

Resultados del Segundo Trimestre 2006 PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

Resultados Relevantes

- **Récord histórico en cualquier trimestre de ventas, utilidad de operación antes de depreciación y amortización y margen, a nivel consolidado.**
- **La utilidad de operación antes de depreciación y amortización y margen del segmento de televisión abierta registraron un récord histórico en cualquier trimestre**
- **Las ventas de Sky México aumentaron 22.1% y el margen de la utilidad de operación antes de depreciación y amortización aumentó a 46.4%**
- **La utilidad neta aumentó 75.1%**

Resultados Consolidados

México, D.F. a 17 de julio de 2006 – El día de hoy Grupo Televisa, S.A. (BMV: TLEVISA CPO; NYSE: TV; “Televisa” o “la compañía”) dio a conocer los resultados del segundo trimestre 2006. Los resultados se presentan de acuerdo con las Normas de Información Financiera vigentes en México y han sido ajustados en millones de pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2006.

La siguiente tabla muestra el estado de resultados condensado en millones de pesos, el porcentaje que cada rubro representa de las ventas netas, y el cambio porcentual del segundo trimestre 2006 con respecto al segundo trimestre 2005:

	2T 2006	Margen %	2T 2005	Margen %	Cambio %
Ventas netas consolidadas	9,799.1	100.0	8,106.5	100.0	20.9
Utilidad de operación antes de depreciación y amortización consolidada	4,449.3	45.4	3,350.6	41.3	32.8
Utilidad de operación consolidada	3,792.8	38.7	2,784.6	34.4	36.2
Utilidad neta	2,307.4	23.5	1,317.7	16.3	75.1

Las ventas netas consolidadas aumentaron 20.9% a \$9,799.1 millones en el segundo trimestre 2006 en comparación con \$8,106.5 millones en el segundo trimestre 2005. Este incremento se atribuye a mayores ventas en los segmentos de televisión abierta, Sky México, televisión por cable, editoriales, señales de televisión restringida, radio, otros negocios, exportación de programación y distribución de publicaciones.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización consolidada aumentó 32.8% a \$4,449.3 millones en el segundo trimestre 2006 en comparación con \$3,350.6 millones en el segundo trimestre 2005. El margen de la utilidad de operación antes de depreciación y amortización consolidada aumentó a 45.4%, registrando un récord histórico, en comparación con un margen de 41.3% reportado el año anterior. Este incremento se atribuye a mayores ventas, que fueron parcialmente afectadas por un incremento en el costo de ventas y en los gastos de operación. Asimismo, la utilidad de operación consolidada aumentó 36.2% a \$3,792.8 millones en el segundo trimestre 2006 en comparación con \$2,784.6 millones en el segundo trimestre 2005.

La utilidad neta aumentó 75.1% a \$2,307.4 millones en el segundo trimestre 2006 en comparación con \$1,317.7 millones en el segundo trimestre 2005. Este incremento neto de \$989.7 millones refleja i) un aumento de \$1,098.7 millones en la utilidad de operación antes de depreciación y amortización, ii) una disminución de \$889.4 millones en costo integral de financiamiento, iii) una disminución de \$172.6 millones en otros gastos, neto, y iv) una disminución de \$214 millones en interés minoritario. Estos efectos favorables fueron parcialmente afectados por i) un incremento de \$90.5 millones en depreciación y amortización, ii) un incremento de \$451.2 millones en partidas especiales, iii) un aumento de \$469.2 millones en el impuesto sobre la renta, y iv) un aumento de \$374.1 millones en la participación en las pérdidas de afiliadas.

Resultados del segundo trimestre por segmentos de negocio

La siguiente información presenta los resultados del segundo trimestre terminado el 30 de junio de 2006 y 2005 por segmentos de negocio. Las cifras se presentan en millones de pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2006.

