



26 MILLONES DE PERSONAS VIERON LA FINAL DEL TORNEO DE CLAUSURA DE LA LIGA MX POR AZTECA

**-Los anunciantes llegaron a un gran mercado objetivo,
de la manera más eficiente, en las mejores condiciones-**

-La televisión abierta es la opción más atractiva para el mercado masivo-

Ciudad de México, 1 de junio de 2015—TV Azteca, S.A.B. de C.V. (BMV: AZTECA; Latibex: XTZA), uno de los dos mayores productores de contenido para televisión en español en el mundo, anunció hoy que de acuerdo con HR Media, un total de 26 millones de personas vieron los juegos de la final del torneo de clausura de la liga Mx 2015, en exclusiva en televisión abierta a través de Azteca; en dichas transmisiones se anunciaron más de 70 marcas.

Numerosos anunciantes construyen sus marcas de manera efectiva a través de eventos como éste, y muchos otros programas de Azteca, por la popularidad del contenido, así como por el gran alcance de la televisión abierta y su atractivo costo por millar.

La televisión abierta no tiene paralelo en términos de cobertura a nivel nacional, con un alcance de 95% de los hogares en México, en contraste con una penetración del radio de 73%, de la televisión de paga de 49%, y del internet de 43%.

De acuerdo con estudios recientes, en varios países avanzados se fortalece de nuevo la televisión abierta como medio publicitario dominante y es cada vez más relevante para anunciantes masivos; México no será ajeno a esta tendencia. Ello se deriva de que la fragmentación de medios alternativos y la gran cantidad de opciones de contenidos en ellos, no permite al anunciante llegar de manera eficiente a mercados masivos.

La alta fragmentación también eleva los costos de los anuncios comerciales en dichos medios en relación al tamaño de la población que cubren, en comparación con la televisión abierta que tiene un menor costo por millar relativo.

El mayor alcance, el atractivo costo publicitario, y el contenido de éxito como la final de la de liga Mx con los comentaristas deportivos más profesionales, las

telenovelas con valores, los noticiarios objetivos y el entretenimiento para toda la familia, hacen de Azteca una opción sin paralelo para el anunciante masivo en México.

Perfil de la Compañía

Azteca es uno de los dos mayores productores de contenido en español para televisión en el mundo. Transmite dos canales nacionales de televisión en México, Azteca 13 y Azteca 7, a través de más de 300 estaciones locales a lo largo del país, así como Proyecto 40 en UHF. Las afiliadas incluyen Azteca America Network, la cadena de televisión enfocada al mercado hispano de EUA, y Azteca Web, compañía de Internet para hispanohablantes.

Azteca es una empresa de Grupo Salinas (www.gruposalinas.com), grupo de empresas dinámicas, con fuerte crecimiento y tecnológicamente avanzadas, enfocadas en crear valor para el inversionista, contribuir a la construcción de la clase media en las comunidades en que opera, y mejorar a la sociedad a través de la excelencia. Creada por el empresario mexicano Ricardo B. Salinas (www.ricardosalinas.com), Grupo Salinas provee un foro para el intercambio de ideas y mejores prácticas administrativas entre los distintos equipos de dirección de las empresas que lo conforman. Estas empresas incluyen: Azteca (www.tvazteca.com.mx; www.irtvazteca.com) Azteca America (www.aztecaamerica.com), Grupo Elektra (www.grupoelektra.com.mx), Banco Azteca (www.bancoazteca.com.mx), Advance America (www.advanceamerica.net), Afore Azteca (www.aforeazteca.com.mx), Seguros Azteca (www.segurosazteca.com.mx), Totalplay (www.totalplay.com.mx) and Enlace TPE (www.enlacetpe.com.mx). Cada una de las compañías de Grupo Salinas opera en forma independiente, con su propia administración, consejo y accionistas. Grupo Salinas no tiene participaciones en acciones. Las compañías que lo componen comparten una visión común, valores y estrategias para lograr un rápido crecimiento, resultados superiores y un desempeño de clase mundial.

Con excepción de la información histórica, los asuntos discutidos en este comunicado son conceptos sobre el futuro que involucran riesgos e incertidumbre que pueden ocasionar que los resultados actuales difieran sustancialmente de los proyectados. Otros riesgos que pueden afectar a Azteca y sus subsidiarias se presentan en documentos enviados a autoridades de valores.

Relación con Inversionistas:

Bruno Rangel
+ 52 (55) 1720 9167
jrangelk@tvazteca.com.mx

Rolando Villarreal
+ 52 (55) 1720 9167
rvillarreal@gruposalinas.com.mx

Relación con Prensa:

Luciano Pascoe
Tel. +52 (55) 1720 1313 ext. 36553
lpascoe@gruposalinas.com.mx