



## **US\$71 MILLONES DE EBITDA PARA 2T 1998**

—Incremento de 24% sobre 2T 1997—  
—59% de margen de EBITDA a ingreso neto—

## **US\$134 MILLONES DE EBITDA PARA EL PRIMER SEMESTRE**

—Incremento de 16% sobre el primer semestre 1997—  
—59% de margen de EBITDA para el primer semestre 1998—

### **PARA SU DISTRIBUCION INMEDIATA**

**Ciudad de México, México, Julio 24, 1998**—TV Azteca, S.A. de C.V. (NYSE: TZA; BMV: TVAZTCA)—una de las dos compañías de televisión abierta en México, anunció para el segundo trimestre ingreso neto y EBITDA de US\$120 millones y US\$71 millones, respectivamente, un crecimiento de 14% y 24%, respectivamente, comparado con el mismo trimestre del año anterior.

“Nuestro énfasis se centra en el crecimiento del flujo de efectivo y los resultados de este trimestre son prueba adicional de que nuestra estrategia está funcionando,” comentó Ricardo Salinas, Director General de TV Azteca. “Nuestra participación de audiencia no es tan alta como quisiéramos, no obstante, nuestros resultados financieros reflejan nuestra disciplina, administración cuidadosa y dedicación en la creación de valor para nuestros accionistas.”

### **Resultados del segundo trimestre**

Durante el segundo trimestre de 1998 el ingreso neto creció 14% y el EBITDA creció 24% en comparación con el segundo trimestre de 1997. La utilidad neta disminuyó 41%, debido principalmente a la pérdida cambiaria de Ps.225 millones (US\$ 25 millones) en el segundo trimestre de 1998, comparado con una pérdida cambiaria de Ps.48 millones (US\$5 millones) en el segundo trimestre de 1997.

#### *Pérdida cambiaria*

Durante el segundo trimestre de 1998, el peso se depreció 5.5% de Ps.8.52 por U.S. dólar a Ps.8.99 por U.S. dólar, comparado con una devaluación durante el segundo trimestre de 1997 de 0.5%, de Ps.7.91 por U.S. dólar a Ps.7.95 por U.S. dólar. Bajo los principios contables mexicanos, la Compañía registra una pérdida cambiaria en relación a

sus pasivos denominados en U.S. dólares (US\$577 millones al 30 de Junio de 1998) cuando el peso se deprecia en relación al U.S. dólar.

No obstante, esta pérdida contable no afecta el flujo de efectivo después de impuestos de TV Azteca. A pesar de que toda la deuda de TV Azteca esta denominada en dólares, 83% de esos pasivos denominados en dólares no vencen en muchos años, con US\$125 millones con vencimiento en 2004 y US\$300 millones con vencimiento en 2007. Antes de este vencimiento distante, el principal impacto en el flujo de efectivo de una devaluación del peso es un incremento en términos de pesos por los intereses pagados por TV Azteca. La deuda a largo plazo denominada en dólares de TV Azteca y las tasas de interés fijas permiten a TV Azteca reducir el efecto de la devaluación de la moneda en su flujo de efectivo y financiar sus operaciones a un costo real mucho menor que si la Compañía tuviera deuda denominada en pesos.

Millones de pesos<sup>1</sup> y dólares<sup>2</sup> excepto porcentajes y montos por CPO

	<u>2T 1997</u>	<u>2T 1998</u>	<u>Incremento</u>
Ingresos Netos			
Pesos	Ps.947	<b>Ps.1,081</b>	
US\$	US\$105	<b>US\$120</b>	<b>+14%</b>
EBITDA			
Pesos	Ps.517	<b>Ps.639</b>	
US\$	US\$58	<b>US\$71</b>	<b>+24%</b>
Utilidad Neta			
Pesos	Ps.349	<b>Ps.208</b>	
US\$	US\$39	<b>US\$23</b>	<b>-41%</b>
Utilidad por CPO <sup>3</sup>			
Pesos	Ps.0.14	<b>Ps.0.08</b>	
US\$	US\$0.02	<b>US\$0.01</b>	<b>-41%</b>

<sup>1</sup> Pesos constantes de poder adquisitivo del 30 de junio de 1998.

