



PARA PUBLICACION INMEDIATA

GRUPO TELEVISA, S.A. REPORTÓ INCREMENTO DE 7.5% EN LAS VENTAS NETAS, MARGEN RECORD EN EL FLUJO DE EFECTIVO DE OPERACIÓN DE 27.8% Y MEJORES RESULTADOS DE OPERACIÓN PARA EL TERCER TRIMESTRE DE 2000

- Las **ventas netas** del tercer trimestre de 2000, **aumentaron** 7.5%, llegando a \$5,021,050 miles de pesos, en comparación con los \$4,668,637 miles de pesos del mismo período de 1999.
- Las ventas netas de **Televisión Abierta** reflejaron un **incremento** de 11.9%, llegando a \$3,168,573 miles de pesos en el tercer trimestre de 2000, comparado con los \$2,831,441 miles de pesos del mismo período de 1999. Asimismo, **la utilidad de operación de Televisión Abierta se incrementó** 21.7%, llegando a \$1,099,338 miles de pesos durante el tercer trimestre de 2000, comparado con los \$903,083 miles de pesos del mismo período de 1999.
- El **flujo de efectivo de operación aumentó** 14.5% en comparación con el mismo período de 1999, llegando a \$1,398,344 miles de pesos. El margen de flujo de efectivo de operación se incrementó a 27.8% en el tercer trimestre de 2000, en comparación al 26.2% en el mismo período de 1999.
- La **utilidad de operación aumentó** 11.7% en comparación con el mismo período de 1999, llegando a \$1,048,303 miles de pesos. El margen de utilidad de operación aumentó a 20.9% en el tercer trimestre de 2000, en relación con el 20.1% del mismo período de 1999.
- Televisa logró una vez más ser el **líder** en la cobertura de los “**Juegos Olímpicos de Sydney 2000**”, demostrado por los altos niveles de audiencia obtenidos por nuestros canales durante la transmisión de este importante evento. El nivel de audiencia a nivel nacional de todas las transmisiones de las Olimpiadas fue 20% mayor al de la competencia.
- Durante el tercer trimestre de 2000, la Compañía, celebró un contrato definitivo para fusionar sus operaciones de radio, creando una de las compañías de radio más importantes de México, la cual cubrirá prácticamente todo el territorio del país. Esta fusión está sujeta a la aprobación de las autoridades. La experiencia de la familia Ibarra, aunado a las sinergias con Grupo Acir y Clear Channel Communications, permitirá a la Compañía fortalecer sus operaciones de radio.
- Televisa celebró un acuerdo bajo el cual adquirió el 35% de las acciones de Editorial Televisa de un accionista minoritario. El segmento de Editorial es un negocio estratégico para la Compañía, en el cual se podrán aprovechar las sinergias con el negocio principal de Televisa.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Resumen

México, D.F., a 25 de octubre de 2000. - El día de hoy Grupo Televisa S.A. ("Televisa" o "la Compañía") (NYSE: TV; BMV: TLEVISA CPO) dio a conocer sus resultados correspondientes al tercer trimestre de 2000.

Los resultados que se acompañan están expresados en miles de pesos de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2000, y están de acuerdo con los PCGA's (Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados) en México. De dichos resultados destaca la siguiente información financiera:

<i>Tercer Trimestre,</i>	2000	1999
Ventas Netas *	\$ 5,021,050	\$ 4,668,637
Costo de Ventas	2,977,623	2,812,683
Utilidad Bruta	2,043,427	1,855,954
Gastos de Operación	645,083	634,453
Flujo de Efectivo de Operación **	1,398,344	1,221,501
Utilidad de Operación	1,048,303	938,574
(Ingreso) Costo Integral de Financiamiento	(33,615)	80,608
Utilidad Neta ***	176,339	724,247

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

** El flujo de efectivo de operación ("Ebitda") se define como utilidad de operación antes de la depreciación y amortización.

*** Ver "Participación en Resultados de Afiliadas" para información adicional sobre un cargo extraordinario incurrido durante el tercer trimestre de 2000, por la asociación de DTH en México para cubrir el costo de la doble iluminación de satélites.

Ventas Netas

Las ventas netas aumentaron 7.5%, llegando a \$ 5,021,050 miles de pesos durante el tercer trimestre de 2000 en comparación con los \$ 4,668,637 miles de pesos del mismo período de 1999. Este aumento se debió a mayores ingresos de Televisión Abierta, relacionados principalmente con el incremento en las tarifas de publicidad y a los ingresos derivados de los "Juegos Olímpicos Sydney 2000", así como a mayores ventas de los segmentos de Licencias de Programación, Distribución de Publicaciones, Televisión por Cable, Programación para Televisión Restringida, Otros Negocios, y Radio. Este aumento en ventas fue parcialmente compensado por menores ingresos de los segmentos de Discos y Editoriales. (Para información adicional con relación a los resultados por segmento ver "Resultados por Segmentos".)

