

Resultados Relevantes

- Las ventas netas pro-forma aumentaron 6.5% y la utilidad de operación antes de depreciación y amortización aumentó 12.8%
- Las ventas y la utilidad de operación antes de depreciación y amortización del segmento de Televisión Abierta aumentaron 7.5% y 14.3%, respectivamente
- Margen récord de la utilidad de operación antes de depreciación y amortización tanto a nivel consolidado como en el segmento de Televisión Abierta
- La base de subscriptores de Sky México llegó a 1,183,800
- La utilidad neta aumentó 165.2%

Resultados Consolidados

México, D.F. a 14 de julio de 2005 – El día de hoy Grupo Televisa, S.A. (BMV: TLEVISA CPO; NYSE: TV) dio a conocer los resultados del segundo trimestre de 2005. Los resultados se presentan de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México y han sido ajustados en millones de pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2005. Durante el cuarto trimestre de 2004 fueron modificados ciertos contratos en el segmento de Distribución de Publicaciones, y como resultado, se aplicó un cambio en el tratamiento contable del reconocimiento de las ventas netas y costo de ventas. Este cambio no afecta la utilidad de operación antes de depreciación y amortización. Ver la página 7 para información adicional acerca de información pro-forma.

La siguiente tabla muestra el Estado de Resultados condensado pro-forma en millones de pesos, el porcentaje que cada rubro representa de las ventas netas, y el cambio porcentual del segundo trimestre de 2005 con respecto al segundo trimestre de 2004:

	2T 2005	Margen %	2T 2004	Margen %	Cambio %
Ventas Netas Pro-forma ⁽¹⁾	7,856.4	100.0	7,380.0	100.0	6.5
Utilidad de operación antes de depreciación y amortización	3,247.2	41.3	2,877.9	39.0	12.8
Utilidad de Operación	2,698.7	34.4	2,317.5	31.4	16.4
Utilidad Neta	1,277.1	16.3	481.6	6.5	165.2

⁽¹⁾ A partir del 1 de octubre de 2004, fueron modificados ciertos contratos en el segmento de Distribución de Publicaciones y se cambió el tratamiento contable del reconocimiento de las ventas netas y costo de ventas.

Las ventas netas pro-forma aumentaron 6.5% a \$7,856.4 millones en el segundo trimestre de 2005 en comparación con \$7,380 millones en el segundo trimestre del año anterior. Este incremento refleja el crecimiento en las ventas de los segmentos de Televisión Abierta, Sky México, Editoriales, Señales de Televisión Restringida, Televisión por Cable, Radio y Distribución de Publicaciones. Dichos incrementos fueron parcialmente afectados por menores ventas en los segmentos de Otros Negocios y Exportación de Programación.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización aumentó 12.8% a \$3,247.2 millones en el segundo trimestre de 2005 en comparación con \$2,877.9 millones en el segundo trimestre de 2004. Este incremento refleja mayores ventas que fueron parcialmente afectadas por un mayor costo de ventas y gastos de operación. El margen de la utilidad de operación antes de depreciación y amortización aumentó a un margen récord de 41.3% en comparación con un margen pro-forma de 39% reportado en el segundo trimestre de 2004. Asimismo, la utilidad de operación aumentó 16.4% a \$2,698.7 millones en el segundo trimestre de 2005 en comparación con \$2,317.5 millones reportado el año anterior.

La utilidad neta aumentó 165.2% a \$1,277.1 millones en el segundo trimestre de 2005 en comparación con \$481.6 millones en el segundo trimestre de 2004. Este incremento neto de \$795.5 millones refleja: i) un aumento de \$369.3 millones en la utilidad de operación antes de depreciación y amortización; ii) un decremento de \$11.9 millones en depreciación y amortización; iii) un decremento de \$11.4 millones en otros gastos-neto; iv) un decremento de \$32.4 millones en el impuesto sobre la renta; v) un incremento de \$29 millones en la participación en las utilidades de afiliadas; y vi) la ausencia de \$1,034.9 millones de efecto acumulado de pérdida por cambio contable. Estos efectos favorables fueron parcialmente afectados por: i) un aumento de \$517.8 millones en el costo integral de financiamiento; ii) un aumento de \$1.5 millones en partidas especiales; y iii) un aumento de \$174.1 millones en interés minoritario.