<sup>2</sup> Conversión a dólares según tipo de cambio de 8.99 pesos por dólar al 30 de junio de 1998.

<sup>3</sup> Los cálculos asumen un total de 2,512 millones de CPOs en circulación al 30 de junio de 1998.

## **Resultados del semestre**

En los primeros seis meses de 1998, el ingreso neto y el EBITDA se incrementaron 16%, en comparación con el primer semestre de 1997. La utilidad neta disminuyó 69% debido principalmente a una pérdida cambiaria de Ps.477 millones (US\$53 millones) en los primeros seis meses de 1998, comparado con una pérdida cambiaria de Ps.57 millones (US\$6 millones) en los primeros seis meses de 1997. Durante el primer semestre de 1998, el peso se depreció 11.4%, de Ps.8.06 por U.S. dólar a Ps.8.99 por U.S. dólar, comparado con una devaluación durante el primer semestre de 1997 de 1.2%, de Ps.7.86 por U.S. dólar a Ps.7.95 por U.S. dólar.

Millones de pesos<sup>1</sup> y dólares<sup>2</sup> excepto porcentajes y montos por CPO

	<u>6 meses 1997</u>	<u>6 meses 1998</u>	<u>Incremento</u>
Ingresos Netos			
Pesos	Ps.1,763	<b>Ps.2,045</b>	
US\$	US\$196	<b>US\$227</b>	<b>+16%</b>
EBITDA			
Pesos	Ps.1,036	<b>Ps.1,201</b>	
US\$	US\$115	<b>US\$134</b>	<b>+16%</b>
Utilidad Neta			
Pesos	Ps.711	<b>Ps.223</b>	
US\$	US\$79	<b>US\$25</b>	<b>-69%</b>
Utilidad por CPO <sup>3</sup>			
Pesos	Ps.0.28	<b>Ps.0.09</b>	
US\$	US\$0.03	<b>US\$0.01</b>	<b>-69%</b>

<sup>1</sup> Pesos constantes de poder adquisitivo del 30 de junio de 1998.

<sup>2</sup> Conversión a dólares según tipo de cambio de 8.99 pesos por dólar al 30 de junio de 1998.

<sup>3</sup> Los cálculos asumen un total de 2,512 millones de CPOs en circulación al 30 de junio de 1998.

### **Estrategia de aumento de ratings y nueva programación de TV Azteca**

“La audiencia en nuestros dos canales continuó descendiendo al principio del segundo trimestre, pero a lo largo de las últimas 8 semanas hemos empezado a ver lo que esperamos sea un cambio,” comentó el señor Salinas. “He dedicado casi todo mi tiempo en los últimos meses en trabajar con mi equipo para formular e implementar un plan de acción para incrementar nuestra participación de audiencia y ratings en tiempo estelar.”

El señor Salinas atribuye la reducción de audiencia de TV Azteca a varios factores, incluyendo la volatilidad de la audiencia en televisión en un duopolio y la remoción por parte de TV Azteca de los programas sensacionalistas, que contaban con altos ratings pero que tenían dificultad en ventas debido a sus demográficos poco atractivos y su contenido amarillista.

“Hemos hecho muchos cambios diseñados a incrementar ratings,” comentó el señor Salinas. “Tomamos ventaja de la Copa Mundial para lanzar tres nuevos programas. Tenemos once nuevos programas que vamos a estrenar en julio, agosto y septiembre, incluyendo dos nuevas telenovelas. Hicimos también algunos cambios estratégicos en la administración—Martín Luna, quien es un ejecutivo experimentado de Elektra y TV Azteca, estará a cargo de la programación de nuestro canal estelar, Azteca 13. Marcel Vinay, quien es uno de los ejecutivos de televisión con más experiencia en México con más de veinte años de experiencia en Televisa, estará a cargo de la programación de Azteca 7.”