Costo de Ventas

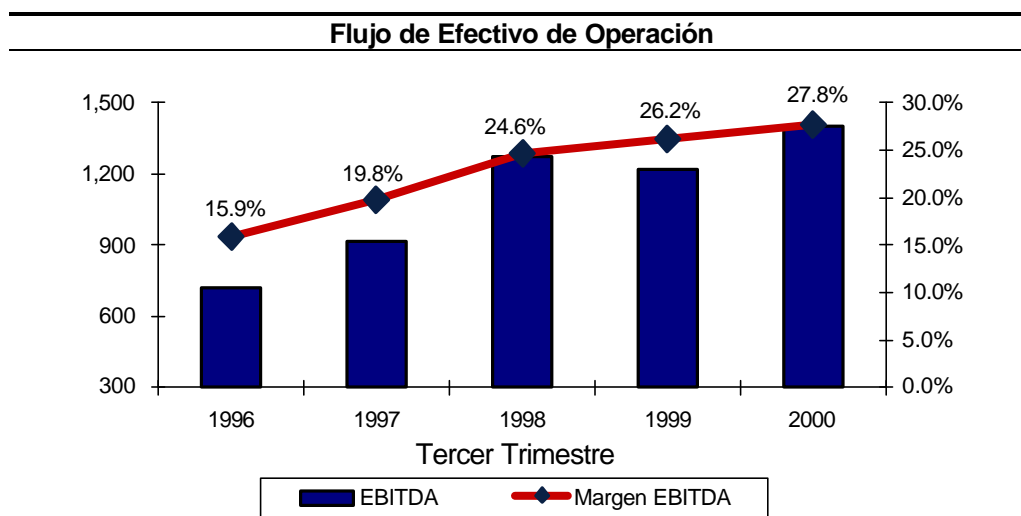
El costo de ventas aumentó 5.9%, llegando a \$ 2,977,623 miles de pesos durante el tercer trimestre de 2000, en comparación con los \$ 2,812,683 miles de pesos del mismo período de 1999. Este incremento se debió a mayores costos de programación de Televisión Abierta; al incremento en el costo de Otros Negocios, debido principalmente a las operaciones de Internet; al aumento en los costos de Licencias de Programación, como resultado de mayores costos de doblaje y duplicación; a los mayores costos de Distribución de Publicaciones debido a un mayor volumen de revistas distribuidas; al incremento en el costo de las señales de Televisión por Cable; a mayores costos de producción de Editoriales, como resultado de un mayor número promedio de páginas impresas, debido a una mayor venta de publicidad y una mayor circulación de revistas en el mercado nacional; y al incremento en los costos relacionados con la producción de programas de Radio. Este incremento fue parcialmente compensado por menores costos en Discos debido a la disminución en el número de unidades vendidas, así como por la reducción en el costo de las señales de Programación para Televisión Restringida.

Gastos de Operación

Los gastos de operación, incluyendo gastos corporativos, fueron de \$645,083 miles de pesos durante el tercer trimestre de 2000, reflejando un incremento de 1.7%, en comparación con los \$634,453 miles de pesos registrados en el mismo período de 1999. Este incremento se debió a mayores gastos de venta, principalmente relacionados con la reestructuración de la fuerza de ventas de la Compañía, gastos promocionales y al incremento en la provisión de cuentas incobrables. Este incremento fue parcialmente compensado por la reducción de gastos de administración, principalmente por las reducciones relacionadas con el objetivo de continuar reduciendo costos y gastos.

Flujo de Efectivo de Operación

El flujo de efectivo de operación aumentó 14.5%, llegando a \$1,398,344 miles de pesos durante el tercer trimestre de 2000, en comparación con los \$1,221,501 miles de pesos del mismo período de 1999. El margen de flujo de efectivo de operación durante el tercer trimestre de 2000 aumentó a 27.8%, en comparación con un 26.2% 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.



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

Utilidad de Operación

La utilidad de operación aumentó 11.7%, llegando a \$1,048,303 miles de pesos durante el tercer trimestre de 2000, en comparación con los \$938,574 miles de pesos del mismo período de 1999. El margen de utilidad de operación del tercer trimestre de 2000 se incrementó a 20.9% comparado con el 20.1% obtenido durante el tercer trimestre de 1999. Estos incrementos se debieron a mayores ventas netas y a la reducción en los gastos de administración.

Resultado Integral de Financiamiento

El resultado integral de financiamiento fue una utilidad de \$33,615 miles de pesos en el tercer trimestre del 2000, en comparación con una pérdida de \$80,608 en el mismo periodo del año anterior. Esta variación se debió al decremento de los intereses pagados, como consecuencia de la reestructura de la deuda realizada durante el segundo trimestre de este año, lo que resultó en menores tasas de interés y un menor nivel promedio de endeudamiento; a una mayor ganancia cambiaria neta derivada de una apreciación del peso frente al dólar de 0.39 pesos equivalente al 4.0% durante el tercer trimestre de 2000. Estas variaciones fueron parcialmente compensadas por la disminución en la ganancia por posición monetaria al disminuir la posición monetaria pasiva neta y a una menor tasa de inflación en el tercer trimestre de 2000, en comparación con el mismo período de 1999.

Partidas Especiales

Las partidas especiales fueron de \$84,214 miles de pesos en el tercer trimestre de 2000, principalmente relacionadas con el cese de personal.