Ventas netas	2T 2006	%	2T 2005	%	Inc. %
Televisión abierta	5,615.4	55.8	4,618.1	55.2	21.6
Señales de televisión restringida	328.3	3.3	260.7	3.1	25.9
Exportación de programación	513.8	5.1	508.6	6.1	1.0
Editoriales	740.2	7.3	653.9	7.8	13.2
Distribución de publicaciones	105.7	1.0	101.9	1.2	3.7
Sky México	1,816.8	18.1	1,488.4	17.8	22.1
Televisión por cable	481.3	4.8	341.2	4.1	41.1
Radio	129.1	1.3	89.7	1.1	43.9
Otros negocios	329.0	3.3	305.7	3.6	7.6
Ventas netas por segmentos	10,059.6	100.0	8,368.2	100.0	20.2
Operaciones intersegmentos ¹	(260.5)		(261.7)		
Ventas netas consolidadas	9,799.1		8,106.5		

Utilidad (pérdida) de operación antes de depreciación y amortización	2T 2006	Margen %	2T 2005	Margen %	Cambio %
Televisión abierta	3,017.0	53.7	2,278.8	49.3	32.4
Señales de televisión restringida	162.7	49.6	105.4	40.4	54.4
Exportación de programación	212.1	41.3	200.8	39.5	5.6
Editoriales	148.0	20.0	140.3	21.5	5.5
Distribución de publicaciones	7.1	6.7	3.7	3.6	91.9
Sky México	843.1	46.4	606.0	40.7	39.1
Televisión por cable	208.3	43.3	107.5	31.5	93.8
Radio	30.9	23.9	15.4	17.2	100.6
Otros negocios	(87.1)	(26.5)	(57.8)	(18.9)	(50.7)
Gastos corporativos	(92.8)	(0.9)	(49.5)	(0.6)	(87.5)
Utilidad de operación antes de depreciación y amortización por segmentos	4,449.3	44.2	3,350.6	40.0	32.8
Operaciones intersegmentos ¹	-	-	-	-	-
Utilidad de operación antes de depreciación y amortización consolidada	4,449.3	45.4	3,350.6	41.3	32.8

Utilidad (pérdida) de operación	2T 2006	Margen %	2T 2005	Margen %	Cambio %
Televisión abierta	2,761.7	49.2	2,024.4	43.8	36.4
Señales de televisión restringida	157.6	48.0	99.1	38.0	59.0
Exportación de programación	210.9	41.0	199.6	39.2	5.7
Editoriales	140.4	19.0	135.9	20.8	3.3
Distribución de publicaciones	1.1	1.0	(1.3)	(1.3)	184.6
Sky México	567.4	31.2	397.3	26.7	42.8
Televisión por cable	118.8	24.7	34.0	10.0	249.4
Radio	25.8	20.0	10.6	11.8	143.4
Otros negocios	(98.1)	(29.8)	(65.5)	(21.4)	(49.8)
Gastos corporativos	(92.8)	(0.9)	(49.5)	(0.6)	(87.5)
Utilidad de operación por segmentos	3,792.8	37.7	2,784.6	33.3	36.2
Operaciones intersegmentos ¹	-	-	-	-	-
Utilidad de operación consolidada	3,792.8	38.7	2,784.6	34.4	36.2

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

Televisión abierta

Las ventas del segundo trimestre aumentaron 21.6% a \$5,615.4 millones en comparación con \$4,618.1 millones en el segundo trimestre 2005. Este incremento se atribuye a mayor tiempo publicitario comercializado, debido principalmente por i) la transmisión de ciertos partidos del Mundial de fútbol durante el mes de junio; ii) las campañas políticas relacionadas con las elecciones presidenciales en México; iii) los altos ratings en nuestras telenovelas y *reality shows*; iv) un incremento de 17.8% en las ventas locales.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización del segundo trimestre aumentó 32.4% a \$3,017 millones y el margen aumentó a 53.7%, registrando un récord histórico. Estos resultados reflejan mayores ventas que fueron parcialmente afectadas por un incremento en el costo de ventas y gastos de operación, debido a la transmisión y producción del Mundial de fútbol, y mayores costos en nuestros noticieros debido a la cobertura de las campañas electorales.