Uno de los programas más recientes de TV Azteca, *Visión Urbana*, es un programa de noticias revelador que cubre las historias que le preocupan a la gente en las mayores ciudades de México. Ha obtenido un rating nacional promisorio de 8 puntos (también 8 en la Ciudad de México) desde su debut el 13 de julio. La novela de TV Azteca con baja audiencia, *Tentaciones*, será reemplazada en agosto por *Azul Tequila*, una nueva novela producida internamente por Humberto Zurita, mente creativa detrás de muchas novelas populares de Televisa en el pasado.

Además de la nueva programación producida por TV Azteca, TV Azteca recientemente extendió su contrato exclusivo para transmitir partidos de *basketball* de la NBA, el evento deportivo regularmente transmitido más popular en México después del fútbol. TV Azteca también renovó su contrato de licencias con la NFL y transmitirá 53 partidos de la conferencia AFC en la temporada 1998-1999, y 54 partidos de la conferencia AFC (incluyendo exclusividad del Super Bowl) durante la temporada 1999-2000.

“Una parte importante de nuestra estrategia de cambio es identificar nuestros errores,” dijo el señor Salinas. “Ganamos más de 35% de la audiencia en tiempo estelar en 1997 posicionando a Azteca 13 como nuestro canal estelar para competir directamente con el Canal 2 de Televisa, con Azteca 7 programado como un canal de calidad dirigido a jóvenes adultos. Pensamos que podíamos alcanzar nuestra meta de 50% de participación de audiencia más rápidamente dividiendo nuestra programación más popular, incluyendo nuestras novelas, entre Azteca 13 y Azteca 7, formando así dos canales estelares. Nuestra decisión fue motivada por los mismos factores que determinan todas nuestras decisiones—incrementar flujo de efectivo y crear mayor valor para los accionistas—no obstante, esta decisión particular no funcionó. Desde entonces hemos regresado a nuestra estrategia de programación probada y, no coincidentalmente, hemos comenzado a ver alguna mejoría en ratings.”

### **Los ratings no lo son todo, dice el Presidente de TV Azteca. Nuestro énfasis es el flujo de efectivo**

“Los ratings son importantes, pero no lo son todo, especialmente cuando uno enfatiza en el crecimiento del flujo de efectivo,” comentó el señor Salinas. “Precios, utilización de inventario, demográficos, eventos especiales, mercadotecnia integrada y costos operativos todos se combinan con los ratings para determinar el EBITDA.” En el mundo financiero se han visto muchos ejemplos de compañías de televisión que son número uno en ratings pero aún así pierden dinero—en TV Azteca tenemos una estrategia muy diferente.”

El señor Salinas indicó que el incremento de precios que TV Azteca determinó a principios de 1998 continúa siendo un factor primordial en el incremento en ventas de la Compañía en comparación con 1997, al igual que la mayor utilización del inventario de publicidad de TV Azteca, especialmente en horarios no estelares.