Otros Productos - Neto

Otros productos- neto refleja productos por \$40,955 miles de pesos en el tercer trimestre de 2000, en comparación con productos por \$459,716 miles de pesos en el mismo período de 1999. Esta variación refleja principalmente el producto obtenido en el tercer trimestre de 1999, derivado de la venta de las acciones de Univisión por aproximadamente \$780,000 miles de pesos, lo cual fue parcialmente compensado por la amortización y cancelación del crédito mercantil, la amortización de los gastos satelitales de las asociaciones de DTH, así como la provisión de inventarios obsoletos. En el tercer trimestre de 2000, la Compañía reconoció una utilidad antes de impuestos por la venta de su participación accionaria en Pegaso y los activos netos relacionados con las operaciones del periódico Ovaciones, por aproximadamente \$64,000 miles de pesos, lo cual fue parcialmente compensado por la amortización del crédito mercantil, la amortización de los gastos satelitales de las asociaciones de DTH, y la provisión de inventarios obsoletos.

Participación en los Resultados de Afiliadas

La participación en los resultados de afiliadas aumentó a una pérdida de \$708,951 miles de pesos durante el tercer trimestre de 2000, en comparación con una pérdida de \$202,821 miles de pesos del mismo período de 1999. Este incremento refleja principalmente el cargo extraordinario por aproximadamente \$22.0 millones de dólares, incurrido por la asociación de DTH en México, durante el tercer trimestre de 2000, para cubrir el costo de la doble iluminación por la utilización de dos satélites, en el tiempo que se reorientan las antenas de los subscriptores y se cambian las operaciones a un nuevo satélite, así como a mayores pérdidas de las asociaciones de DTH en América Latina y España, y las pérdidas incurridas por Pegaso Telecomunicaciones, la asociación de PCS de la Compañía. Este incremento fue parcialmente compensado por una menor pérdida de operación de la asociación de DTH en México, durante el tercer trimestre de 2000.

Interés Minoritario

El interés minoritario de la Compañía, durante el tercer trimestre de 2000, fue de \$25,557 miles de pesos, comparado con \$57,049 miles de pesos del mismo período de 1999. Esta variación refleja principalmente la disminución en la utilidad del segmento de Editoriales y del negocio de mensajes electrónicos personalizados.

Utilidad – Neta

La utilidad neta de la Compañía durante el tercer trimestre de 2000, fue de \$176,339 miles de pesos, comparado con una utilidad neta de \$724,247 miles de pesos del mismo período de 1999. Esta variación de \$547,908 miles de pesos, se debe principalmente a:

- mayores pérdidas en la participación de resultados de afiliadas por \$506,130 miles de pesos, y
- una menor utilidad de otros productos por \$418,761 miles de pesos.

Esta variación fue parcialmente compensada por una diferencia en el resultado integral de financiamiento por \$114,223 miles de pesos; el incremento en la utilidad de operación por \$109,729 miles de pesos; y menores impuestos por \$117,484 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:

Tercer Trimestre de,				
	<u>2000</u>	<u>1999</u>	<u>% Cambio</u>	<u>% a Ventas Segmentos</u>
<u>Ventas Netas</u>				
Televisión Abierta	\$ 3,168,573	\$ 2,831,441	11.9	61.5
Programación para Televisión Restringida	124,749	88,213	41.4	2.4
Licencias de Programación	342,429	287,215	19.2	6.7
Editoriales	365,582	387,412	(5.6)	7.1
Distribución de Publicaciones	206,573	166,796	23.8	4.0
Discos	303,392	343,047	(11.6)	5.9
Televisión por Cable	217,046	178,605	21.5	4.2
Radio	67,112	62,691	7.1	1.3
Otros Negocios *	<u>352,977</u>	<u>321,432</u>	9.8	<u>6.9</u>
Ventas de Segmentos	5,148,433	4,666,852	10.3	100.0
Ingresos Intersegmentos **	<u>(127,383)</u>	<u>(55,314)</u>	130.3	
Ventas Totales	5,021,050	4,611,538	8.9	
Operación Periódico ***	--	<u>57,099</u>	N/A	
Ventas Consolidadas	<u>\$ 5,021,050</u>	<u>\$ 4,668,637</u>	7.5	

Tercer Trimestre de,					
	<u>2000</u>	<u>Margen</u>	<u>1999</u>	<u>Margen</u>	<u>% Cambio</u>
<u>EBITDA</u>					
Televisión Abierta	\$ 1,304,311	41.2	\$ 1,109,974	39.2	17.5
Programación para Televisión Restringida	(77,670)	(62.3)	(128,151)	(145.3)	39.4
Licencias de Programación	99,066	28.9	80,722	28.1	22.7
Editoriales	80,631	22.1	91,115	23.5	(11.5)
Distribución de Publicaciones	16,328	7.9	8,257	5.0	97.7
Discos	49,098	16.2	41,371	12.1	18.7
Televisión por Cable	54,446	25.1	52,495	29.4	3.7
Radio	1,325	2.0	1,342	2.1	(1.3)
Otros Negocios *	<u>(96,473)</u>	<u>(27.3)</u>	<u>3,104</u>	1.0	N/A
EBITDA de Segmentos	1,431,058	27.8	1,260,229	27.0	13.6
Operaciones Intersegmentos **	(6,375)		--		N/A
Gastos Corporativos	<u>(26,343)</u>		<u>(37,226)</u>		(29.2)
EBITDA Total	1,398,344	27.8	1,223,003	26.5	14.3
Operación Periódico***	--		<u>(1,502)</u>		N/A
EBITDA Consolidado	<u>\$ 1,398,344</u>	27.8	<u>\$ 1,221,501</u>	26.2	14.5

* Incluye las operaciones de Internet.

