publicitarias.

La utilidad de operación de Radio aumentó 131.2%, 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**

El incremento de 2.1% en las ventas netas de Otros Negocios durante el segundo trimestre de 2000, se debió principalmente a mayores ingresos de uno de los equipos de fútbol debido a su participación en la "Copa Libertadores". Este incremento fue parcialmente compensado por menores ventas del negocio de mensajes electrónicos personalizados, por la disminución en la distribución de películas de largometraje y por menores ingresos de doblaje.

La pérdida de operación de Otros Negocios disminuyó 45.4%, debido principalmente a menores gastos de operación principalmente relacionados con el programa de reducción de costos y gastos de la Compañía, la disminución en el costo de ventas, derivado de menores costos relacionados con el negocio de mensajes electrónicos personalizados y una menor distribución de películas de largometraje, así como al incremento en las ventas netas. Estas variaciones fueron parcialmente compensadas por mayores costos, relacionados con la participación de uno de los equipos de fútbol en la "Copa Libertadores".

---

**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 segundo trimestre de 2000, el servicio de DTH en México transmitía 161 canales digitales de audio y video, y contaba con más de 500,000 subscriptores, en comparación con los más de 348,000 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.

## INICIATIVAS DE INTERNET

---

### **Esmas.com**

La Compañía lanzó en mayo de 2000 un portal horizontal de Internet para el mundo de habla hispana esmas.com, en el cual se integran varios sitios. El portal utilizará el original y popular contenido de Televisa en noticias, deportes, música, publicaciones y entretenimiento y ofrecerá varios servicios y funcionalidades como e-mail, chats, encuestas y concursos, entre otros. La Compañía actualmente se enfoca en usuarios de México e hispanos de Estados Unidos de América y en el futuro intentará dirigirse a usuarios del resto del mundo.

A partir de junio de 2000, los resultados financieros de esmas.com han sido incluidos en los resultados de operación de la Compañía bajo el segmento de Otros Negocios.

## OTRA INFORMACION RELACIONADA

---

### Inversiones de Capital

Las inversiones de la Compañía en inmuebles, planta y equipo ascendieron durante el segundo trimestre de 2000 a U.S. \$20.0 millones de dólares, las cuales fueron destinadas a la adquisición de equipo técnico, de transmisión y de cómputo.

Adicionalmente, durante el segundo trimestre de 2000, la Compañía:

- realizó inversiones por aproximadamente U.S. \$9.0 millones de dólares para la expansión y mejoramiento de su red de cable,
- invirtió aproximadamente U.S. \$12.4 millones de dólares en aportaciones de capital y préstamos para el desarrollo de sus servicios de DTH, e
- invirtió aproximadamente U.S. \$32.0 millones de dólares con relación al lanzamiento de su negocio de internet.

### Desinversiones

En julio de 2000, la Compañía vendió tanto su participación accionaria en Pegaso y los activos netos relacionados con las operaciones del periódico Ovaciones, en conjunto con una serie de transacciones relacionadas con el cambio en la estructura accionaria de Grupo Televisión, la compañía controladora de Grupo Televisa. Con relación a estas transacciones, que fueron recientemente completadas, la Compañía vendió:

- - a) Su participación accionaria en Pegaso por \$126 millones de dólares; de tal forma que recibió 58,238,668 acciones Serie "A" de la Compañía y \$66.6 millones de dólares en efectivo;
  - b) Su participación de Ovaciones por la cantidad de \$25 millones de dólares en efectivo.

La utilidad neta antes de impuestos por estas ventas se estima en aproximadamente \$62,599 miles de pesos, la cual será reconocida por la Compañía en el tercer trimestre de 2000, de acuerdo a los PCGA's en México.

Debido a que los contratos definitivos de ambas ventas fueron concluidos en junio de 2000, de acuerdo a los PCGA's en México, los resultados en la participación en las pérdidas de Pegaso y el negocio de Ovaciones, por los seis meses terminados el 30 de junio de 2000 y 1999, han sido clasificados como operaciones discontinuadas en los estados de resultados consolidados, para estos periodos (Ver – "Resultados Consolidados – Operaciones Discontinuadas") y los activos netos relacionados a Pegaso y Ovaciones al 30 de junio de 2000, han sido clasificados como activos netos (circulantes y no circulantes) de las operaciones discontinuadas en el balance general consolidado.