### *Utilización*

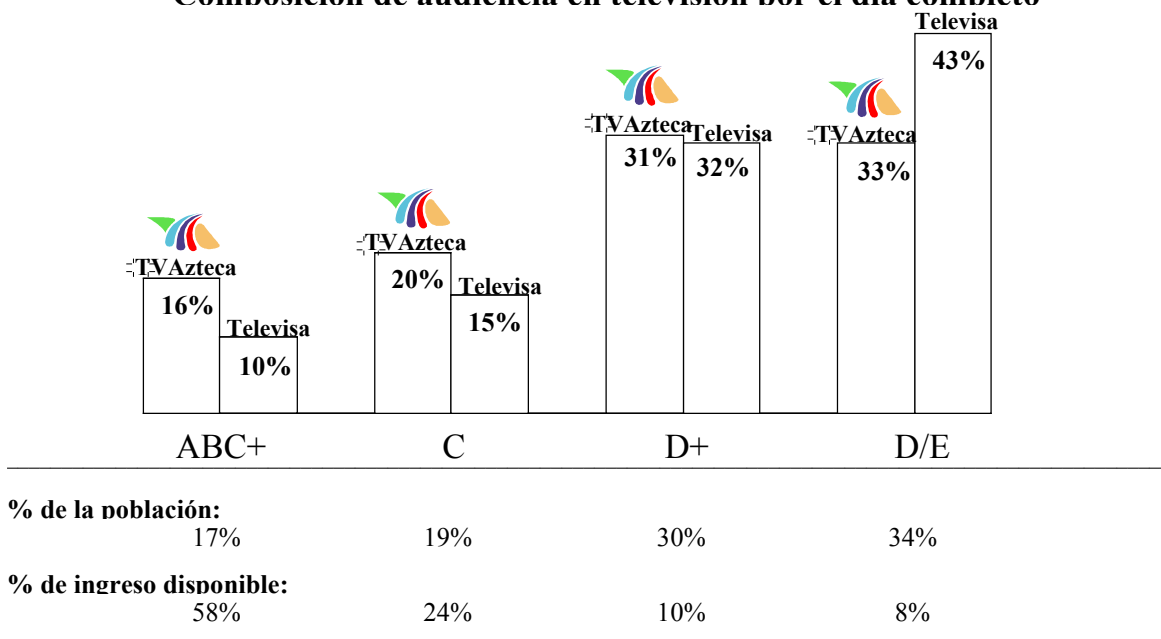
TV Azteca vendió 54% de su inventario de las mañanas y 85% de su inventario en tiempo pre estelar en los primeros seis meses de 1998, comparado con 48% y 77%, respectivamente en los primeros seis meses de 1997. En el segundo trimestre de 1998, la tasa de utilización de la Compañía permaneció constante en aproximadamente 94% del tiempo de publicidad disponible. Incrementos en la utilización del inventario en fin de semana fueron particularmente significativos, con crecimiento en la utilización de las mañanas a 54% a partir de 35%, y crecimiento en la utilización en horario pre estelar hasta

73% a partir de 67%. La utilización de inventario en tiempo estelar en fin de semana se mantuvo en 75%.

### Demográficos

Adrián Steckel, Vicepresidente de Finanzas, atribuyó las mayores tasas de utilización de la Compañía a la mejor calidad de audiencia de TV Azteca a lo largo del día. El porcentaje de la audiencia de TV Azteca representada por los segmentos demográficos más atractivos en México se ha incrementado en los últimos seis meses, indicó el señor Steckel. La composición de audiencia promedio *sign-on to sign-off* de TV Azteca y Televisa para los primeros seis meses de 1998 se muestra a continuación.

### Composición de audiencia en televisión por el día completo



ABC+ - Personas propietarias de casas relativamente grandes con acabados de calidad. Fuerte consumo de bienes duraderos de electricidad. 25% - 50% de los jefes de familia tienen al menos el grado de

C : Personas con casas de menor tamaño y automóviles de mayor antigüedad. 6%-15% de los jefes de familia cuentan con educación superior.

D+ : La mayoría de los hogares no tienen recubrimiento en los pisos. Casi no existen bienes duraderos. Casi ningún jefe de familia tiene educación superior.

DE : Baño en dos de cada tres hogares. No cuentan con electrodomésticos. Muy pocos hogares tienen agua caliente. El jefe de familia no ha asistido a la universidad.

\*/ Hombres y mujeres, 4-44 años de edad; composición de audiencia nacional por niveles de ingreso, lunes a domingo 6:00 - 12:00 a.m.; porcentaje de audiencia de cada compañía por los primeros seis meses de 1998.

Fuente: IBOPE, excepto porcentaje del ingreso disponible, que es estimación de TV Azteca.