Resultados pro-forma por segmentos de negocio

La siguiente información pro-forma del segundo trimestre incorpora el cambio en el tratamiento contable del reconocimiento de las ventas y costo de ventas del segmento de Distribución de Publicaciones. A continuación se presentan, en millones de pesos, las ventas netas, utilidad (pérdida) de operación antes de depreciación y amortización y la utilidad (pérdida) de operación por segmentos de negocio para los segundos trimestres terminados el 30 de junio de 2005 y 2004:

<i>Ventas Netas</i>	<i>2T 2005</i>	<i>%</i>	<i>Pro-forma 2T 2004</i>	<i>%</i>	<i>Cambio %</i>
Televisión Abierta	4,475.7	55.2	4,163.4	55.5	7.5
Señales de Televisión Restringida	252.7	3.1	202.0	2.7	25.1
Exportación de Programación	492.9	6.1	545.8	7.3	(9.7)
Editoriales	633.7	7.8	553.7	7.4	14.4
Distribución de Publicaciones	98.8	1.2	93.4	1.2	5.8
Sky México	1,442.5	17.8	1,225.1	16.3	17.7
Televisión por Cable	330.7	4.1	286.4	3.8	15.5
Radio	86.9	1.1	70.7	0.9	22.9
Otros Negocios	296.2	3.6	366.3	4.9	(19.1)
Ventas por segmentos	8,110.1	100.0	7,506.8	100.0	8.0
Operaciones Intersegmentos ⁽¹⁾	(253.7)		(198.8)		(27.6)
Operaciones Dispuestas ⁽²⁾	-		72.0		-
Ventas Netas Consolidadas	7,856.4		7,380.0		6.5

<i>Utilidad (pérdida) de operación antes de depreciación y amortización</i>	<i>2T 2005</i>	<i>Margen %</i>	<i>Pro-forma 2T 2004</i>	<i>Margen %</i>	<i>Cambio %</i>
Televisión Abierta	2,208.5	49.3	1,933.0	46.4	14.3
Señales de Televisión Restringida	102.1	40.4	79.4	39.3	28.6
Exportación de Programación	194.6	39.5	250.3	45.9	(22.3)
Editoriales	136.0	21.5	133.9	24.2	1.6
Distribución de Publicaciones	3.6	3.6	(2.0)	(2.1)	280.0
Sky México	587.3	40.7	443.5	36.2	32.4
Televisión por Cable	104.2	31.5	109.3	38.2	(4.7)
Radio	14.9	17.1	9.1	12.9	63.7
Otros Negocios	(56.0)	(18.9)	(27.5)	(7.5)	(103.6)
Gastos Corporativos	(48.0)	(0.6)	(46.3)	(0.6)	(3.7)
Utilidad de operación antes de depreciación y amortización por segmentos	3,247.2	40.0	2,882.7	38.4	12.6
Operaciones Dispuestas ⁽²⁾	-	-	(4.8)	(6.7)	-
Utilidad de operación antes de depreciación y amortización Consolidado	3,247.2	41.3	2,877.9	39.0	12.8

<i>Utilidad (pérdida) de operación</i>	<i>2T 2005</i>	<i>Margen %</i>	<i>Pro-forma 2T 2004</i>	<i>Margen %</i>	<i>Cambio %</i>
Televisión Abierta	1,961.9	43.8	1,667.4	40.0	17.7
Señales de Televisión Restringida	96.0	38.0	74.7	37.0	28.5
Exportación de Programación	193.5	39.3	248.5	45.5	(22.1)
Editoriales	131.7	20.8	128.3	23.2	2.7
Distribución de Publicaciones	(1.3)	(1.3)	(7.8)	(8.4)	83.3
Sky México	385.0	26.7	247.0	20.2	55.9
Televisión por Cable	33.0	10.0	56.4	19.7	(41.5)
Radio	10.2	11.7	4.4	6.2	131.8
Otros Negocios	(63.3)	(21.4)	(38.8)	(10.6)	(63.1)
Gastos Corporativos	(48.0)	(0.6)	(46.3)	(0.6)	(3.7)
Utilidad de operación por segmentos	2,698.7	33.3	2,333.8	31.1	15.6
Operaciones Dispuestas ⁽²⁾	-	-	(16.3)	(22.6)	-
Utilidad de operación Consolidado	2,698.7	34.4	2,317.5	31.4	16.4

⁽¹⁾ Para propósitos de información por segmento, estas operaciones fueron incluidas en cada uno de los segmentos respectivos.

⁽²⁾ Operaciones dispuestas reflejan los resultados de operación de los negocios de la Compañía de envío de mensajes personalizados y de promoción de eventos deportivos.

Televisión Abierta

Las ventas aumentaron 7.5% a \$4,475.7 millones en comparación con \$4,163.4 millones en el mismo trimestre del año anterior. Este incremento se atribuye a la ausencia de Semana Santa en el segundo trimestre de 2005, a las campañas políticas publicitarias, y a un incremento de 7.9% en las ventas locales.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización aumentó 14.3% a \$2,208.5 millones en comparación con \$1,933 millones reportado el año anterior. El margen de la utilidad de operación antes de depreciación y amortización aumentó a 49.3% en comparación con 46.4% del segundo trimestre del 2004, estableciendo un margen récord a pesar del incremento marginal en el costo de ventas y gastos de operación.