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

*** Operación Periódico refleja principalmente los resultados de operación del periódico Ovaciones.

Tercer Trimestre de,

	<u>2000</u>	<u>1999</u>	<u>% Cambio</u>
<u>Utilidad de Operación</u>			
Televisión Abierta	\$ 1,099,338	\$ 903,083	21.7
Programación para Televisión Restringida	(90,546)	(138,350)	34.6
Licencias de Programación	96,954	78,978	22.8
Editoriales	74,230	82,659	(10.2)
Distribución de Publicaciones	13,665	5,658	141.5
Discos	48,204	40,466	19.1
Televisión por Cable	35,006	37,839	(7.5)
Radio	(3,804)	(4,058)	6.3
Otros Negocios *	(198,401)	(25,837)	N/A
Utilidad de Operación por Segmentos	1,074,646	980,438	9.6
Gastos Corporativos	(26,343)	(37,226)	(29.2)
Utilidad de Operación Total	1,048,303	943,212	11.1
Operación Periódico***	--	(4,638)	N/A
Utilidad de Operación Consolidada	<u>\$ 1,048,303</u>	<u>\$ 938,574</u>	11.7
<i>Margen de Utilidad de Operación</i>	<i>20.9%</i>	<i>20.1%</i>	

* Incluye las operaciones de Internet.

*** Operación Periódico refleja principalmente los resultados de operación del periódico Ovaciones.

Televisión Abierta

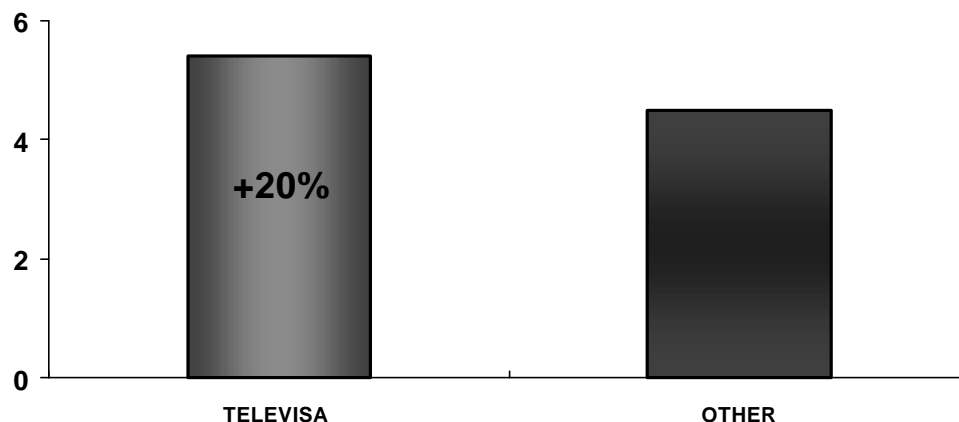
El incremento de 11.9% en las ventas de Televisión Abierta es atribuible a mayores ingresos por la venta de publicidad de las estaciones nacionales y locales como resultado del incremento en las tarifas de publicidad y a un mayor volumen, como parte de los cambios implementados al plan de comercialización, así como por los ingresos obtenidos debido a la venta de publicidad de los "Juegos Olímpicos Sydney 2000".

La utilidad de operación de Televisión Abierta se incrementó 21.7% 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 (principalmente los "Juegos Olímpicos Sydney 2000"), así como por el incremento en los gastos de venta como resultado de la restructura de la fuerza de ventas de la Compañía, así como por el incremento en la provisión de cuentas incobrables.

Televisa logró una vez más ser el líder en la cobertura de los "Juegos Olímpicos de Sydney 2000", demostrado por los altos niveles de audiencia obtenidos por nuestros canales durante la transmisión de este importante evento. El nivel de audiencia a nivel nacional de todas las transmisiones de las Olimpiadas fue 20% mayor al de la competencia.

La siguiente gráfica muestra la comparación de los niveles de audiencia a nivel nacional, en donde Televisa muestra su liderazgo en la transmisión de los "Juegos Olímpicos de Sydney 2000".

RATING COMPARATIVO NACIONAL "Juegos Olímpicos Sydney 2000"



* Promedio del 10 de septiembre al 1° de octubre de 2000, con base a información de IBOPE

Programación para TV Restringida

El incremento en ventas de 41.4% se debió a una mayor venta de señales a sistemas de televisión de paga en el mercado nacional e internacional, (principalmente de programación de los "Juegos Olímpicos de Sydney 2000"). Este incremento fue parcialmente compensado por menores ventas de publicidad.

La pérdida de operación de Programación para Televisión Restringida disminuyó 34.6%, reflejando el incremento en los ingresos, la reducción en el costo de ventas principalmente por menores costos de películas y programas unitarios, así como la disminución en los gastos de operación, relacionados con menores comisiones pagadas debido a un menor tiempo publicitario comercializado.

Licencias de Programación

El aumento de 19.2% 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. Este incremento fue parcialmente compensado por el efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera y a menores ventas a otros países del resto del mundo.

