



TV AZTECA ANUNCIA CRECIMIENTO DE 17% EN VENTAS NETAS

--Incremento de 16% en EBITDA, a US\$40 millones--

--Crecimiento de 7% en Audiencia Comercial--

PARA SU DISTRIBUCION INMEDIATA

(Ciudad de México, México, 25 de abril de 2000) TV Azteca, S.A. de C.V. (NYSE:TZA; BMV:TVAZTCA), segundo productor de contenido de habla hispana en el mundo, anunció ventas netas de US\$120 millones y EBITDA de US\$40 millones en el primer trimestre del 2000, 17% y 16% por arriba del mismo trimestre de 1999, respectivamente. El margen de EBITDA fue 33%, igual que el obtenido en el primer trimestre del año previo.

“Los resultados de TV Azteca muestran avances alentadores en nuestra operación. Registramos un crecimiento muy importante en ventas y nuestros costos muestran un patrón que se estabiliza paulatinamente,” comentó Ricardo B. Salinas, Presidente y Director General de TV Azteca. “El incremento en ventas muestra que el aumento de precios de publicidad para el año 2000 fue aceptado por nuestros clientes y es sustancialmente mayor que ajustes en tasas de utilización. Por su parte los costos, fuera de eventos especiales, muestran tendencia hacia la estabilización, reflejando cambios cada vez más pequeños en las horas de programación producidas internamente y mayor eficiencia en nuestra producción.”

“También logramos sólidos avances en el desarrollo de nuestros negocios de telefonía inalámbrica y de Internet. Durante el trimestre, Unefon comenzó a brindar servicio en dos importantes ciudades, y Todito.com logró afianzarse como uno de los portales líderes de habla hispana en América del Norte,” añadió el señor Salinas.

Resultados del Primer Trimestre

En el primer trimestre las ventas netas fueron US\$120 millones, 17% mayores en comparación con US\$103 millones hace un año. El EBITDA fue US\$40 millones, 16% por arriba de US\$34 millones en el primer trimestre de 1999. La utilidad de operación fue US\$25 millones, más del doble que US\$10 millones en el mismo trimestre del año previo. Contribuyó a la mayor utilidad operativa un monto menor de depreciación y amortización, debido a cambios en la política de amortización de concesiones de televisión de 15 a 40 años, anunciados a fines de 1999. La utilidad neta fue US\$14 millones, comparada con US\$24 millones en el primer trimestre del año previo. La reducción en la utilidad neta se explica, principalmente, por menor utilidad cambiaria y menor resultado por posición monetaria, así como por mayor provisión para impuesto sobre la renta, en comparación con el primer trimestre del año previo.

Millones de pesos¹ y dólares² excepto porcentajes y montos por CPO

| | <u>1T'99</u> | <u>1T'00</u> | <u>Variación</u> |
|-------------------------------|--------------|--------------|------------------|
| Ventas Netas | | | |
| Pesos | Ps.953 | Ps.1,112 | |
| US\$ | US\$103 | US\$120 | +17% |
| EBITDA | | | |
| Pesos | Ps.318 | Ps.369 | |
| US\$ | US\$34 | US\$40 | +16% |
| Utilidad Neta | | | |
| Pesos | Ps.225 | Ps.129 | |
| US\$ | US\$24 | US\$14 | -43% |
| Utilidad por CPO ³ | | | |
| Pesos | Ps.0.08 | Ps.0.04 | -43% |
| US\$ | US\$0.01 | US\$0.005 | |

¹ Pesos constantes de poder adquisitivo del 31 de marzo de 2000.

² Conversión a dólares según tipo de cambio de 9.26 pesos por U.S. dólar al 31 de marzo de 2000.

³ El cálculo se basa en 2,973 millones de CPOs en circulación al 31 de marzo de 2000.

17% de Incremento en Ventas Netas

Las ventas nacionales de publicidad crecieron 22% en el trimestre, reflejando un incremento en precios de aproximadamente 23% en términos reales, mayores niveles de audiencia, y una reducción en la tasa de utilización promedio del tiempo disponible para venta de publicidad cercana a 4%, en el día completo.

El crecimiento en ventas incluye US\$8 millones de publicidad de partidos políticos en el trimestre, US\$3.5 millones de ventas de publicidad a Todito.com y US\$1.7 millones a Unefon.

Los ingresos netos totales crecieron 17%, ya que el incremento en las ventas nacionales se vio parcialmente compensado por menores ingresos por exportaciones de

programación y por los efectos de una menor inflación en la actualización de anticipos de clientes.