Señales de Televisión Restringida

Las ventas aumentaron 25.1% a \$252.7 millones en comparación con \$202 millones en el segundo trimestre del año anterior. Este incremento refleja \$18.4 millones de ventas de TuTV, nuestra asociación con Univision, la cual empezamos a consolidar en nuestros estados financieros a partir del 1 de enero de 2005, así como mayores ventas de señales a sistemas de televisión de paga en México y mayores ventas de señales en América Latina.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización aumentó 28.6% a \$102.1 millones en comparación con \$79.4 millones reportado el año anterior. Este incremento se debe a mayores ventas, las cuales fueron parcialmente afectadas por un mayor costo de ventas y gastos de operación. TuTV contribuyó con \$9.3 millones a la utilidad de operación antes de depreciación y amortización del segmento en el segundo trimestre de 2005.

Exportación de Programación

Las ventas disminuyeron 9.7% a \$492.9 millones en comparación con \$545.8 millones en el segundo trimestre del año anterior debido al efecto negativo en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera por \$49.5 millones, así como menores ventas a América Latina y una reducción de 3.7% en las regalías de Univision bajo el Contrato de Programación bajo Licencia que disminuyeron a U.S.\$28.6 millones de dólares en comparación con U.S.\$29.7 millones de dólares reportado en el segundo trimestre de 2004. Estos decrementos fueron parcialmente compensados por mayores ingresos por la venta de programación a Asia y África.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización disminuyó 22.3% y refleja menores ventas, así como incrementos marginales en el costo de ventas y gastos de operación.

Editoriales

Las ventas aumentaron 14.4% a \$633.7 millones en comparación con \$553.7 millones reportado en el mismo periodo del año anterior. Este incremento se atribuye a un incremento en la circulación de revistas y en las páginas de publicidad en México y el extranjero, que fue parcialmente afectado por el efecto negativo en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera por \$22.8 millones.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización aumentó 1.6% a \$136 millones en comparación con \$133.9 reportado el segundo trimestre del año anterior. Este incremento refleja mayores ventas, las cuales fueron parcialmente afectadas por un mayor costo de ventas y gastos de operación asociadas al lanzamiento de nuevos títulos de revistas en México y por la adquisición de Hispanic Publishing Group en Estados Unidos.

Distribución de Publicaciones

Las ventas aumentaron 5.8% a \$98.8 millones en comparación con \$93.4 millones reportado en el mismo trimestre del año anterior. El crecimiento en ventas se debe a un incremento en la circulación de revistas editadas por la Compañía en México y en el extranjero, así como a una mayor circulación de revistas editadas por terceros en el extranjero. Estos incrementos fueron parcialmente afectados por el efecto negativo en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera por \$6.1 millones.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización aumentó a \$3.6 millones en comparación con una pérdida de operación antes de depreciación y amortización de \$2 millones reportado en el segundo trimestre del año anterior. Esta variación favorable refleja un aumento en las ventas, el cual fue parcialmente afectado por mayores gastos de operación.

Sky México

Las ventas aumentaron 17.7% a \$1,442.5 millones en comparación con \$1,225.1 millones reportado en el segundo trimestre de 2004. Este incremento se atribuye a un incremento de 26.1% en la base de subscriptores, así como ingresos adicionales de pago-por-evento, principalmente por eventos deportivos no recurrentes transmitidos en base exclusiva. Al 30 de junio de 2005 ascendió a 1,183,800 subscriptores activos (incluyendo 65,000 subscriptores comerciales) en comparación con 938,600 subscriptores activos (incluyendo 52,000 subscriptores comerciales) al 30 de junio de 2004.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización aumentó 32.4% a \$587.3 millones en comparación con \$443.5 millones reportado en el mismo periodo del año anterior. El margen de la utilidad de operación antes de depreciación y amortización aumentó a un margen récord de 40.7% en comparación con 36.2% reportado en el segundo trimestre del año anterior y refleja mayores ventas, las cuales fueron parcialmente afectadas por un incremento en el costo de ventas y gastos de operación.

Televisión por Cable

Las ventas aumentaron 15.5% a \$330.7 millones en comparación con \$286.4 millones reportado en el mismo periodo del año anterior. El crecimiento en ventas se debe a: i) un incremento de 4.5% en la base de subscriptores, que al 30 de junio de 2005, aumentó a 389,657 subscriptores (incluyendo 190,416 subscriptores digitales) en comparación con 372,745 subscriptores (incluyendo 73,822 subscriptores digitales) reportados el mismo periodo del año anterior; ii) mayores subscriptores de Internet que aumentaron a 43,646 en comparación con 15,687 reportados el segundo trimestre del año anterior; y iii) un aumento de 6% en los paquetes de servicios de video a partir del 1 de marzo de 2005.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización disminuyó 4.7% a \$104.2 millones en comparación con \$109.3 millones reportado en el mismo periodo del año anterior. Esta disminución refleja mayores costos de programación y gastos de mantenimiento de la red debido al programa de digitalización de la red, así como mayores gastos de operación asociados a mejorar servicio a clientes.