La utilidad de operación de Licencias de Programación se incrementó 22.8% debido a mayores ingresos, y a 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 reflejando principalmente el aumento en los costos de doblaje y duplicación.

Editoriales

La disminución de 5.6% en las ventas de Editoriales durante el tercer trimestre de 2000, se debió principalmente a una menor circulación de revistas en el mercado extranjero, al efecto en conversión de los ingresos denominados en moneda extranjera, y a menores ingresos por la venta de publicidad en el mercado extranjero. Esta disminución fue parcialmente compensada por una mayor circulación de revistas y por mayores ingresos de publicidad en el mercado nacional.

La utilidad de operación de Editoriales disminuyó 10.2%, reflejando el decremento en las ventas netas y el incremento en los costos de venta, debido al incremento en el volumen de ejemplares vendidos y un mayor número de páginas de contenido. Estas variaciones fueron parcialmente compensadas por menores gastos de operación como parte del programa de reducción de costos y gastos de la Compañía y a una disminución en los gastos de publicidad y promoción en el mercado nacional.

Distribución de Publicaciones

El incremento en las ventas de Distribución de Publicaciones de 23.8%, durante el tercer trimestre de 2000, se debió principalmente a mayores ingresos en la distribución de revistas publicadas por terceros en el mercado nacional, así como por ingresos adicionales debido a la mayor distribución de otros productos en el extranjero, tales como tarjetas telefónicas y formatos fiscales. Este incremento fue parcialmente compensado por el efecto en conversión.

La utilidad de operación de Distribución de Publicaciones aumentó 141.5%, como resultado de mayores ventas y menores gastos de administración como parte del programa de reducción de costos y gastos de la Compañía. Este incremento fue parcialmente compensado por el incremento en los costos de venta como resultado de un mayor volumen de revistas y otros productos distribuidos, tanto en el mercado nacional como internacional.

Discos

El decremento en las ventas de Discos de 11.6% durante el tercer trimestre de 2000, se debió principalmente al efecto en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera, a la menor venta de unidades de catálogo en el mercado internacional, y a menores ingresos por la venta de lanzamientos en el mercado nacional. Esta disminución fue parcialmente compensada por mayores ingresos relacionados con la venta de lanzamientos en el extranjero, debido principalmente al álbum de "Los Tigres del Norte", así como a la mayor venta de lanzamientos en el mercado nacional.

La utilidad de operación de Discos aumentó 19.1%, reflejando la disminución en los costos de venta como resultado de menores costos de producción relacionados con la disminución en el número de unidades vendidas en el mercado nacional, menores regalías pagadas a artistas y menores costos de promoción, así como a la reducción en los gastos de venta, debido a menores gastos de distribución. Esta disminución fue parcialmente compensada por menores ventas netas.

Televisión por Cable

El incremento de 21.5% en las ventas de Televisión por Cable durante el tercer trimestre de 2000, se debió principalmente al incremento en el número de subscriptores del servicio básico, el cual aumentó de aproximadamente 357,000 al 30 de septiembre de 1999, a cerca de 400,000, así como a los nuevos servicios digitales que se comenzaron a ofrecer.

La utilidad de operación de Televisión por Cable disminuyó 7.5%, como resultado del incremento en el costo de ventas relacionados principalmente con el incremento en el costo de señales, así como al aumento en los gastos de operación debido al incremento en la provisión de cuentas incobrables, lo cual fue parcialmente compensado por el incremento en las ventas netas.

Radio

El incremento de 7.1% en las ventas de Radio durante el tercer trimestre de 2000, se debió principalmente a una mayor venta de tiempo publicitario.

La pérdida de operación de Radio disminuyó 6.3%, como resultado del incremento en las ventas netas, y la disminución en los gastos de administración como parte del programa de reducción de costos y gastos de la Compañía. Estas variaciones fueron parcialmente compensadas por mayores costos de programación, debido a cambios en los formatos de ciertos programas, así como al incremento en los gastos de venta debido a la provisión de cuentas incobrables.

Otros Negocios

El incremento de 9.8% en las ventas netas de Otros Negocios durante el tercer trimestre de 2000, se debió principalmente a mayores ingresos por publicaciones en fútbol, a una mayor distribución de películas producidas por terceros, y a las operaciones de Internet. Este incremento fue parcialmente compensado por menores ventas del negocio de mensajes electrónicos personalizados y por menores ingresos de doblaje.

La pérdida de operación de Otros Negocios aumentó a \$198,401 miles de pesos, debido principalmente a las pérdidas de las operaciones de Internet, honorarios de jugadores de fútbol y a mayores gastos de promoción y publicidad en el negocio mensajes electrónicos personalizados debido a menores ventas, así como a una mayor pérdida de operación de la distribución de películas. Las variaciones anteriores fueron parcialmente compensadas por mayores ventas netas.

TELEVISION DIRECTA AL HOGAR VIA SATELITE

Sky

El servicio de televisión directa al hogar vía satélite ("DTH") de la Compañía presentó un fuerte crecimiento en el número de subscriptores, a pesar de las condiciones competitivas de mercado. Innova, la asociación de la Compañía de DTH en México, es líder en el mercado de DTH en México, con una participación de mercado en términos del número de subscriptores, de aproximadamente 76%. Al tercer trimestre de 2000, Innova transmitía 164 canales digitales de audio y video, y contaba con más de 541,000 subscriptores activos, en comparación con los más de 378,000 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.