Señales de televisión restringida

Las ventas del segundo trimestre aumentaron 25.9% a \$328.3 millones en comparación con \$260.7 millones en el segundo trimestre 2005. El incremento se atribuye a i) mayores ingresos por la venta de canales en México y en el paquete básico de programación de DirecTV Latinoamérica; ii) mayores ventas en TuTV, nuestra asociación de televisión de paga con Univision; y iii) mayores ventas de publicidad.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización del segundo trimestre aumentó 54.4% a \$162.7 millones y el margen aumentó a 49.6% debido a mayores ventas las cuales fueron parcialmente afectadas por un incremento en el costo de ventas y gastos de operación.

Exportación de programación

Las ventas del segundo trimestre aumentaron 1% a \$513.8 millones en comparación con \$508.6 millones en el segundo trimestre 2005. El incremento marginal refleja un incremento de US\$1.9 millones de dólares en las regalías pagadas a la compañía por Univision bajo el Contrato de Programación bajo Licencia en Puerto Rico, las cuales fueron parcialmente compensadas por menores ventas de programación en Asia y África. Las regalías de Univision bajo el Contrato de Programación bajo Licencia en Estados Unidos, se mantuvieron estables respecto al mismo trimestre del año anterior, las cuales ascendieron a US\$28.6 millones de dólares en el trimestre.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización del segundo trimestre aumentó 5.6% a \$212.1 millones y el margen llegó a 41.3%, debido a un incremento marginal en las ventas y un decrecimiento en el costo de ventas y gastos de operación.

Editoriales

Las ventas del segundo trimestre aumentaron 13.2% a \$740.2 millones en comparación con \$653.9 millones en el segundo trimestre 2005. El incremento refleja i) ventas de \$32.7 millones en Editora Cinco, la cual empezamos a consolidar financieramente a partir del primer trimestre de 2006; ii) un incremento en las páginas de publicidad vendidas en México y el extranjero; iii) mayor circulación de revistas en el extranjero; y iv) por el efecto positivo en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera por \$23.5 millones. Estos incrementos fueron parcialmente afectados por menor circulación de revistas en México.

Distribución de publicaciones

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización del segundo trimestre aumentó 5.5% a \$148 millones y el margen llegó a 20%, el cual refleja mayores ventas, y fueron parcialmente afectadas por un incremento en el costo de ventas y gastos de operación, los cuales reflejan la consolidación de Editora Cinco y mayores costos de papel e impresión.

Las ventas del segundo trimestre aumentaron 3.7% a \$105.7 millones en comparación con \$101.9 millones en el segundo trimestre 2005. Este incremento refleja i) mayor distribución de revistas propias en el extranjero; y ii) el efecto positivo en conversión de las ventas denominadas en moneda extranjera por \$6 millones. Estos incrementos fueron parcialmente afectados por una menor distribución de revistas editadas por terceros en México.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización del segundo trimestre aumentó 91.9% a \$7.1 millones y el margen llegó a 6.7%, debido a mayores ventas y menores gastos de operación, los cuales fueron parcialmente afectados por un incremento en el costo de ventas.