Durante el primer trimestre las ventas al extranjero fueron US\$3 millones, en comparación con US\$8 millones en igual período de 1999. Ello se debió a la suspensión de la venta de programación a los Estados Unidos, como parte de nuestra estrategia para aprovechar de mejor manera el contenido de TV Azteca entre los hispanohablantes de ese mercado.

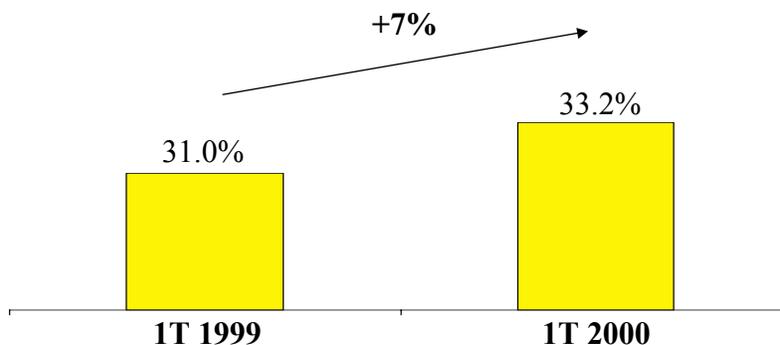
“Decidimos suspender las ventas de programación a compañías de televisión abierta en los Estados Unidos para llevar a cabo una estrategia que maximice el potencial de nuestro popular contenido, a través de participación en el capital en un canal hispano en los Estados Unidos,” comentó Luis J. Echarte, Director de Finanzas de TV Azteca. “Nos hemos convertido en el segundo mayor productor de contenido de habla hispana en el mundo y obtenemos un tercio de la audiencia comercial en tiempo estelar en México, lo que nos coloca en una posición muy favorable para ingresar a ese enorme mercado de hispanohablantes, de los cuales cerca de 70% son de origen mexicano.”

Crecimiento de 7% en Audiencia Comercial

Durante el primer trimestre de 2000 la participación de Audiencia Comercial (segmentos demográficos ABC+, C, D+ de la población en México) de TV Azteca, en tiempo estelar fue 33.2%, 7% por arriba de 31% obtenido en el primer trimestre de 1999. Ello se debió a un aumento de 5% en la participación de audiencia de Azteca 13, que alcanzó 19% de la Audiencia Comercial, en tiempo estelar, en el primer trimestre y a un incremento de 10% de Azteca 7, que obtuvo 14.2% de la Audiencia Comercial.

Creciente Participación de Audiencia Comercial,* Tiempo Estelar

% Participación



* Porcentaje de participación de audiencia de TV Azteca y Televisa registrada por IBOPE en canales nacionales --Televisa 2 y 5 y TV Azteca 7 y 13--excluyendo el segmento demográfico D/E (ingreso mensual por hogar menor a US\$400).

El mayor crecimiento relativo de audiencia en Azteca 7, debido a los esfuerzos de diferenciación de canales, mejora el equilibrio de *ratings* entre los dos canales nacionales de la Compañía, lo que disminuye la dependencia de TV Azteca al éxito de un solo canal.

Contribuyeron a los mayores niveles de audiencia en el primer trimestre, novelas en Azteca 13 de reciente producción, como *La Vida en el Espejo*, *La Calle de las Novias*, *Todo por Amor* y *El Candidato*. En Azteca 7 atractivos programas, tales como *Ay Caramba!*, *Hechos del Siete* y películas de acción y partidos de fútbol, ganaron grandes audiencias.

Costos de Producción Durante el Trimestre

Los Costos de Programación, Producción y Transmisión fueron US\$60 millones en el primer trimestre, 23% mayores que US\$49 millones en el mismo periodo de 1999 y 8% por arriba del trimestre previo.

“A partir del segundo trimestre de 1999, cuando lanzamos una parrilla de programación más competitiva y estable en TV Azteca, nuestros costos han sido más constantes,” comentó el señor Echarte. “Anticipamos que este comportamiento de los costos, en conjunto con mayores ingresos esperados para el resto del año, se traducirán en aumentos en nuestro EBITDA a partir del segundo trimestre de este año.”

Los costos de producción del primer trimestre incluyen derechos de exhibición de eventos especiales como la *Copa de Oro* de fútbol internacional, *el Torneo de Tenis Pegaso* y el *Mundial de Fútbol de Clubes*, que en conjunto, sumaron aproximadamente US\$3 millones.

