



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	Pes.953	Pes.1,112	
US\$	US\$103	US\$120	+17%
EBITDA			
Pesos	Pes.318	Pes.369	
US\$	US\$34	US\$40	+16%
Utilidad Neta			
Pesos	Pes.225	Pes.129	
US\$	US\$24	US\$14	-43%
Utilidad por CPO ³			
Pesos	Pes.0.08	Pes.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.

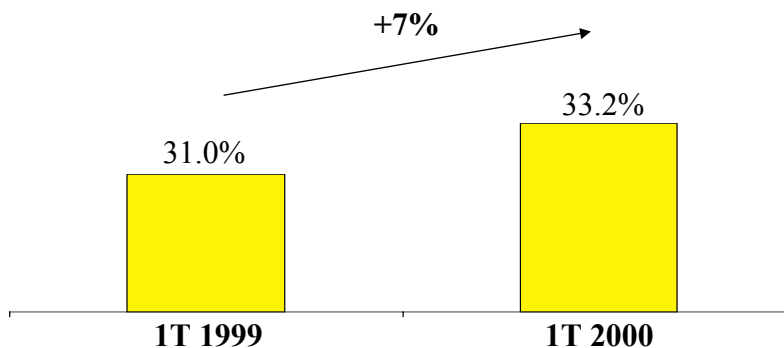
“Decidimos suspender las ventas de programación a compañías de televisión abierta en los Estados Unidos para llevar a cabo una estrategia que maximice el potencial de nuestro popular contenido, a través de participación en el capital en un canal hispano en los Estados Unidos,” comentó Luis J. Echarte, 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>