Adicionalmente, durante el tercer trimestre de 2000, Innova implementó una serie de iniciativas para ampliar su contenido de programación, incluyendo el lanzamiento de "Sky Interactive" para partidos de fútbol, el cual permite ver los juegos desde diferentes ángulos de cámara, así como la transmisión en tres diferentes canales de los "Juegos Olímpicos de Sydney", el lanzamiento de programas especiales para una audiencia infantil "Summer Kids", canales adicionales de programación especial, y una amplia variedad de programación de eventos especiales.

Asimismo, durante el tercer trimestre de 2000, la asociación de DTH en México incurrió en un cargo extraordinario por \$22.0 millones de dólares, para cubrir el costo de la doble iluminación por la utilización de dos satélites, en el transcurso que se reorientan las antenas de los subscriptores y se cambian las operaciones a un nuevo satélite. Este cargo fue parcialmente compensado por una menor pérdida de operación de la asociación de DTH en México, durante el tercer trimestre de 2000.

OTRA INFORMACION RELACIONADA

Inversiones de Capital

Las inversiones de la Compañía en inmuebles, planta y equipo ascendieron durante el tercer trimestre de 2000 a \$33.1 millones de dólares, las cuales fueron destinadas a la adquisición de equipo técnico, de transmisión y de cómputo.

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

- realizó inversiones por aproximadamente \$10.4 millones de dólares para la expansión y mejoramiento de su red de cable,
- invirtió aproximadamente \$14.3 millones de dólares en aportaciones de capital y préstamos para el desarrollo de sus servicios de DTH, e
- invirtió aproximadamente \$29.0 millones de dólares con relación al lanzamiento de su negocio de Internet.

Adquisición de un Interés Minoritario y Adquisición Propuesta

En agosto de 2000, la Compañía anunció que celebró un convenio mediante el cual Televisa adquiriría de un accionista minoritario el 35% de Editorial Televisa, S.A. de C.V. ("Editorial Televisa"), la principal subsidiaria del segmento Editorial de la Compañía. Esta adquisición fue aprobada por los accionistas el 19 de octubre de 2000, en asamblea general extraordinaria, y se llevará a cabo mediante la realización de una serie de transacciones relacionadas, lo que resultó en:

- La cancelación de 309,921,737 acciones, compuestas por 137,000,000 acciones Serie "A", no negociables como unidades de CPOs, y 172,921,737 acciones adicionales en la forma de 57,640,579 CPOs. Estas acciones forman parte de las acciones recompradas por la Compañía durante los últimos dos años.
- Televisa emitirá a favor de dicho accionista minoritario, 172,921,737 acciones, las cuales representan el 1.865% de las acciones autorizadas y emitidas por la Compañía (en la forma de 57,640,579 CPOs).
- La fusión de la Compañía con la subsidiaria de participación mayoritaria, Editorial Televisa (cuyo nombre cambio a Edivisa, S.A. de C.V.) ("Edivisa"), siendo la Compañía la entidad fusionante. Asimismo Televisa adquirió todas las acciones propiedad de un accionista minoritario, de Edivisa. Esta adquisición será contabilizada en el cuarto trimestre de 2000.
- Como resultado de estas operaciones, la estructura del capital social de Televisa queda de la siguiente manera:

	<u>Acciones Serie A</u>	<u>Acciones Serie L</u>	<u>Acciones Serie D</u>	<u>Total de Acciones</u>
	<u>Número</u>	<u>Número</u>	<u>Número</u>	<u>Número</u>
Acciones en Circulación	4,590,700,000	2,271,150,000	2,271,150,000	9,133,000,000

En septiembre de 2000, la Compañía anunció que celebró un acuerdo definitivo con los accionistas de Grupo Acir Comunicaciones, S.A. de C.V. ("Grupo Acir"), y Clear Channel Communications, Inc. ("CCC"), para fusionar sus operaciones de radio. Como parte de esta transacción:

- a) La Compañía adquirirá las acciones que representan el 27.82% del capital social de Grupo Acir, en la cantidad de \$101 millones de dólares en efectivo a los actuales accionistas de esa empresa, de acuerdo al contrato de compraventa; y
- b) Grupo Acir se fusionará con las operaciones de radio de la Compañía.

Deuda

Al 30 de septiembre de 2000, la deuda bancaria y bursátil a largo plazo de la Compañía era de \$10,732.2 millones de pesos, y la deuda bancaria de corto plazo era de \$341.7 millones de pesos, en comparación con \$9,197.0 millones de pesos y \$840.0 millones de pesos respectivamente, al 30 de septiembre de 1999.

Durante el tercer trimestre de 2000, la Compañía concluyó exitosamente la colocación de unos Documentos por Pagara a largo plazo por \$200 millones de dólares con vencimiento en el año 2005. La tasa de interés anual de estos Documentos, es de 5/8%, y el precio de colocación fue al 99.502%. Los Documentos fueron emitidos con un diferencial de +260 puntos base sobre los Bonos del Tesoros de Estados Unidos, o +18 puntos base sobre las UMS'06.