“No todos ratings son creados iguales,” comentó Joaquín Arrangoiz, Vicepresidente de Ventas de TV Azteca. “Los demográficos son importantes en México, porque, desafortunadamente, el segmento demográfico más bajo en México [D/E en la gráfica de arriba] tiene poco ingreso disponible. Los anunciantes están dispuestos a pagar más para alcanzar la audiencia de la más alta calidad que TV Azteca provee; también es muy

probable que ellos se anuncien fuera del tiempo estelar si saben que TV Azteca consistentemente les ofrece una audiencia de alta calidad en todas las partes del día.”

Según el señor Arrangoiz, los demográficos de alta calidad también permiten a TV Azteca cobrar a los anunciantes más en algunos programas, tales como *Hechos*, el noticiario nocturno de TV Azteca. El incremento de precios en TV Azteca también ha sido aceptado debido a su consistentemente audiencia de alta calidad.

### *Control de Costos*

Según el señor Steckel, otro elemento clave del énfasis de la Compañía en el flujo de efectivo es el control de costos. El señor Steckel comentó que el crecimiento de 4% de costos operativos durante el segundo trimestre de 1998, comparado con el segundo trimestre de 1997, refleja la administración de costos sistematizada de la Compañía y la estructura operativa ligera. La Compañía redujo los gastos generales, de ventas y de administración en 17% en el segundo trimestre de 1998, comparado con el segundo trimestre de 1997.

Con respecto a los costos de producción, el señor Steckel comentó que la Compañía experimentó una estabilización de las necesidades de producción después de dos años de rápida expansión de la capacidad de expansión. Según el señor Steckel, aproximadamente 90% de la programación de TV Azteca en tiempo estelar fue producida internamente en el segundo trimestre, comparado con aproximadamente 85% en el segundo trimestre de 1997. En 1998, TV Azteca producirá diez novelas (el género de programación más popular en México y el más costoso de producir), comparado con cinco en 1997, pero el señor Steckel señaló que no se espera un crecimiento significativo en el número de novelas producidas por TV Azteca en el futuro.

### **Ratings**

Los ratings nacionales promedio en tiempo estelar de TV Azteca fueron 12.1 en el segundo trimestre de 1998, comparados con 17.4 en el segundo trimestre de 1997; los ratings promedio de la Compañía en tiempo estelar en el Distrito Federal fueron 13.9, comparados con 19.7 en el segundo trimestre de 1997. Los ratings de la Ciudad de México son la medida más significativa de audiencia para los resultados financieros de TV Azteca porque casi todos los contratos de publicidad de la Compañía están bajo la opción de costo por punto de rating, basada en los ratings de la Ciudad de México.

## AUDIENCIA DE TV AZTECA

	2T'98		2T'97		1997	
	Ratings	Share	Ratings	Share	Ratings	Share
<b>Tiempo Estelar (1)</b>						
Ciudad de México	13.9	22.6%	19.7	34.0%	19.7	33.6%
Nacional	12.1	20.5%	17.4	30.4%	17.1	29.5%
<b>Sign-on to Sign-off</b>						
Ciudad de México	7.9	20.2%	9.4	26.0%	9.3	25.6%
Nacional	7.7	19.5%	9.2	24.0%	9.0	23.3%

(1) Lunes a Viernes; 7pm-12am  
Fuente: IBOPE

“Nuestros ratings de la Ciudad de México en tiempo estelar disminuyeron 29% y 27% en tiempo pre estelar, sin embargo, nuestros ratings de la Ciudad de México en mañanas (6:00 a.m. a 4:00 p.m.) crecieron 4%”, comentó Martín Luna, Presidente Ejecutivo de programación y Producción de TV Azteca. “Esto refleja recientes éxitos de programación, incluyendo *Hechos Meridiano*, nuestro programa de medio día, y *En Medio del Espectáculo*, un programa de entretenimiento, así como la popularidad de la Copa Mundial. Esperamos repetir estos éxitos de programación en tiempo estelar con nuestra próxima programación producida internamente.”