Sky México

Las ventas del segundo trimestre aumentaron 22.1% a \$1,816.8 millones en comparación con \$1,488.4 millones en el segundo trimestre 2005. Este incremento se atribuye a un aumento de 17.4% en la base de subscriptores, que al 30 de junio de 2006, aumentó a 1,389,800 subscriptores activos (incluyendo 76,800 subscriptores comerciales) en comparación con 1,183,800 subscriptores activos (incluyendo 65,000 subscriptores comerciales) al 30 de junio de 2005.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización del segundo trimestre aumentó 39.1% a \$843.1 millones y el margen llegó a 46.4%, el cual 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 del segundo trimestre aumentaron 41.1% a \$481.3 millones en comparación con \$341.2 millones en el segundo trimestre 2005. Este incremento se atribuye a i) un incremento de 17.6% en la base de subscriptores, que al 30 de junio de 2006, aumentó a 458,312 subscriptores (incluyendo 367,435 subscriptores digitales) en comparación con 389,657 subscriptores (incluyendo 190,416 subscriptores digitales) reportados el mismo periodo del año anterior; ii) un incremento de 73.8% en los subscriptores de internet que aumentaron a 75,863 en el segundo trimestre 2006 en comparación con 43,646 reportados el año anterior; y iii) un aumento en las ventas de publicidad.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización del segundo trimestre aumentó 93.8% a \$208.3 millones y el margen llegó a 43.3%, el cual refleja mayores ventas, las cuales fueron parcialmente afectadas por un incremento en el costo de ventas y gastos de operación.

Radio

Las ventas del segundo trimestre aumentaron 43.9% a \$129.1 millones en comparación con \$89.7 millones en el segundo trimestre 2005. Este incremento se atribuye a i) mayor tiempo publicitario comercializado principalmente por la transmisión del Mundial de fútbol; ii) las campañas políticas relacionadas con las elecciones presidenciales en México; y iii) mayores ventas generadas por el acuerdo de afiliación con Radiorama.

La utilidad de operación antes de depreciación y amortización del segundo trimestre aumentó 100.6% a \$30.9 millones y el margen llegó a

23.9%, el cual refleja mayores ventas, las cuales fueron parcialmente afectadas por un incremento en el costo de ventas y gastos de operación.

Otros negocios

Las ventas del segundo trimestre aumentaron 7.6% a \$329 millones en comparación con \$305.7 millones en el segundo trimestre 2005. El incremento se debe a mayores ventas en la producción de eventos deportivos, y fue parcialmente afectado por menores ventas en el negocio de distribución de películas de largometraje y en la prestación del servicio de SMS.

La pérdida de operación antes de depreciación y amortización del segundo trimestre aumentó a \$87.1 millones en el segundo trimestre de 2006 en comparación con una pérdida de \$57.8 millones debido a un incremento en el costo de ventas y gastos de operación, principalmente relacionado con el negocio de apuestas, los cuales fueron parcialmente compensados por un incremento en las ventas.

Gastos corporativos

En 2005, adoptamos la Norma Internacional de Información Financiera 2, (IFRS 2) "Pago con base en acciones", emitida por el Consejo Internacional de Normas de Contabilidad. La IFRS 2 requiere reconocer en el capital contable el gasto por compensación con acciones determinado en la fecha de asignación de los beneficios a ejecutivos y empleados. En el segundo trimestre 2006, fue reconocido un cargo en gastos corporativos por este concepto, que ascendió a \$45.7 millones.

Resultados No-Operativos

Resultado integral de financiamiento

La siguiente tabla presenta los componentes del resultado integral de financiamiento por el segundo trimestre terminado el 30 de junio de 2006 y 2005. Las cifras se presentan en millones de pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2006:

	2T 2006	2T 2005	Incremento (decremento)
Intereses pagados	487.4	559.9	(72.5)
Intereses ganados	(293.2)	(272.0)	(21.2)
(Utilidad) pérdida en tipo de cambio, neto	(404.4)	381.8	(786.2)
Pérdida por posición monetaria, neto	15.1	24.6	(9.5)
(Utilidad) costo integral de financiamiento	(195.1)	694.3	(889.4)