En julio de 2000, la Compañía concluyó exitosamente 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 SEPTIEMBRE DE 2000 Y 31 DE DICIEMBRE DE 1999

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

ACTIVO

	2000 (No Auditado)	1999 (Auditado)
Circulante:		
Disponible:		
Efectivo	\$ 859,774	\$ 1,371,036
Inversiones temporales	<u>5,185,041</u>	<u>5,102,481</u>
	6,044,815	6,473,517
 Documentos y cuentas por cobrar a clientes-neto	 3,774,512	 8,205,907
Otras cuentas y documentos por cobrar-neto	982,333	483,127
Cuentas corrientes de compañías afiliadas y relacionadas-neto	348,297	474,738
Inventarios	8,401,998	8,539,062
Otros activos	<u>584,205</u>	<u>505,718</u>
Suma el activo circulante	20,136,160	24,682,069
 Documentos y cuentas por cobrar a largo plazo	 101,884	 194,229
Inversiones	311,423	1,300,753
Inmuebles, planta y equipo-neto	12,446,221	12,746,729
Marcas comerciales y crédito mercantil -neto	2,869,327	3,854,496
Activo diferido-neto	2,519,707	2,414,667
Otros activos	<u>667,179</u>	<u>686,848</u>
Suma el activo	<u>\$ 39,051,901</u>	<u>\$ 45,879,791</u>

GRUPO TELEVISA, S.A.

BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2000 Y 31 DE DICIEMBRE DE 1999

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

PASIVO

	2000 (No Auditado)	1999 (Auditado)
A corto plazo:		
Créditos bancarios	\$ 285,520	\$ 780,698
Otros documentos por pagar	56,195	54,626
Proveedores	2,695,095	2,177,733
Impuestos por pagar	290,796	847,607
Intereses por pagar	294,804	73,225
Otros pasivos acumulados	1,547,434	1,303,855
Suma el pasivo a corto plazo	<u>5,169,844</u>	<u>5,237,744</u>
A largo plazo:		
Créditos bursátiles	5,956,979	8,850,845
Créditos bancarios	4,697,206	332,826
Otros documentos por pagar	78,011	62,788
Impuestos diferidos	2,121,958	-
Otros créditos	<u>632,023</u>	<u>872,026</u>
Suma el pasivo a largo plazo	<u>13,486,177</u>	<u>10,118,485</u>
Créditos diferidos:		
Depósitos y anticipos de clientes	<u>4,005,084</u>	<u>8,575,428</u>
Suma el pasivo	<u>22,661,105</u>	<u>23,931,657</u>

CAPITAL CONTABLE

Capital contribuido:		
Capital social, sin valor nominal:		
Autorizado y emitido	6,822,154	6,822,154
Recomprado	<u>(400,565)</u>	<u>(316,884)</u>
En circulación	6,421,589	6,505,270
Prima en colocación de acciones	<u>6,283</u>	<u>6,283</u>
	<u>6,427,872</u>	<u>6,511,553</u>
Capital ganado:		
Reserva legal	982,469	925,994
Reserva para recompra de acciones	5,617,450	5,617,450
Utilidades por aplicar	8,217,107	8,185,431
Exceso en la actualización	(4,515,858)	(1,826,614)
(Pérdida) utilidad neta	<u>(1,453,143)</u>	<u>1,129,496</u>
	<u>8,848,025</u>	<u>14,031,757</u>
	15,275,897	20,543,310
Interés minoritario	<u>1,114,899</u>	<u>1,404,824</u>
Suma el capital contable	<u>16,390,796</u>	<u>21,948,134</u>
Suma el pasivo y el capital contable	<u>\$ 39,051,901</u>	<u>\$ 45,879,791</u>

GRUPO TELEVISA, S.A.

ESTADOS DE RESULTADOS POR LOS TRES MESES Y NUEVE MESES TERMINADOS
EL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2000 Y 1999