“Hemos tenido crecimiento sólido en los últimos seis meses, a pesar de una disminución significativa en nuestra audiencia durante este periodo,” comentó el señor Salinas. “Estoy comprometido a incrementar nuestros ratings y participación de audiencia, y yo creo que nuestra disminución de audiencia es un fenómeno de corto plazo. Cuando suban los ratings de TV Azteca, también subirán nuestras ventas, y nuestro flujo de efectivo crecerá aún más. Esto significa mayor valor para nuestros accionistas, lo cual es nuestro objetivo principal.”

### **Perfil de la Compañía**

TV Azteca fue adquirida al gobierno mexicano en 1993 por US\$643 millones. La Compañía opera dos canales nacionales de televisión (Azteca 13 y Azteca 7), a través de más de 250 estaciones propias y operadas ubicadas en México. En febrero de 1997, TV Azteca emitió US\$425 millones en bonos negociados públicamente. En agosto de 1997, la Compañía realizó una oferta pública de cerca de 21% de su capital, el cual se negocia tanto en la Bolsa de Valores de Nueva York, como en la Bolsa Mexicana de Valores. En 1997, TV Azteca obtuvo cerca de 32% (36% en el primer trimestre de 1998) del gasto de publicidad en televisión en México (US\$1.4 miles de millones en 1997) con su popular programación producida internamente y su fuerza de ventas innovadora.

*Con excepción de la información histórica, los asuntos discutidos en este comunicado son conceptos sobre el futuro que involucran riesgos identificados con la U.S. Securities and Exchange Commission.*

Información a inversionistas:

Tim Parsa  
Director de Finanzas y Relaciones con Inversionistas  
TV Azteca, S.A. de C.V.  
(525) 420-9146  
(526)

Información a publicaciones financieras:

Kristin Anderson  
Ludgate Communications  
(212) 688-5144  
(213)

Información adicional a prensa:

Oscar M. Argüelles Dorantes  
Director de Comunicación Corporativa  
TV Azteca, S.A. de C.V.  
(525) 420-5786

(Tablas financieras a continuación)





**TV AZTECA , S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS**  
**ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS\***  
 Pesos de poder adquisitivo del 30 de junio de 1998

	<b>Pesos (Millones)</b>					<b>U.S. Dólares (Millones)**</b>				
	<u>2 T 97</u>	<u>%</u>	<u>2 T 98</u>	<u>%</u>	<u>Cambio</u>	<u>2 T 97</u>	<u>%</u>	<u>2 T 98</u>	<u>%</u>	<u>Cambio</u>
<b>Ingresos netos</b>	\$ 947	100%	\$ 1,081	100%	14%	\$ 105	100%	\$ 120	100%	14%
Costo de prog., prod y trans.	255	27%	297	27%	16%	28	27%	33	27%	16%
Gastos de venta y administración	175	18%	145	13%	-17%	19	18%	16	13%	-17%
<b>Utilidad de operación antes de depreciación y amort.</b>	<u>\$ 517</u>	<u>55%</u>	<u>\$ 639</u>	<u>59%</u>	<u>24%</u>	<u>\$ 58</u>	<u>55%</u>	<u>\$ 71</u>	<u>59%</u>	<u>24%</u>
Depreciación y amortización	122		172			14		19		
<b>Utilidad de operación</b>	<u>\$ 395</u>	<u>42%</u>	<u>\$ 467</u>	<u>43%</u>	<u>18%</u>	<u>\$ 44</u>	<u>42%</u>	<u>\$ 52</u>	<u>43%</u>	<u>18%</u>
Otras pérdidas, neto	(110)		60			(12)		7		
Costo integral de financiamiento										
Intereses pagados	(142)		(135)			(16)		(15)		
Intereses ganados	49		119			5		13		
<b>Perdida cambiaria</b>	<b>(48)</b>		<b>(225)</b>			<b>(5)</b>		<b>(25)</b>		
Ganancia por posición monetaria	50		67			6		7		
<b>Costo neto de financiamiento</b>	<u>(91)</u>		<u>(174)</u>			<u>(10)</u>		<u>(20)</u>		
<b>Util. antes de la sig. provisión y partida extraordinaria</b>	<u>\$ 414</u>	<u>44%</u>	<u>\$ 233</u>	<u>22%</u>	<u>-44%</u>	<u>\$ 46</u>	<u>44%</u>	<u>\$ 25</u>	<u>22%</u>	<u>-44%</u>
Provisión p/ impuesto sobre la renta	(202)		(25)			(22)		(3)		
<b>Util. antes de partida extraordinaria</b>	<u>212</u>		<u>208</u>			<u>24</u>		<u>22</u>		
Partida extraordinaria-Beneficio fiscal por la amort. de pérdidas de años anteriores	138		0			15		0		
<b>Utilidad neta</b>	<u>\$ 350</u>	<u>37%</u>	<u>\$ 208</u>	<u>19%</u>	<u>-41%</u>	<u>\$ 39</u>	<u>37%</u>	<u>\$ 22</u>	<u>19%</u>	<u>-41%</u>
<b>Tipo de cambio**</b>	<b>\$ 7.95</b>		<b>\$ 8.99</b>		<b>13%</b>					