El costo integral de financiamiento disminuyó \$889.4 millones a una utilidad integral de financiamiento de \$195.1 millones en el segundo trimestre 2006 en comparación con un costo integral de financiamiento de \$694.3 millones en el segundo trimestre 2005. Esta disminución refleja i) un incremento de \$786.2 millones en la utilidad en tipo de cambio debido a la diferencia generada entre el tipo de cambio spot y el tipo de cambio de los *swaps* de cupones contratados por Televisa para intercambiar a pesos a tasa fija hasta cinco años de los cupones denominados en dólares de una parte de la deuda vigente de Televisa, así como por una mayor posición activa en moneda extranjera, neta de la deuda parcialmente cubierta por la inversión en Univision, en conjunto con una depreciación del peso frente al dólar de 4.05% en el segundo trimestre 2006 en comparación con una apreciación del peso frente al dólar de 3.74% en el segundo trimestre del año anterior; ii) un decremento de \$72.5 millones intereses pagados debido principalmente a una reducción en el monto de deuda total consolidada y a una reducción de las tasas de interés en el segundo trimestre en comparación con el segundo trimestre de 2005; iii) un incremento de \$21.2 millones en intereses ganados debido a un mayor monto promedio de inversiones temporales en el segundo trimestre de 2006 en comparación con el año anterior; y iv) un decremento de \$9.5

millones en la pérdida por posición monetaria como resultado de una menor inflación en el segundo trimestre 2006 en comparación con el segundo trimestre 2005.

Partidas especiales

Las partidas especiales aumentaron \$451.2 millones a \$468.1 millones en el segundo trimestre 2006 en comparación con \$16.9 millones en el segundo trimestre 2005. Este incremento refleja principalmente ciertos cargos no recurrentes en relación con la oferta en abril 2006 de Sky México de la mayoría de sus Notas Senior (*Senior Notes*) con vencimiento en 2013.

Otros gastos, neto

Otros gastos, neto, disminuyeron \$172.6 millones, ó 71.6%, a \$68.4 millones en el segundo trimestre 2006 en comparación con \$241 millones en el segundo trimestre 2005. Este decremento refleja principalmente una pérdida por disposición de activos no circulantes en el segundo trimestre de 2005, la cual fue parcialmente compensada por un incremento en gastos de asesoría financiera y servicios profesionales.

Impuesto sobre la renta

El impuesto sobre la renta aumentó \$469.2 millones a \$933.9 millones en el segundo trimestre 2006 en comparación con \$464.7 millones en el segundo trimestre 2005. Este incremento refleja principalmente una mayor base gravable en el segundo trimestre 2006.

Participación en los resultados de afiliadas

La participación en las pérdidas de afiliadas aumentó \$374.1 millones a \$232.8 millones en el segundo trimestre 2006 en comparación con una participación en las utilidades de afiliadas por \$141.3 millones en el segundo trimestre 2005. Este incremento refleja principalmente la participación en las pérdidas de La Sexta, el canal de televisión abierta en España, en el cual tenemos una participación accionaria del 40%.

Interés minoritario

El interés minoritario disminuyó \$214 millones a un beneficio de \$22.7 millones en el segundo trimestre 2006 en comparación con un cargo de \$191.3 millones en el segundo trimestre 2005. Este incremento refleja principalmente la porción de pérdida neta atribuible a la parte social minoritaria en el segmento de Sky México.

Otra Información Relacionada

Inversiones de capital e inversiones

En el segundo trimestre 2006, las inversiones de capital totalizaron US\$61.2 millones de dólares, incluyendo US\$18.2 millones de dólares corresponden al segmento de televisión por cable, US\$29.4 millones de dólares a Sky México, US\$5.7 millones de dólares al negocio de apuestas y US\$7.9 millones de dólares al negocio de televisión abierta y otros negocios.

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 2006 y 2005:

	2T 2006	2T 2005	Incremento (decremento)
Porción circulante de deuda a largo plazo	1,076.4	2,410.2	(1,333.8)
Deuda a largo plazo (excluyendo porción circulante)	18,332.7	20,059.6	(1,726.9)
	19,409.1	22,469.8	(3,060.7)
Porción circulante de arrendamiento financiero	85.5	74.5	11.0
Arrendamiento financiero a largo plazo (excluyendo porción circulante)	1,223.3	1,278.6	(55.3)
	1,308.8	1,353.1	(44.3)

Al 30 de junio de 2006 y 2005, la deuda neta consolidada fue de \$567.6 millones y \$7,312.2 millones, respectivamente.