Radio

Las ventas aumentaron 22.9% a \$86.9 millones en comparación con \$70.7 millones reportados en el segundo trimestre del año anterior. Este incremento en ventas refleja un mayor tiempo comercializado y vendido principalmente en nuestros noticieros, así como a las campañas políticas publicitarias.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización aumentó 63.7% a \$14.9 millones en comparación con \$9.1 millones reportado en el mismo periodo del año anterior como resultado de mayores ventas, las cuales fueron parcialmente afectadas por un aumento en el costo de ventas y gastos de operación.

Otros Negocios

Las ventas disminuyeron 19.1% en comparación con el mismo periodo del año anterior debido a menores ventas en el negocio de distribución de películas de largometraje, las cuales fueron parcialmente compensadas por mayores ventas en nuestro portal de Internet Esmas.com, que incluye las ventas de la prestación del servicio de SMS, así como por mayores ventas en la producción de eventos deportivos.

La pérdida de operación antes de depreciación y amortización aumentó a \$56 millones en comparación con \$27.5 millones reportado en el segundo trimestre de 2004. Esta variación desfavorable refleja menores ventas, las cuales fueron parcialmente compensadas por un menor costo de ventas y gastos de operación.

Resultados No-Operativos

Costo Integral de Financiamiento

La siguiente tabla presenta en millones de pesos el Costo Integral de Financiamiento de los tres meses terminados el 30 de junio de 2005 y 2004 que consiste de:

	2T 2005	2T 2004	Incremento (decremento)
Intereses pagados	542.6	431.6	111.0
Intereses ganados	(263.6)	(175.7)	(87.9)
Pérdida (utilidad) en tipo de cambio-neto	370.1	(74.6)	444.7
Utilidad por posición monetaria-neto	23.8	(26.2)	50.0
	672.9	155.1	517.8

El costo integral de financiamiento aumentó \$517.8 millones a \$672.9 millones durante el segundo trimestre de 2005 en comparación con \$155.1 millones en el segundo trimestre de 2004. Este incremento refleja: i) un incremento de \$444.7 millones en tipo de cambio provocado principalmente por tres factores: 1) una pérdida derivada de una posición monetaria de activo en moneda extranjera en conjunto con una apreciación del peso frente al dólar de 3.74% en el segundo trimestre de 2005, 2) una pérdida debido principalmente a la diferencia generada entre el tipo de cambio *spot* y el tipo de cambio *forward*, al haber contratado coberturas cambiarias (*forwards*) para cubrir una porción de los U.S.\$200 millones de dólares de principal de las Notas Senior con vencimiento en agosto de 2005, y 3) una pérdida debido a la diferencia generada entre el tipo de cambio *spot* y el tipo de cambio de los *swaps* de cupones contratados para intercambiar a pesos a tasa fija hasta cinco años de los cupones denominados en dólares de una parte de nuestra deuda vigente; ii) un aumento de \$111 millones en intereses pagados por un incremento neto en el monto promedio de deuda consolidada de la compañía; y iii) un incremento de \$50 millones en la pérdida por posición monetaria debido a la ausencia de inflación en los tres meses terminados al 30 de junio de 2005 en comparación con el segundo trimestre del año anterior, así como por una mayor posición monetaria de pasivo en el segundo trimestre de 2005. Estas variaciones desfavorables fueron parcialmente compensadas por un incremento de \$87.9 millones en intereses ganados debido a un mayor monto promedio de inversiones temporales y mayores tasas de interés en el segundo trimestre de 2005 en comparación con el año anterior.

Partidas Especiales

Las partidas especiales aumentaron \$1.5 millones, ó 10.1%, a \$16.3 millones en el segundo trimestre de 2005 en comparación con \$14.8 millones en el mismo periodo del año anterior. Este incremento refleja principalmente gastos no recurrentes relacionados con el prepago de parte de la deuda vigente a largo plazo de la compañía, que fue parcialmente compensada por menores cargos de reestructuración por recortes de personal.