Tendencia a Estabilización en Horas de Producción

La principal causa de costos más constantes es un número relativamente estable de horas producidas. En el primer trimestre TV Azteca produjo internamente 2,501 horas de programación, 18% más que 2,111 horas en el primer trimestre de 1999, y 1% menos que 2,537 horas del trimestre previo.

La producción interna de programas fue más eficiente. En el primer trimestre el costo por hora de producción, excluyendo derechos de exhibición, fue US\$15,800, 9% menos que US\$17,300 en igual trimestre de 1999.

Menores Gastos de Venta y Administración vs. 4T'99

TV Azteca también ha tenido éxito en mantener los Gastos de Venta y Administración relativamente estables. Los Gastos de Venta y Administración fueron US\$20 millones, igual a la cifra del primer trimestre de 1999 y 7% menor a US\$22 millones en el trimestre anterior.

Efecto del Boletín D-4 en los Estados Financieros

A partir del 1 de enero del 2000, TV Azteca adoptó las disposiciones del Boletín D-4, emitido por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Este Boletín cambia el tratamiento contable del impuesto sobre la renta reconociendo, en principio, un impuesto diferido para todas las diferencias entre los valores contables y fiscales de los activos y pasivos de las empresas. Ello es más congruente con estándares contables internacionales.

En congruencia con el Boletín, el efecto acumulado al 1 de enero del 2000 se cargó directamente al capital contable, por lo que se reconoció un pasivo neto por impuesto sobre la renta diferido de US\$63 millones y un cargo neto al capital contable por la misma cantidad. Con ello, el capital contable de TV Azteca fue US\$390 millones al 31 de marzo del 2000, en comparación con US\$458 millones al 31 de diciembre del año anterior.

Continúa Estrategia de Desinversión en Centro y Sudamérica

Como parte de su estrategia de desinversión en canales de Centro y Sudamérica, TV Azteca vendió en febrero su participación de 35% en el Canal 4 de Costa Rica, en US\$2.6 millones. La Compañía adquirió dicha participación en 1998, en aproximadamente US\$2 millones.

Con esta venta TV Azteca podrá concentrar sus recursos en producción y programación en México, que actualmente experimenta un fuerte dinamismo, y estudiar posibilidades de expansión en mercados más rentables, como el de los hispanos en los Estados Unidos.

Ahora TV Azteca planea vender programación producida por la Compañía en varias estaciones de televisión en Costa Rica, como parte de su estrategia para fortalecer la exportación de programas.

Unefon se Expande de Acuerdo a lo Programado

Durante el trimestre, Unefon, subsidiaria al 50% de TV Azteca, comenzó a brindar servicio en dos importantes ciudades, Toluca y Acapulco. Unefon planea brindar servicio en la Ciudad de México antes de que finalice el primer semestre y en 20 ciudades hacia el final del año 2000.

TV Azteca Aprobó la Adquisición de 50% de Todito.com

El 9 de febrero el Consejo de Administración de TV Azteca aprobó la compra de 50% de Todito.com, un sistema líder en Internet para hispanohablantes en América del Norte, a cambio de un contrato de cinco años para el uso exclusivo de contenido de Azteca en el Internet, publicidad masiva en Azteca 13 y Azteca 7, y apoyo en ventas. La aprobación del consejo fue unánime, incluyendo el acuerdo de cuatro consejeros independientes nombrados recientemente bajo la nueva iniciativa de mejores prácticas corporativas de TV Azteca.

Tanto la inversión en Todito, como la obligación de TV Azteca de proveer contenido, publicidad y apoyo en ventas, se reflejan en el balance de la Compañía al 31 de marzo del 2000.

Todito ha alcanzado más de 1.5 millones de paginas vistas al día, en promedio, y más de 200,000 usuarios registrados, de acuerdo con la Compañía. También se ha establecido como un líder en la venta de publicidad en Internet y en comercio electrónico, con mas de 70 tiendas en su canal de tiendas virtuales y una canal popular de subastas en línea.

Perfil de la Compañía

TV Azteca es el segundo productor de contenido de habla hispana en el mundo y una de dos compañías de televisión abierta en México, operando dos canales nacionales de televisión, Azteca 13 y Azteca 7, a través de más de 250 estaciones locales propias y operadas en México. La Compañía también opera una estación UHF, Azteca 40, con cobertura en el área metropolitana de la Ciudad de México, y un canal nacional de televisión en El Salvador.

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.