**Deuda**

Al 30 de junio de 2000, la deuda bancaria y bursátil de la Compañía a largo plazo fue de \$9,001,413 miles de pesos, y la deuda bancaria de corto plazo fue de \$252,229 miles de pesos, en comparación con \$9,820,499 miles de pesos y \$128,104 miles de pesos respectivamente, al 30 de junio de 1999.

Durante el segundo trimestre de 2000, la Compañía concluyó el refinanciamiento de su deuda vigente. Prosiguiendo a este refinanciamiento, la Compañía:

- a) Concluyó las Ofertas Públicas de Compra y las Solicitudes de Consentimiento, para los valores representativos de su deuda Senior a largo plazo, por aproximadamente \$920.1 millones de dólares, lo cual incluye la prima, el pago de consentimiento, e intereses devengados a esa fecha por aproximadamente \$125.9 millones de dólares. Como resultado de esta operación, la Compañía (i) canceló aproximadamente 88.17% de sus valores de la deuda Senior a largo plazo denominada en dólares (incluyendo aquellos valores propiedad de la Compañía); (ii) eliminó todas las cláusulas contractuales con relación a esta deuda; y (iii) reconoció una pérdida antes de impuestos por aproximadamente \$1,347 millones de pesos, lo cual fue clasificado bajo el rubro de Partidas Especiales. Ver – “Resultados Consolidados – Partidas Especiales.” Asimismo, la Compañía recompró \$4.0 millones de dólares adicionales de esta deuda Senior a largo plazo, cantidad que incluyó la prima, e intereses devengados a la fecha de recompra por aproximadamente \$0.2 millones de dólares.
- b) Emitió en el mercado mexicano, Pagarés de Mediano Plazo denominados en UDIs por un monto de \$3,000 millones de pesos, con una tasa anual de interés de 8.15%, y vencimiento en el año 2007. Los recursos netos obtenidos por esta emisión junto con el nuevo crédito sindicado descrito posteriormente y efectivo con el que la Compañía contaba, fueron utilizados para el pago de las Ofertas Públicas de Compra, comisiones y gastos relacionados.
- c) Obtuvo un nuevo crédito sindicado con bancos internacionales por U.S. \$400 millones de dólares, con una tasa anual de LIBOR más 125 puntos base (excluyendo el efecto de piramidación de los impuestos retenidos) y con vencimiento en el año 2003.
- d) Terminó su línea de crédito para capital de trabajo por \$100 millones de dólares con bancos sindicados. La Compañía no tenía deuda vigente bajo esta línea de crédito al día de su terminación.

En julio de 2000, la Compañía concluyó el refinanciamiento de su crédito denominado en pesos por \$610.5 millones de pesos, el cual hubiera vencido en agosto de 2000. Bajo dicho refinanciamiento, la Compañía pagará el principal de este crédito trimestralmente, comenzando en octubre de 2000, hasta julio de 2004, con una tasa anual de interés de TIIE más 45 puntos base, pagaderos mensualmente.

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:**

**Francisco León**  
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 Frank  
501 Madison Avenue  
New York, NY 10022  
(212) 371-5999

## GRUPO TELEvisa, S.A.

## BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS AL 30 DE JUNIO DE 2000 Y 31 DE DICIEMBRE DE 1999

(En miles de Pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2000)

ACTIVO

	2000 (No Auditado)	1999 (Auditado)
Circulante:		
Disponible:		
Efectivo	\$ 505,254	\$ 1,348,395
Inversiones temporales	<u>4,277,538</u>	<u>5,018,219</u>
	4,782,792	6,366,614
 Documentos y cuentas por cobrar a clientes-neto	4,312,710	8,070,396
Otras cuentas y documentos por cobrar-neto	990,333	475,149
Cuentas corrientes de compañías afiliadas y relacionadas-neto	362,091	466,898
Inventarios	8,509,455	8,398,050
Activos circulantes de operaciones discontinuadas	55,898	-
Otros activos	<u>688,270</u>	<u>497,367</u>
Suma el activo circulante	19,701,549	24,274,474
 Documentos y cuentas por cobrar a largo plazo	664,840	616,812
Inversiones	242,279	853,482
Inmuebles, planta y equipo-neto	12,275,407	12,536,232
Marcas comerciales y crédito mercantil -neto	2,839,749	3,790,844
Activo diferido-neto	2,325,468	2,374,792
Activos no circulantes de operaciones discontinuadas	1,348,081	-
Otros activos	<u>654,579</u>	<u>675,505</u>
Suma el activo	<u>\$ 40,051,952</u>	<u>\$ 45,122,141</u>