Otros Gastos-neto

Otros gastos disminuyeron \$11.4 millones, ó 4.7%, a \$233.5 millones durante el segundo trimestre de 2005 en comparación con \$244.9 millones en el segundo trimestre de 2004. Este decremento refleja principalmente una disminución de donativos, un decremento en la pérdida por disposición de activos fijos y menores gastos de asesoría y servicios profesionales. Estas variaciones favorables fueron parcialmente compensadas por un incremento en la pérdida por disposición de inversiones relacionada a una pérdida estimada de la venta del 30% de participación accionaria en DTH TechCo Partners ("TechCo"), nuestra asociación que provee servicios técnicos a plataformas satelitales en México y América Latina.

Impuesto Sobre la Renta

El impuesto sobre la renta disminuyó \$32.4 millones, ó 6.7%, a \$450.3 millones en el segundo trimestre de 2005 en comparación con \$482.7 millones en el segundo trimestre de 2004. Este decremento refleja principalmente una menor base gravable en el segundo trimestre de 2005.

Participación en las Utilidades de Afiliadas

La participación en las utilidades de afiliadas aumentó \$29 millones, ó 26.9%, a \$137 millones durante el segundo trimestre de 2005 en comparación con \$108 millones en el segundo trimestre de 2004. Este incremento refleja principalmente una disminución en la participación de pérdidas en TechCo.

Efecto Acumulado de Pérdida por Cambio Contable

En el segundo trimestre de 2004, la compañía reconoció una pérdida por efecto acumulado por cambio contable en relación con la consolidación inicial de los estados financieros de Sky México y pérdidas acumuladas no reconocidas por la Compañía en periodos previos. Durante el segundo trimestre de 2005, la Compañía no reconoció ningún efecto acumulado de pérdida por cambio contable.

Interés Minoritario

El interés minoritario aumentó \$174.1 millones a \$185.6 millones en el segundo trimestre de 2005 en comparación con \$11.5 millones en el segundo trimestre de 2004. Este incremento refleja principalmente la porción de utilidad neta atribuible a la participación accionaria de terceros en Sky México.

Otra Información Relacionada

Inversiones de Capital e Inversiones

Durante el segundo trimestre de 2005, la Compañía invirtió aproximadamente U.S.\$57.4 millones de dólares en propiedades, planta y equipo, de los cuales aproximadamente U.S.\$12.2 millones de dólares corresponden al segmento de Televisión por Cable y U.S.\$34.5 millones de dólares a Sky México.

Deuda

La siguiente tabla presenta en millones de pesos la deuda total consolidada de la Compañía, así como el arrendamiento financiero de Sky México al 30 de junio de 2005 y 2004 que consiste de:

	<i>Junio 30, 2005</i>	<i>Junio 30, 2004</i>	<i>Incremento (decremento)</i>
Porción circulante de deuda a largo plazo	2,335.8	170.0	2,165.8
Deuda a largo plazo (excluyendo Sky México)	15,206.0	15,673.8	(467.8)
Deuda a largo plazo de Sky Mexico	4,234.6	4,670.3	(435.7)
	21,776.4	20,514.1	1,262.3
Porción circulante de arrendamiento financiero	72.2	72.1	0.1
Arrendamiento financiero a largo plazo	1,239.1	1,469.4	(230.3)
	1,311.3	1,541.5	(230.2)

Al 30 de junio de 2005, la deuda neta consolidada fue de \$7,086.5 millones (\$3,673 millones excluyendo a Sky México) en comparación con una deuda neta consolidada de \$8,240 millones (\$4,157.8 millones excluyendo a Sky México) al 30 de junio de 2004.

En mayo de 2005, como resultado de una mejora continua de nuestro perfil financiero, Moody's Investors Service aumentó la calificación crediticia de Televisa en moneda extranjera y la calificación de emisor de deuda senior no garantizada a Baa2 de Baa3. Asimismo, reabrimos la oferta de las Notas Senior por U.S.\$400 millones de dólares con vencimiento en 2025 que fueron originalmente emitidas en marzo de 2005, por un monto adicional de U.S.\$200 millones de dólares.

En junio 23, 2005 Standard & Poor's subió la calificación de riesgo crediticio de Innova a BB-/perspectiva estable de B+/Revisión Especial (CreditWatch). Asimismo, el 7 de julio de 2005, Moody's aumentó la calificación de Innova a Ba3/perspectiva estable de B2/perspectiva positiva.

Programa de Recompra de Acciones

Del 1 de abril al 30 de junio de 2005, la Compañía recompró aproximadamente 12.7 millones de CPOs por un monto de \$401.3 millones en términos nominales. En los primeros 6 meses del año, la Compañía recompró aproximadamente 18.7 millones de CPOs por un monto de \$594.1 millones en términos nominales.

Pago de Dividendo

El 31 de mayo de 2005, la Compañía pagó un dividendo en efectivo por \$1.35 por CPO, equivalente a aproximadamente \$4,215 millones.