\*Con base en principios de contabilidad mexicana

\*\*Los cifras en U.S. dólares representan montos en pesos mexicanos al 30 de Junio de 1998, expresados en poder adquisitivo al 30 de Junio de 1998, traducidos al tipo de cambio de Ps.8.99 por U.S. dólar.



**TV AZTECA , S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS**  
**ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS\***  
 Pesos de poder adquisitivo del 30 de junio de 1998

	<b>Pesos (Millones)</b>					<b>U.S. Dólares (Millones)**</b>				
	<u>6 meses 97</u>	<u>%</u>	<u>6 meses 98</u>	<u>%</u>	<u>Cambio</u>	<u>6 meses 97</u>	<u>%</u>	<u>6 meses 98</u>	<u>%</u>	<u>Cambio</u>
<b>Ingresos netos</b>	\$ 1,763	100%	\$ 2,045	100%	16%	\$ 196	100%	\$ 227	100%	16%
Costo de prog., prod y trans.	435	25%	549	27%	26%	48	25%	61	27%	26%
Gastos de venta y administración	292	17%	295	14%	1%	32	17%	33	14%	1%
<b>Utilidad de operación antes de depreciación y amort.</b>	<u>\$ 1,036</u>	<u>59%</u>	<u>\$ 1,201</u>	<u>59%</u>	<u>16%</u>	<u>\$ 116</u>	<u>59%</u>	<u>\$ 133</u>	<u>59%</u>	<u>16%</u>
Depreciación y amortización	235		334			26		37		
<b>Utilidad de operación</b>	<u>\$ 801</u>	<u>45%</u>	<u>\$ 867</u>	<u>42%</u>	<u>8%</u>	<u>\$ 90</u>	<u>45%</u>	<u>\$ 96</u>	<u>42%</u>	<u>8%</u>
Otras pérdidas, neto	(90)		80			(10)		9		
Costo integral de financiamiento										
Intereses pagados	(278)		(262)			(31)		(29)		
Intereses ganados	89		160			10		18		
<b>Utilidad cambiaria, neto</b>	<u>(57)</u>		<u>(477)</u>			<u>(6)</u>		<u>(53)</u>		
Ganancia por posición monetaria	130		135			14		15		
Costo neto de financiamiento	<u>(116)</u>		<u>(444)</u>			<u>(13)</u>		<u>(49)</u>		
<b>Util. antes de la sig. provisión y partida extraordinaria</b>	<u>\$ 775</u>	<u>44%</u>	<u>\$ 343</u>	<u>17%</u>	<u>-56%</u>	<u>\$ 87</u>	<u>44%</u>	<u>\$ 38</u>	<u>17%</u>	<u>-56%</u>
Provisión p/ impuesto sobre la renta	(210)		(120)			(23)		(13)		
Util. antes de partida extraordinaria	<u>565</u>		<u>223</u>			<u>64</u>		<u>25</u>		
Partida extraordinaria- Beneficio fiscal por la amort. de pérdidas de años anteriores	146		0			16		0		
<b>Utilidad neta</b>	<u>\$ 711</u>	<u>40%</u>	<u>\$ 223</u>	<u>11%</u>	<u>-69%</u>	<u>\$ 80</u>	<u>40%</u>	<u>\$ 25</u>	<u>11%</u>	<u>-69%</u>
<b>Tipo de cambio**</b>	<b>\$ 7.95</b>		<b>\$ 8.99</b>		<b>13%</b>					