Pago de dividendo

El 31 de mayo de 2006, la Compañía pagó un dividendo en efectivo por \$0.35 por CPO, equivalente a aproximadamente \$1,087 millones en términos nominales.

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 2006, 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 alcanzó 69.1%; en el horario estelar, comprendido de lunes a domingo de 16:00 a 23:00 horas, la participación de audiencia alcanzó 68.4%; y de 6:00 a 24:00 horas, de lunes a domingo, la participación de audiencia alcanzó 70.1%.

Perspectivas para 2006

La compañía sigue esperando que en el negocio de televisión abierta, las ventas aumenten en términos porcentuales un dígito alto en el año. Sin embargo, estamos incrementando nuestras expectativas en cuanto al margen de la utilidad de operación antes de depreciación y amortización para el año 2006. Ahora esperamos que el margen de televisión abierta exceda 50% y que a nivel consolidado alcance 42%.

Sobre la empresa

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

Aviso legal

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.)

###

Contactos:

Relación con Inversionistas:

Michel Boyance / Alejandro Eguiluz
Tel: (5255) 5261-2445
Fax: (5255) 5261-2494
ir@televisa.com.mx

Relación con Prensa:

Manuel Compean
Tel: (5255) 5728 3815
Fax: (5255) 5728 3632
mcompean@televisa.com.mx

GRUPO TELEVISA, S. A.
BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS CONDENSADOS AL 30 DE JUNIO DE 2006
Y 31 DE DICIEMBRE DE 2005
(En millones de pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2006)

	Junio 30, 2006 (No auditado)	Diciembre 31, 2005 (Auditado ¹)
ACTIVO		
Circulante:		
Disponible:		
Efectivo	\$ 805.8	\$ 548.1
Inversiones Temporales	<u>18,035.7</u>	<u>14,326.2</u>
	18,841.5	14,874.3
Documentos y cuentas por cobrar a clientes, neto	7,335.3	13,986.9
Otras cuentas y documentos por cobrar, neto	376.0	574.3
Cuentas corrientes con compañías afiliadas, neto	2.0	-
Derechos de transmisión y programación	3,076.7	3,140.8
Inventarios	719.6	642.4
Otros activos	<u>1,007.0</u>	<u>581.8</u>
Suma el activo circulante	31,358.1	33,800.5
Derechos de transmisión y programación a largo plazo	4,362.1	3,946.5
Inversiones	8,812.1	7,637.0
Inmuebles, planta y equipo, neto	20,168.5	19,857.1
Activos intangibles y cargos diferidos, neto	11,299.7	10,078.5
Otros activos	<u>22.1</u>	<u>19.9</u>
Suma el activo	<u>\$ 76,022.6</u>	<u>\$ 75,339.5</u>

¹ Las cantidades al 31 de diciembre de 2005 fueron tomadas de nuestros estados financieros consolidados auditados al 31 de diciembre de 2005 y reexpresadas en pesos constantes al 30 de junio de 2006.

GRUPO TELEVISA, S. A.
BALANCES GENERALES CONSOLIDADOS CONDENSADOS AL 30 DE JUNIO DE 2006
Y 31 DE DICIEMBRE DE 2005
(En millones de pesos con poder adquisitivo al 30 junio de 2006)