Ratings y Participación de Audiencia

Los ratings y la participación de audiencia a nivel nacional de Televisión Abierta, reportados por IBOPE, confirmaron que en el segundo trimestre de 2005, Televisa continuó proporcionando altos ratings y participación de audiencia. En el horario estelar, de lunes a viernes de 19:00 a 23:00 horas, la participación de audiencia registró 70.1%; en el horario estelar, comprendido de lunes a domingo de 16:00 a 23:00 horas, la participación de audiencia registró 67.3%; y de 6:00 a 24:00 horas, de lunes a domingo, la participación de audiencia registró 69.3%.

Negocio de Sorteos

La Compañía recientemente obtuvo un permiso de la Secretaría de Gobernación, para operar "sportsbooks" y sorteos de números, incluyendo el establecimiento de hasta 65 locales en México. La Compañía está en proceso de finalizar el plan de negocios para este proyecto.

Perspectivas para 2005

Estamos incrementando nuestras perspectivas para el año. Ahora esperamos que las ventas de Televisión Abierta aumenten aproximadamente 5% en 2005. Asimismo, seguiremos manteniendo el costo de ventas y gastos de operación del segmento de Televisión Abierta bajo control a través del año, por lo que esperamos que el margen de la utilidad de operación antes de depreciación y amortización sea de 47%.

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, produce señales de 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, presta servicios de televisión por cable, produce y transmite programas de radio, promueve espectáculos deportivos y eventos especiales, produce y distribuye películas, y opera un portal horizontal de Internet. Grupo Televisa tiene también participación accionaria en Univision, la empresa de medios 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.

La información pro forma se presenta sólo con fines informativos y no intenta representar nuestra posición financiera o resultados de operación si la Compañía hubiera aplicado el cambio contable en las ventas y el costo de ventas en los periodos presentados. El lector no deberá de apoyarse en esta información como indicador de los resultados de operación en periodos futuros.

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

###

Contactos:

Relación con Inversionistas

Michel Boyance / Alejandro Eguluz
Grupo Televisa, S.A.
Av. Vasco de Quiroga No. 2000
Colonia Santa Fe
01210 México, D.F.
(5255) 5261-2000

GRUPO TELEVISA, S. A.
BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS CONDENSADOS AL 30 DE JUNIO DE 2005
Y 31 DE DICIEMBRE DE 2004
(En millones de pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2005)

ACTIVO

	Junio 30, 2005 (No auditado)	Diciembre 31, 2004 ⁽¹⁾ (Auditado)
Circulante:		
Disponible:		
Efectivo	\$ 451.7	\$ 393.6
Inversiones Temporales	14,238.2	16,380.3
	<u>14,689.9</u>	<u>16,773.9</u>
Documentos y cuentas por cobrar a clientes-neto	5,485.1	11,319.5
Otras cuentas y documentos por cobrar-neto	1,179.7	1,143.2
Cuentas corrientes con compañías afiliadas-neto	48.0	77.0
Derechos de transmisión y programación	3,234.5	3,622.6
Inventarios	619.1	668.0
Otros activos	793.0	716.6
Suma el activo circulante	<u>26,049.3</u>	<u>34,320.8</u>
 Derechos de transmisión y programación	 4,194.0	 4,527.5
Inversiones	6,455.4	6,811.6
Inmuebles, planta y equipo-neto	19,096.8	19,312.2
Crédito mercantil y otros activos intangibles-neto	10,198.1	9,229.6
Otros activos	33.6	270.7
Suma el activo	<u>\$ 66,027.2</u>	<u>\$ 74,472.4</u>

(1) Los resultados al 31 de diciembre de 2004 fueron tomados de nuestros estados financieros consolidados auditados al 31 de diciembre de 2004 y reexpresados al 30 de junio de 2005 en pesos constantes.

GRUPO TELEvisa, S. A.
BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS CONDENSADOS AL 30 DE JUNIO DE 2005
Y 31 DE DICIEMBRE DE 2004
(En millones de pesos con poder adquisitivo al 30 junio de 2005)