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

	Tercer trimestre		Nueve meses	
	2000	1999	2000	1999
	(No Auditado)	(No Auditado)	(No Auditado)	(No Auditado)
Ventas netas	\$ 5,021,050	\$ 4,668,637	14,423,913	13,298,563
Costo de ventas	<u>2,977,623</u>	<u>2,812,683</u>	<u>8,354,913</u>	<u>8,037,623</u>
Utilidad bruta	<u>2,043,427</u>	<u>1,855,954</u>	<u>6,069,000</u>	<u>5,260,940</u>
Gastos de operación:				
Gastos de administración	312,429	318,502	1,050,788	1,149,339
Gastos de venta	<u>332,654</u>	<u>315,951</u>	<u>1,040,674</u>	<u>931,384</u>
	<u>645,083</u>	<u>634,453</u>	<u>2,091,462</u>	<u>2,080,723</u>
Flujo de efectivo de operación	1,398,344	1,221,501	3,977,538	3,180,217
Depreciación y amortización	<u>350,041</u>	<u>282,927</u>	<u>896,605</u>	<u>831,308</u>
Utilidad de operación	<u>1,048,303</u>	<u>938,574</u>	<u>3,080,933</u>	<u>2,348,909</u>
Costo integral de financiamiento:				
Intereses pagados	307,234	419,667	981,760	1,232,989
Intereses ganados	(142,900)	(143,336)	(644,619)	(621,096)
(Utilidad) pérdida en tipo de cambio-neto	(142,578)	(106,789)	135,388	(336,186)
(Utilidad) pérdida por posición monetaria-neta	<u>(55,371)</u>	<u>(88,934)</u>	<u>73,576</u>	<u>158,301</u>
	<u>(33,615)</u>	<u>80,608</u>	<u>546,105</u>	<u>433,378</u>
Partidas especiales	<u>84,214</u>	<u>96,044</u>	<u>1,626,009</u>	<u>248,340</u>
Otros (productos) y gastos - neto	<u>(40,955)</u>	<u>(459,716)</u>	<u>346,248</u>	<u>(107,763)</u>
Utilidad antes de provisiones	<u>1,038,659</u>	<u>1,221,638</u>	<u>562,571</u>	<u>1,774,954</u>
Provisiones para:				
Impuesto sobre la renta y al activo	204,999	280,183	714,046	658,867
Participación de los trabajadores en la utilidad	2,786	(2,113)	15,421	13,545
Impuesto sobre la renta y participación de los				
trabajadores en la utilidad diferidos	<u>(81,755)</u>	<u>(34,556)</u>	<u>(220,118)</u>	<u>(51,403)</u>
	<u>126,030</u>	<u>243,514</u>	<u>509,349</u>	<u>621,009</u>
Utilidad antes de la participación				
en los resultados de afiliadas, operaciones				
discontinuas e interés minoritario	912,629	978,124	53,222	1,153,945
Participación en los resultados de afiliadas	(708,951)	(202,821)	(1,341,923)	(176,514)
(Pérdida) utilidad por operaciones discontinuadas	(1,782)	5,993	(463)	(11,166)
Interés minoritario	<u>(25,557)</u>	<u>(57,049)</u>	<u>(163,979)</u>	<u>(118,382)</u>
Utilidad (pérdida) neta del período	<u>\$ 176,339</u>	<u>\$ 724,247</u>	<u>\$ (1,453,143)</u>	<u>\$ 847,883</u>

↓

GRUPO TELEvisa, S.A.

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS 1ER. 2DO. Y 3ER TRIMESTRE 2000 VS. 1999 (DE 6:00 A 24:00 HORAS) ⁽¹⁾

	Ene	Feb.	Mar	1 Trim	Abr	1999 May	Jun	2 Trim.	Jul	Ago	Sep	3 Trim.
Canal 2												
Rating	14.8	15.2	14.4	14.8	14.5	13.3	13.4	13.7	13.2	13.2	13.3	13.2
Participación(%)	37.9	38.2	36.8	37.6	37.7	35.0	34.3	35.7	33.8	34.1	34.8	34.2
Total Televisa⁽²⁾												
Rating	30.6	31.5	30.5	30.9	30.1	29.9	29.8	29.9	31.0	30.5	30.0	30.5
Participación (%)	78.4	79.3	78.0	78.6	78.5	78.8	76.3	77.9	79.6	78.9	78.5	79.0
	Ene	Feb.	Mar	1 Trim.	Abr	2000 May	Jun	2 Trim.	Jul	Ago	Sep	3 Trim.
Canal 2												
Rating	12.4	12.4	12.5	12.5	11.4	11.4	12.1	11.6	12.1	12.3	11.9	12.1
Participación (%)	33.2	32.5	32.2	32.7	30.5	29.7	30.5	30.2	31.3	31.5	31.0	31.3
Total Televisa⁽²⁾												
Rating	28.8	29.7	29.5	29.4	28.4	28.9	29.8	29.0	29.4	29.6	28.3	29.1
Participación (%)	77.5	77.6	76.0	77.0	75.6	75.5	75.2	75.4	76.1	76.2	73.8	75.4

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS EN HORARIO ESTELAR DE TELEvisa 1ER., 2DO. Y 3ER. TRIMESTRES 1999 VS. 2000 (DE 16:00-23:00 HORAS) ^{(1) (3)}

	Ene	Feb.	Mar	1 Trim	Abr	1999 May	Jun	2 Trim.	Jul	Ago	Sep	3 Trim.
Canal 2												
Rating	23.6	24.7	23.2	23.8	23.1	19.8	19.2	20.7	19.5	20.1	20.6	20.0
Participación (%)	41.6	42.8	41.4	41.9	42.7	36.8	35.3	38.3	35.4	36.4	37.1	36.3
Total Televisa⁽²⁾												
Rating	45.2	46.3	43.9	45.1	43.0	42.4	41.4	42.2	43.0	42.6	42.8	42.8
Participación (%)	79.5	80.3	78.2	79.3	79.3	78.8	76.3	78.1	78.2	77.3	77.2	77.6
	Ene	Feb.	Mar	1 Trim	Abr	2000 May	Jun	2 Trim.	Jul	Ago	Sep	3 Trim.
Canal 2												
Rating	19.9	19.7	20.0	19.9	17.4	17.9	18.6	18.0	18.6	18.7	18.4	18.6
Participación (%)	36.1	35.1	35.3	35.5	32.3	32.2	32.7	32.4	33.8	33.3	33.2	33.4
Total Televisa⁽²⁾												
Rating	42.5	43.1	41.9	42.5	39.7	40.9	42.1	40.9	40.6	41.6	40.6	40.9
Participación (%)	76.9	76.6	74.0	75.8	73.7	73.4	73.9	73.7	73.9	73.9	73.4	73.7

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.