PASIVO	Junio 30, 2006 (No auditado)	Diciembre 31, 2005 (Auditado ¹)
A corto plazo:		
Porción circulante de deuda a largo plazo	\$ 1,076.4	\$ 342.7
Porción circulante de obligación por renta de transpondedores satelitales	85.5	76.1
Proveedores	3,568.3	2,974.0
Depósitos y anticipos de clientes	11,186.3	15,639.5
Impuestos por pagar	529.4	1,062.7
Intereses por pagar	270.3	336.8
Otros pasivos acumulados	2,163.6	1,591.2
Cuentas corrientes con compañías afiliadas, neto	-	458.9
Suma el pasivo a corto plazo	<u>18,879.8</u>	<u>22,481.9</u>
Deuda a largo plazo ²	18,332.7	18,255.4
Obligación por renta de transpondedores satelitales ²	1,223.3	1,194.7
Depósitos y anticipos de clientes	2,550.2	2,524.5
Otros pasivos a largo plazo	630.5	464.4
Impuestos diferidos	108.6	166.7
Pasivos laborales ³	208.7	193.4
Suma el pasivo	<u>41,933.8</u>	<u>45,281.0</u>
CAPITAL CONTABLE		
Capital social emitido, sin valor nominal	9,795.2	9,953.9
Prima en emisión de acciones	4,239.9	4,239.9
	<u>14,035.1</u>	<u>14,193.8</u>
Utilidades retenidas:		
Reserva legal	1,990.8	1,810.1
Reserva para recompra de acciones	4,313.5	5,782.0
Utilidades por aplicar	16,324.1	11,911.3
Utilidad neta del periodo	3,598.3	6,165.5
	<u>26,226.7</u>	<u>25,668.9</u>
Otros componentes de la pérdida integral acumulada	(2,160.5)	(3,569.5)
Acciones recompradas	(5,299.4)	(7,091.1)
	<u>18,766.8</u>	<u>15,008.3</u>
Suma el interés mayoritario	32,801.9	29,202.1
Interés minoritario	1,286.9	856.4
Suma el capital contable	34,088.8	30,058.5
Suma el pasivo y el capital contable	<u>\$ 76,022.6</u>	<u>\$ 75,339.5</u>

¹ Las cantidades al 31 de diciembre de 2005 fueron tomadas de nuestros estados financieros consolidados auditados al 31 de diciembre de 2005 y reexpresadas en pesos constantes al 30 de junio de 2006.

² Neto de porción circulante.

³ Incluye pensiones, primas de antigüedad e indemnizaciones.

GRUPO TELEVISÀ, S. A.
ESTADOS DE RESULTADOS CONSOLIDADOS CONDENSADOS
POR LOS TRES Y SEIS MESES TERMINADOS EL 30 DE JUNIO 2006 Y 2005
(En millones de pesos con poder adquisitivo al 30 de junio de 2006)

	Tres meses terminados el 30 de junio de		Seis meses terminados el 30 de junio de	
	2006 (No auditado)	2005 (No auditado)	2006 (No auditado)	2005 (No auditado)
Ventas netas	\$ 9,799.1	\$ 8,106.5	\$ 17,245.5	\$ 14,679.4
Costo de ventas ¹	4,048.8	3,653.2	7,514.4	6,941.0
Gastos de operaciòn ¹ :				
Gastos de venta	781.5	654.4	1,425.0	1,247.2
Gastos de administraciòn	519.5	448.3	1,057.2	884.1
Utilidad de operaciòn antes de depreciaciòn y amortizaciòn	4,449.3	3,350.6	7,248.9	5,607.1
Depreciaciòn y amortizaciòn	656.5	566.0	1,284.3	1,125.3
Utilidad de operaciòn	3,792.8	2,784.6	5,964.6	4,481.8
Resultado integral de financiamiento:				
Intereses pagados	487.4	559.9	957.7	1,124.7
Intereses ganados	(293.2)	(272.0)	(569.6)	(573.7)
(Utilidad) pérdida en tipo de cambio, neto	(404.4)	381.8	(432.9)	412.6
Pérdida por posiciòn monetaria, neto	15.1	24.6	61.9	43.1
Partidas especiales	(195.1)	694.3	17.1	1,006.7
Otros gastos, neto	468.1	16.9	527.2	190.7
Utilidad antes de impuestos	68.4	241.0	95.7	273.4
	3,451.4	1,832.4	5,324.6	3,011.0
Impuesto sobre la renta e impuesto al activo	930.7	462.2	1,440.9	782.3
Participaciòn de los trabajadores en la utilidad	3.2	2.5	5.2	3.4
	933.9	464.7	1,446.1	785.7
Utilidad antes de participaciòn en los resultados de afiliadas, pérdida acumulada por cambio contable e interès minoritario	2,517.5	1,367.7	3,878.5	2,225.3
Participaciòn en las (pérdidas) utilidades de afiliadas, neto	(232.8)	141.3	(185.8)	160.3
Pérdida acumulada por cambio contable	-	-	-	(183.6)
Interès minoritario	22.7	(191.3)	(94.4)	(271.3)
Utilidad neta	\$ 2,307.4	\$ 1,317.7	\$ 3,598.3	\$ 1,930.7