Relaciones con Inversionistas:

Bruno Rangel
Relaciones con Inversionistas
TV Azteca, S.A. de C.V.
525•420•9167

Daniel Wilson
Zemi Communications L.L.C.
Nueva York
212•689•9560

Relaciones con Prensa:

Oscar M. Argüelles Dorantes
Director General de Comunicación Corporativa
TV Azteca, S.A. de C.V.
525•420•1313, ext. 1585

(Tablas Financieras a Continuación)

TV AZTECA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS*
(Millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de marzo del 2000)

| | Millones de pesos | | | | | Millones de dólares** | | | | |
|---|----------------------------------|------|---------------|------|--------|----------------------------------|------|---------------|------|--------|
| | Del 1 de enero al 31 de marzo de | | | | | Del 1 de enero al 31 de marzo de | | | | |
| | <u>1999</u> | % | <u>2000</u> | % | Cambio | <u>1999</u> | % | <u>2000</u> | % | Cambio |
| Ventas Netas | \$ 953 | 100% | \$ 1,112 | 100% | 17% | \$ 103 | 100% | \$ 120 | 100% | 17% |
| Costos de prog., prod., exhib. y | 451 | 47% | 553 | 50% | 23% | 49 | 47% | 60 | 50% | 23% |
| Gastos de venta y administración | 183 | 19% | 189 | 17% | 3% | 20 | 19% | 20 | 17% | 3% |
| Utilidad de Operación antes de depreciación y amort. | <u>318</u> | 33% | <u>369</u> | 33% | 16% | <u>34</u> | 33% | <u>40</u> | 33% | 16% |
| Deprec. y amortización | 228 | | 134 | | | 25 | | 14 | | |
| Utilidad de operación | <u>90</u> | 9% | <u>235</u> | 21% | 162% | <u>10</u> | 9% | <u>25</u> | 21% | 162% |
| Otros gastos -neto | <u>(104)</u> | | <u>(18)</u> | | | <u>(11)</u> | | <u>(2)</u> | | |
| Costo integral de financiamiento: | | | | | | | | | | |
| Intereses pagados | (174) | | (190) | | | (19) | | (21) | | |
| Otros (gastos) productos financieros | (4) | | 39 | | | (0) | | 4 | | |
| Intereses ganados | 33 | | 29 | | | 4 | | 3 | | |
| (Pérdida) utilidad cambiaria, neta | 241 | | 51 | | | 26 | | 5 | | |
| Ganancia por posición monetaria | 138 | | 27 | | | 15 | | 3 | | |
| Ingreso (costo) neto de financiamiento | <u>233</u> | | <u>(44)</u> | | | <u>25</u> | | <u>(5)</u> | | |
| Utilidad antes de la sig. provisión | <u>219</u> | 23% | <u>174</u> | 16% | -21% | <u>24</u> | 23% | <u>19</u> | 16% | -21% |
| Provisión para impuesto sobre la renta | (0) | | (49) | | | (0) | | (5) | | |
| Utilidad neta del año | <u>\$ 218</u> | 23% | <u>\$ 125</u> | 11% | -43% | <u>\$ 24</u> | 23% | <u>\$ 13</u> | 11% | -43% |
| Pérdida neta de los accionistas minoritarios | <u>\$ (6)</u> | | <u>\$ (4)</u> | | | <u>\$ (1)</u> | | <u>\$ (0)</u> | | |
| Utilidad de los accionistas mayoritarios | <u>\$ 225</u> | | <u>\$ 129</u> | | | <u>\$ 24</u> | | <u>\$ 14</u> | | |
| Tipo de cambio al fin del período** | \$ 9.56 | | \$ 9.26 | | -3% | | | | | |

* Con base en los principios de contabilidad

** Las cifras en U.S. dólares representan montos en pesos mexicanos al 31 de marzo del 2000, en pesos de poder adquisitivo del 31 de marzo del 2000, traducidos al tipo de cambio de Ps. 9.26 por U.S.

TV AZTECA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
BALANCE GENERAL CONSOLIDADO*
(Millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de marzo del 2000)