\*Con base en principios de contabilidad mexicana

\*\*Los cifras en U.S. dólares representan montos en pesos mexicanos al 30 de Junio de 1998, expresados en poder adquisitivo al 30 de Junio de 1998, traducidos al tipo de cambio de Ps.8.99 por U.S. dólar.



**TV AZTECA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS**

**BALANCE GENERAL CONSOLIDADO\***

Millones de pesos de poder adquisitivo del 30 de junio de 1998

	<b>Pesos (Millones)</b>		<b>Dólares (Millones)**</b>	
	<b>Junio 30,</b>		<b>Junio 30,</b>	
	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>
<b>Activo circulante:</b>				
Efectivo y equivalente de efvo.	\$2,151	\$1,458	\$239	\$162
Cuentas por cobrar	1,142	1,634	127	182
Otros activos circulantes	733	913	82	102
<b>Total activo circulante</b>	<b>\$4,026</b>	<b>\$4,005</b>	<b>\$448</b>	<b>\$446</b>
Inmuebles, maq. y equipo, neto	1,359	2,396	151	267
Derechos de exhibición	309	511	34	57
Otros activos	3,315	3,218	369	358
Crédito mercantil, neto	82	235	9	26
<b>Total activo a largo plazo</b>	<b>\$5,065</b>	<b>\$6,360</b>	<b>\$563</b>	<b>\$708</b>
<b>Activos totales</b>	<b>\$9,091</b>	<b>\$10,365</b>	<b>\$1,011</b>	<b>\$1,154</b>
<b>Pasivo circulante:</b>				
Deuda a corto plazo	101	895	11	100
Otro pasivo circulante	1,101	730	122	81
<b>Total pasivo circulante</b>	<b>\$1,202</b>	<b>\$1,625</b>	<b>\$133</b>	<b>\$181</b>
Bonos	3,895	3,819	433	425
Préstamos bancarios	297	477	33	53
Anticipos de anunciantes	1,594	1,391	177	155
Otros pasivos de largo plazo	70	71	8	8
<b>Total pasivo a largo plazo</b>	<b>\$5,856</b>	<b>\$5,758</b>	<b>\$651</b>	<b>\$641</b>
<b>Pasivos totales</b>	<b>\$7,058</b>	<b>\$7,383</b>	<b>\$784</b>	<b>\$822</b>
<b>Capital</b>	<b>\$2,033</b>	<b>\$2,982</b>	<b>\$227</b>	<b>\$332</b>
<b>Total pasivo y capital</b>	<b>\$9,091</b>	<b>\$10,365</b>	<b>\$1,011</b>	<b>\$1,154</b>
<b>Tipo de cambio**</b>	<b>\$ 7.95</b>	<b>\$ 8.99</b>		

\*Con base en principios de contabilidad mexicana

\*\*Los cifras en U.S. dólares representan montos en pesos mexicanos al 30 de Junio de 1998, expresados en poder adquisitivo al 30 de Junio de 1998, traducidos al tipo de cambio de Ps.8.99 por U.S. dólar.