## GRUPO TELEvisa, S.A.

## BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS AL 30 DE JUNIO DE 2000 Y 31 DE DICIEMBRE DE 1999

(En miles de Pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2000)

**PASIVO**

	2000 (No Auditado)	1999 (Auditado)
A corto plazo:		
Créditos bancarios	\$ 252,229	\$ 767,806
Otros documentos por pagar	59,704	53,723
Proveedores	2,423,061	2,141,770
Impuestos por pagar	228,288	833,610
Intereses por pagar	121,309	72,015
Otros pasivos acumulados	1,441,488	1,282,325
Suma el pasivo a corto plazo	<u>4,526,079</u>	<u>5,151,249</u>
A largo plazo:		
Créditos bursátiles	4,051,513	8,704,684
Créditos bancarios	4,949,900	327,330
Otros documentos por pagar	79,182	61,751
Otros créditos	637,420	857,626
Impuestos diferidos	2,167,322	-
Suma el pasivo a largo plazo	<u>11,885,337</u>	<u>9,951,391</u>
Créditos diferidos:		
Depósitos y anticipos de clientes	<u>5,843,798</u>	<u>8,433,815</u>
Suma el pasivo	<u>22,255,214</u>	<u>23,536,455</u>

**CAPITAL CONTABLE**

Capital contribuido:		
Capital social, sin valor nominal:		
Autorizado y emitido	6,709,495	6,709,495
Recomprado	<u>(311,645)</u>	<u>(311,645)</u>
En circulación	6,397,850	6,397,850
Prima en colocación de acciones	<u>6,179</u>	<u>6,179</u>
	<u>6,404,029</u>	<u>6,404,029</u>
Capital ganado:		
Reserva legal	966,243	910,702
Reserva para recompra de acciones	5,297,528	5,297,528
Utilidades por aplicar	9,332,713	8,277,410
Déficit en la actualización	(3,934,959)	(1,796,452)
(Pérdida) utilidad neta	<u>(1,602,575)</u>	<u>1,110,844</u>
	<u>10,058,950</u>	<u>13,800,032</u>
	16,462,979	20,204,061
Interés minoritario	<u>1,333,759</u>	<u>1,381,625</u>
Suma el capital contable	<u>17,796,738</u>	<u>21,585,686</u>
Suma el pasivo y el capital contable	<u>\$ 40,051,952</u>	<u>\$ 45,122,141</u>



## GRUPO TELEvisa, S.A.

ESTADOS DE RESULTADOS POR LOS TRES MESES Y SEIS MESES TERMINADOS  
EL 30 DE JUNIO DE 2000 Y 1999

(En miles de Pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2000)