| | Millones de pesos | | Millones de Dólares** | |
|--|-------------------|------------------|-----------------------|-----------------|
| | 31 de Marzo de: | | 31 de Marzo de: | |
| | 1999 | 2000 | 1999 | 2000 |
| Activo Circulante: | | | | |
| Efectivo y equivalentes de efvo. | \$ 1,312 | \$ 1,335 | \$ 142 | \$ 144 |
| Cuentas por cobrar | 3,082 | 2,260 | 333 | 244 |
| Otros activos circulantes | 1,648 | 1,186 | 178 | 128 |
| Total activo circulante | 6,042 | 4,782 | 652 | 516 |
| Cuentas por cobrar a largo plazo a Unefon | | 1,852 | | 200 |
| Inmuebles, maq. y equipo, neto | 2,783 | 2,516 | 300 | 272 |
| Concesiones de televisión | 3,494 | 3,383 | 377 | 365 |
| Inversión en Unefon | | 1,908 | | 206 |
| Inversión en Todito | | 467 | | 50 |
| Derechos de exhibición | 620 | 637 | 67 | 69 |
| Otros activos | 491 | 503 | 53 | 54 |
| Credito mercantil -Neto | 269 | 636 | 29 | 69 |
| Total activo a largo plazo | 7,657 | 11,901 | 827 | 1,285 |
| Total Activo | \$ 13,699 | \$ 16,683 | \$ 1,479 | \$ 1,802 |
| Pasivo circulante: | | | | |
| Deuda a corto plazo | \$ 1,372 | \$ 673 | \$ 148 | \$ 73 |
| Otros pasivos circulantes | 1,019 | 905 | 110 | 98 |
| Total pasivo circulante | 2,390 | 1,578 | 258 | 170 |
| Pasivo a largo plazo: | | | | |
| Pagarés quirografarios | 4,471 | 3,936 | 483 | 425 |
| Préstamos bancarios | 566 | 1,423 | 61 | 154 |
| Anticipos de anunciantes | 2,535 | 2,500 | 274 | 270 |
| Anticipos de anunciantes de Unefon | | 1,926 | | 208 |
| Obligaciones Todito | | 928 | | 100 |
| Otros pasivos a largo plazo | 277 | 194 | 30 | 21 |
| Impuestos diferidos | | 586 | | 63 |
| Total pasivo a largo plazo | 7,849 | 11,492 | 848 | 1,241 |
| Total pasivo | 10,239 | 13,071 | 1,106 | 1,412 |
| Total inversión de los accionistas | 3,460 | 3,612 | 374 | 390 |
| Total pasivo e inversión de los accionistas | \$ 13,699 | \$ 16,683 | \$ 1,479 | \$ 1,802 |
| Tipo de cambio al fin del período** | \$ 9.56 | \$ 9.26 | | |

* Con base en los principios de contabilidad mexicana.

** Las cifras en U.S. dólares representan montos en pesos mexicanos al 31 de marzo del 2000, expresados en pesos de poder adquisitivo del 31 de marzo del 2000, traducidos al tipo de cambio de Ps. 9.26 por U.S. dólar.

TV AZTECA, S.A. DE C.V. y SUBSIDIARIAS
ESTADO CONSOLIDADO DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA

(Miles de pesos de poder adquisitivo del 31 de marzo de 2000)

| Operación: | Periodo de tres meses que terminó el | |
|--|---|-----------------|
| | 31 de marzo de: | |
| | 1999 | 2000 |
| Utilidad neta | \$ 218 | \$ 125 |
| Cargos a resultados que no requirieron la utilización de recursos: | | |
| Amortización de concesiones de televisión y credito mercantil | 107 | 31 |
| Depreciación | 122 | 103 |
| Variación neta en cuentas por cobrar, inventarios, derechos de exhibición, partes relacionadas y cuentas por pagar y gastos acumulados | (129) | 470 |
| Impuestos diferidos por pagar | | 586 |
| Anticipo de anunciantes Unefon | | (18) |
| Anticipo de anunciantes Todito | | 928 |
| Anticipo de anunciantes | (93) | (668) |
| Recursos generados por la operación | <u>225</u> | <u>1,558</u> |
| Inversión: | | |
| Adquisición de inmuebles maquinaria y equipo-Neto | (31) | (57) |
| Inversión en Todito | | (467) |
| Inversión en acciones | (67) | (14) |
| Recursos utilizados en actividades de inversión | <u>(98)</u> | <u>(537)</u> |
| Financiamiento: | | |
| Pagarés quirografarios | (406) | (215) |
| Préstamos bancarios -Neto | 303 | 211 |
| Interés minoritario | (7) | (15) |
| Opciones de acciones ejercidas | - | 15 |
| Dividendos preferentes pagados | (31) | - |
| Recompra de acciones | (49) | (95) |
| Prima en emisión de acciones | (2) | (0) |
| Impuestos diferidos | | (586) |
| Recursos generados por actividades de financiamiento | <u>(193)</u> | <u>(686)</u> |
| (Disminución) aumento en efectivo y equivalentes de efectivo | (66) | 335 |
| Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del periodo | <u>1,303</u> | <u>1,000</u> |
| Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo | <u>\$ 1,237</u> | <u>\$ 1,335</u> |