¹ Excluye depreciaciòn y amortizaciòn.

RATINGS Y PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA A NIVEL NACIONAL EN ZONAS URBANAS POR EL 2º, 3º y 4º TRIMESTRE DE 2005 Y EL 1º y 2º TRIMESTRE DE 2006¹:

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

	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	2005	ene	feb	mar	abr	may	jun	2T06
Canal 2																	
Rating	11.3	10.8	10.6	11.0	11.3	11.8	11.9	11.7	10.7	11.3	11.6	12.3	11.9	11.0	11.0	11.5	11.2
Participación (%)	30.0	28.7	28.3	29.3	30.5	32.1	31.8	31.3	30.7	30.3	31.3	32.0	30.9	30.3	29.9	30.7	30.3
Total Televisa²																	
Rating	26.3	26.3	25.6	26.3	26.1	25.8	26.3	26.3	24.7	26.1	26.3	27.4	26.9	25.2	26.1	26.2	25.8
Participación (%)	69.8	69.8	68.2	69.9	70.1	70.2	70.2	70.4	70.8	70.2	70.9	71.2	69.7	69.4	70.8	70.0	70.1

HORARIO ESTELAR—16:00 A 23:00 HORAS, LUNES A DOMINGO³

	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	2005	ene	feb	mar	abr	may	jun	2T06
Canal 2																	
Rating	16.8	16.0	16.1	17.0	17.1	17.6	17.4	17.7	15.9	16.9	17.7	18.6	17.7	16.3	15.8	15.6	15.9
Participación (%)	31.5	29.9	30.3	31.9	32.3	33.4	32.6	32.8	32.0	31.8	33.0	33.9	32.5	31.9	30.7	31.3	31.3
Total Televisa²																	
Rating	36.4	36.2	35.3	36.9	36.5	36.3	36.6	36.8	34.2	36.5	37.0	38.2	37.1	34.6	35.4	34.1	34.7
Participación (%)	68.1	67.6	66.4	69.1	68.7	69.0	68.5	68.5	68.7	68.5	69.0	69.7	68.0	67.9	68.7	68.6	68.4

HORARIO ESTELAR—19:00 A 23:00 HORAS, LUNES A VIERNES³

	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	2005	ene	feb	mar	abr	may	jun	2T06
Canal 2																	
Rating	22.6	20.3	22.1	24.5	21.2	21.1	22.2	22.1	20.6	22.1	22.0	22.4	21.2	22.6	22.5	21.7	22.3
Participación (%)	37.3	33.8	36.7	39.9	35.9	36.0	36.1	35.5	35.3	36.2	35.2	35.0	33.5	38.0	37.2	37.2	37.5
Total Televisa²																	
Rating	43.0	42.3	41.6	43.9	40.7	39.7	41.2	40.5	38.5	42.1	41.4	43.4	41.1	40.5	42.2	40.5	41.1
Participación (%)	70.8	70.4	69.2	71.5	68.8	67.7	67.1	65.1	65.8	69.0	66.3	67.8	65.1	67.9	69.9	69.6	69.1

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 500,000 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 telehogares 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.