	Segundo trimestre		Primer semestre	
	2000	1999	2000	1999
	(No Auditado)	(No Auditado)	(No Auditado)	(No Auditado)
Ventas netas	\$ 4,801,340	\$ 4,212,337	9,167,241	8,396,537
Costo de ventas	<u>2,688,064</u>	<u>2,526,380</u>	<u>5,188,951</u>	<u>5,038,719</u>
Utilidad bruta	<u>2,113,276</u>	<u>1,685,957</u>	<u>3,978,290</u>	<u>3,357,818</u>
Gastos de operación:				
Gastos de administración	339,732	361,888	718,289	808,697
Gastos de venta	<u>385,693</u>	<u>310,124</u>	<u>721,042</u>	<u>624,768</u>
	<u>725,425</u>	<u>672,012</u>	<u>1,439,331</u>	<u>1,433,465</u>
Flujo de efectivo de operación	1,387,851	1,013,945	2,533,959	1,924,353
Depreciación y amortización	<u>265,521</u>	<u>257,077</u>	<u>532,274</u>	<u>533,301</u>
Utilidad de operación	<u>1,122,330</u>	<u>756,868</u>	<u>2,006,685</u>	<u>1,391,052</u>
Costo integral de financiamiento:				
Intereses pagados	322,644	388,394	663,313	799,887
Intereses ganados	(261,890)	(176,254)	(493,493)	(469,847)
Pérdida (utilidad) en tipo de cambio-neto	336,042	(83,386)	273,382	(226,199)
Pérdida por posición monetaria-neta	<u>99,800</u>	<u>46,017</u>	<u>124,538</u>	<u>234,462</u>
	<u>496,596</u>	<u>174,771</u>	<u>567,740</u>	<u>338,293</u>
Partidas especiales	<u>1,456,310</u>	<u>111,387</u>	<u>1,516,336</u>	<u>149,153</u>
Otros gastos - neto	<u>265,306</u>	<u>271,671</u>	<u>381,039</u>	<u>345,729</u>
(Pérdida) utilidad antes de provisiones	<u>(1,095,882)</u>	<u>199,039</u>	<u>(458,430)</u>	<u>557,877</u>
Provisiones para:				
Impuesto sobre la renta y al activo	260,673	209,469	498,959	372,359
Participación de los trabajadores en la utilidad	4,648	2,527	12,426	15,399
Impuesto sobre la renta y participación de los				
trabajadores en la utilidad diferidos	<u>(170,882)</u>	<u>(16,688)</u>	<u>(136,078)</u>	<u>(16,569)</u>
	<u>94,439</u>	<u>195,308</u>	<u>375,307</u>	<u>371,189</u>
(Pérdida) utilidad antes de la participación				
en los resultados de afiliadas, operaciones				
discontinuas e interés minoritario	(1,190,321)	3,731	(833,737)	186,688
Participación en los resultados de afiliadas	(391,992)	139,233	(607,822)	72,777
Utilidad (pérdida) por operaciones discontinuas	43,093	(35,726)	(24,880)	(77,550)
Interés minoritario	<u>(93,371)</u>	<u>(21,147)</u>	<u>(136,136)</u>	<u>(60,320)</u>
(Pérdida) utilidad neta del período	<u>\$ (1,632,591)</u>	<u>\$ 86,091</u>	<u>\$ (1,602,575)</u>	<u>\$ 121,595</u>

## GRUPO TELEVIS, S.A.

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

	2000								1999							
	Ene	Feb	Mar	1 Tri.	Abr	May	Jun	2 Tri.	Ene	Feb	Mar	1 Tri.	Abr	May	Jun	2 Tri.
<b>Canal 2</b>																
Rating	12.4	12.4	12.5	<b>12.4</b>	11.4	11.4	12.1	<b>11.6</b>	14.8	15.2	14.4	<b>14.8</b>	14.5	13.3	13.4	<b>13.7</b>
Participación (%)	33.2	32.5	32.2	<b>32.6</b>	30.5	29.7	30.5	<b>30.2</b>	37.9	38.2	36.8	<b>37.6</b>	37.7	35.0	34.3	<b>35.7</b>
<b>Total Televisa <sup>(2)</sup></b>																
Rating	28.8	29.7	29.5	<b>29.3</b>	28.4	28.9	29.8	<b>29.0</b>	30.6	31.5	30.5	<b>30.9</b>	30.1	29.9	29.8	<b>29.9</b>
Participación (%)	77.5	77.6	76.0	<b>77.0</b>	75.6	75.5	75.2	<b>75.4</b>	78.4	79.3	78.0	<b>78.6</b>	78.5	78.8	76.3	<b>77.9</b>

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

	2000								1999							
	Ene	Feb	Mar	1 Tri.	Abr	May	Jun	2 Tri.	Ene	Feb	Mar	1 Tri.	Abr	May	Jun	2 Tri.
<b>Canal 2</b>																
Rating	19.9	19.7	20.0	<b>19.9</b>	17.4	17.9	18.6	<b>18.0</b>	23.6	24.7	23.2	<b>23.8</b>	23.1	19.8	19.2	<b>20.7</b>
Participación (%)	36.1	35.1	35.3	<b>35.5</b>	32.3	32.2	32.7	<b>32.4</b>	41.6	42.8	41.4	<b>41.9</b>	42.7	36.8	35.3	<b>38.3</b>
<b>Total Televisa <sup>(2)</sup></b>																
Rating	42.5	43.1	41.9	<b>42.5</b>	39.7	40.9	42.1	<b>40.9</b>	45.2	46.3	43.9	<b>45.1</b>	43.0	42.4	41.4	<b>42.2</b>
Participación (%)	76.9	76.6	74.0	<b>75.8</b>	73.7	73.4	73.9	<b>73.7</b>	79.5	80.3	78.2	<b>79.3</b>	79.3	78.8	76.3	<b>78.1</b>

## 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 hogares 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 hogares 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.