PASIVO	Junio 30, 2005 (No auditado)	Diciembre 31, 2004 ⁽¹⁾ (Auditado)
A corto plazo:		
Porción circulante de deuda a largo plazo	\$ 2,335.8	\$ 3,323.4
Porción circulante de arrendamiento financiero	72.2	71.3
Proveedores	2,838.9	2,152.3
Depósitos y anticipos de clientes	10,030.9	15,049.3
Impuestos por pagar	421.7	1,571.2
Intereses por pagar	433.2	452.9
Otros pasivos acumulados	1,830.2	1,280.9
Suma el pasivo a corto plazo	17,962.9	23,901.3
Deuda a largo plazo	19,440.6	19,094.8
Arrendamiento financiero	1,239.1	1,335.2
Depósitos y anticipos de clientes	386.7	375.8
Otros pasivos a largo plazo	573.3	596.7
Impuestos diferidos	1,268.6	1,344.6
Pasivos laborales	155.8	-
Suma el pasivo	41,027.0	46,648.4
CAPITAL CONTABLE		
Interés mayoritario:		
Capital social emitido	9,646.7	9,646.7
Prima en emisión de acciones	4,109.1	4,109.1
	13,755.8	13,755.8
Utilidades acumuladas:		
Reserva legal	1,754.3	1,536.7
Reserva para recompra de acciones	5,603.6	5,603.6
Utilidades por aplicar	11,350.4	11,625.5
Otros componentes de la pérdida integral acumulada	(2,951.9)	(2,582.4)
Utilidad neta del periodo	1,871.2	4,351.1
	17,627.6	20,534.5
Acciones recompradas	(6,439.6)	(6,344.8)
Suma el interés mayoritario	24,943.8	27,945.5
Interés minoritario	56.4	(121.5)
Suma el capital contable	25,000.2	27,824.0
Suman el pasivo y el capital contable	\$ 66,027.2	\$ 74,472.4

(1) Los resultados al 31 de diciembre de 2004 fueron tomados de nuestros estados financieros consolidados auditados al 31 de diciembre de 2004 y reexpresados al 30 de junio de 2005 en pesos constantes.

GRUPO TELEVISIA, S. A.
ESTADOS DE RESULTADOS CONSOLIDADOS CONDENSADOS POR LOS TRES Y SEIS MESES
TERMINADOS EL 30 DE JUNIO DE 2005 Y 2004
(En millones de pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2005)

	Tres meses terminados el 30 de junio de		Seis meses terminados el 30 de junio de	
	2005	2004	2005	2004
	(No auditado)	(No auditado)	(No auditado)	(No auditado)
Ventas netas	\$ 7,856.4	\$ 7,779.6	\$ 14,226.5	\$ 13,240.2
Costo de ventas	3,540.5	3,866.5	6,726.9	6,980.7
Utilidad bruta	4,315.9	3,913.1	7,499.6	6,259.5
Gastos de operación:				
Gastos de venta	634.2	590.9	1,208.7	998.1
Gastos de administración	434.5	444.3	856.8	816.7
	1,068.7	1,035.2	2,065.5	1,814.8
Utilidad de operación antes de depreciación y amortización	3,247.2	2,877.9	5,434.1	4,444.7
Depreciación y amortización	548.5	560.4	1,090.6	915.9
Utilidad de operación	2,698.7	2,317.5	4,343.5	3,528.8
Costo integral de financiamiento:				
Intereses pagados	542.6	431.6	1,090.0	802.0
Intereses ganados	(263.6)	(175.7)	(556.0)	(334.0)
Pérdida (utilidad) en tipo de cambio-neto	370.1	(74.6)	399.9	(66.9)
Pérdida (utilidad) por posición monetaria-neto	23.8	(26.2)	41.8	139.5
	672.9	155.1	975.7	540.6
Partidas especiales	16.3	14.8	184.8	120.3
Otros gastos-neto	233.5	244.9	264.9	372.2
Utilidad antes de impuestos	1,776.0	1,902.7	2,918.1	2,495.7
Impuesto sobre la renta e impuesto al activo	447.9	480.6	758.1	646.6
Participación de los trabajadores en la utilidad	2.4	2.1	3.3	2.9
	450.3	482.7	761.4	649.5
Utilidad antes de participación en las utilidades de afiliadas, efecto acumulado por cambio contable e interés minoritario	1,325.7	1,420.0	2,156.7	1,846.2
Participación en las utilidades de afiliadas-neto	137.0	108.0	155.4	154.4
Efecto acumulado por cambio contable	-	(1,034.9)	(177.9)	(1,034.9)
Interés minoritario	(185.6)	(11.5)	(263.0)	8.6
Utilidad neta	\$ 1,277.1	\$ 481.6	\$ 1,871.2	\$ 974.3

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS POR EL 2º, 3º Y 4º TRIMESTRE DE 2004 Y 1º Y 2º TRIMESTRE DE 2005 ⁽¹⁾:

6:00 A 24:00 HORAS, LUNES A DOMINGO

	<i>abr</i>	<i>may</i>	<i>jun</i>	<i>jul</i>	<i>ago</i>	<i>sep</i>	<i>oct</i>	<i>nov</i>	<i>dic</i>	<i>2004</i>	<i>ene</i>	<i>feb</i>	<i>mar</i>	<i>abr</i>	<i>may</i>	<i>jun</i>	<i>2T 05</i>
Canal 2																	
Rating	11.4	11.3	11.5	11.0	10.7	11.0	10.7	10.6	10.0	11.1	11.3	11.6	11.3	11.3	10.8	10.6	10.9
Participación (%)	30.2	30.1	30.8	30.2	28.3	30.4	30.3	29.7	29.6	29.9	30.5	30.8	30.0	30.0	28.7	28.3	29.0
Total Televisa⁽²⁾																	
Rating	27.3	26.9	26.7	26.2	27.2	25.8	25.0	25.0	23.9	26.5	26.0	27.1	26.8	26.3	26.3	25.6	26.1
Participación (%)	72.1	71.9	71.5	71.7	72.0	71.3	70.7	70.3	70.7	71.3	70.5	71.7	71.3	69.8	69.8	68.2	69.3

HORARIO ESTELAR – 16:00 A 23:00 HORAS, LUNES A DOMINGO ⁽³⁾

	<i>abr</i>	<i>may</i>	<i>jun</i>	<i>jul</i>	<i>ago</i>	<i>sep</i>	<i>oct</i>	<i>nov</i>	<i>dic</i>	<i>2004</i>	<i>ene</i>	<i>feb</i>	<i>mar</i>	<i>abr</i>	<i>may</i>	<i>jun</i>	<i>2T 05</i>
Canal 2																	
Rating	16.9	16.4	16.2	17.1	16.8	16.5	16.1	15.5	14.7	16.5	16.8	17.5	17.1	16.8	16.0	16.1	16.3
Participación (%)	31.5	30.9	30.7	32.6	31.8	31.4	31.5	29.8	29.9	31.0	31.1	31.7	31.7	31.5	29.9	30.3	30.5
Total Televisa⁽²⁾																	
Rating	37.5	36.8	36.5	36.6	37.3	35.9	34.7	35.0	33.5	36.7	37.1	38.3	37.3	36.4	36.2	35.3	36.0
Participación (%)	69.9	69.3	69.4	69.8	70.5	68.4	67.8	67.2	68.3	68.9	68.7	69.5	69.2	68.1	67.6	66.4	67.3

HORARIO ESTELAR – 19:00 A 23:00 HORAS, LUNES A VIERNES ⁽³⁾

	<i>abr</i>	<i>may</i>	<i>jun</i>	<i>jul</i>	<i>ago</i>	<i>sep</i>	<i>oct</i>	<i>nov</i>	<i>dic</i>	<i>2004</i>	<i>ene</i>	<i>feb</i>	<i>mar</i>	<i>abr</i>	<i>may</i>	<i>jun</i>	<i>2T 05</i>
Canal 2																	
Rating	20.8	18.0	17.9	20.1	20.7	20.8	21.1	18.8	18.4	20.1	22.0	23.7	22.5	22.6	20.3	22.1	21.7
Participación (%)	33.8	30.2	30.4	33.9	34.6	35.0	35.4	31.6	32.7	32.9	34.9	36.8	36.4	37.3	33.8	36.7	35.9
Total Televisa⁽²⁾																	
Rating	44.0	41.8	41.2	41.7	42.5	41.0	40.6	40.0	38.4	42.4	43.9	45.7	44.0	43.0	42.3	41.6	42.3
Participación (%)	71.6	70.0	70.1	70.6	71.1	69.0	68.2	67.1	68.1	69.6	69.6	70.8	71.2	70.8	70.4	69.2	70.1

NOTAS:

- 1) La información referente a ratings y participación de audiencia a nivel nacional en zonas urbanas está certificada por IBOPE y está basada en los estudios a nivel nacional de IBOPE, los cuales son calculados tomando en cuenta los siete días de la semana en la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y otras 25 ciudades cuya población es mayor a los 400,000 habitantes. El "Rating" en un horario determinado se refiere al número de televisores encendidos y sintonizados en alguno de los programas de la Compañía como porcentaje del total de hogares en el país. La "participación de audiencia" significa el número de televisores encendidos y sintonizados en alguno de los programas de la Compañía como porcentaje del número de hogares que están viendo televisión abierta durante un horario determinado, sin importar el número de televidentes.
- 2) "Total Televisa" incluye las cuatro cadenas de la Compañía, así como todas las estaciones afiliadas (incluyendo las televisoras afiliadas al Canal 4, las que en su mayoría transmiten diariamente parte de los programas del horario estelar del Canal 4). La programación del Canal 4 en estaciones afiliadas se transmite generalmente en 12 de las 28 ciudades que son cubiertas por IBOPE en sus estudios a nivel nacional. Asimismo, la programación del Canal 9 en estaciones afiliadas se transmite en todas las ciudades que son cubiertas por IBOPE en sus estudios a nivel nacional.
- 3) El "Horario Estelar de Televisa" es aquél durante el cual la Compañía generalmente aplica las tarifas publicitarias más altas para sus cadenas.