



TV AZTECA

AZTECA AMERICA CELEBRA SU TERCER ‘UPFRONT’ NACIONAL EN LA CIUDAD DE NUEVA YORK

**-- Azteca America Presentó 70% de Cobertura Nielsen,
Alcanzando Estatus de Cadena Nacional --**

**-- La Cadena También Transmitió 1,000 de Nueva Programación Exclusiva
Aunando 8,000 Horas de Programación de TV Azteca --**

PARA SU DISTRIBUCION INMEDIATA

Nueva York, 16 de mayo de 2005—TV Azteca, S.A. de C.V. (BMV: TVAZTCA; NYSE: TZA; Latibex: XTZA), uno de los dos mayores productores de contenido para televisión en español en el mundo anunció hoy que su subsidiaria al 100%, Azteca America, alcanzó estatus de cadena nacional al mostrar alrededor de 70% de cobertura Nielsen.

Acuerdos recientes de cobertura con Comcast, Cox, Time Warner, EchoStar y DirecTV en distintos mercados han fortalecido la distribución de las estaciones afiliadas a Azteca America, que hoy se localizan en 39 mercados, 30 de los cuales cuentan con cobertura en cable o televisión satelital. La cifra de 39 mercados se apoya en la adición reciente de una estación de McGraw Hill en Colorado Springs. En los mercados con cobertura de Azteca America reside el 77% de la población hispana total de los EE.UU.

“Nuestros avances en cobertura son especialmente significativos dado que nunca hemos contado con unos cuantos miles de millones de dólares para adquirir cobertura como lo pueden hacer nuestros competidores,” comentó Luis J. Echarte, Presidente y Director General de Azteca America. “Hemos establecido los cimientos para el crecimiento de largo plazo al que nos hemos comprometido. Poca gente pensó que podríamos lograr una cobertura a nivel nacional. Pero lo hemos logrado juntos. Esta cadena es posible gracias a nuestros patrocinadores quienes han creído en nuestro sueño desde el inicio.”

Los avances de programación incluyen una nueva serie de boxeo: “Julio César Chávez Presenta”, cuyo anfitrión será Julio César Chávez, uno de los mejores boxeadores mexicanos de todos los tiempos quien presentará la nueva generación de boxeadores latinos que incluye a: Eric “El Terrible” Morales, Jorge “El Travieso” Arce y Julio César Chávez junior.

La versión hispano-americana de La Academia, La Academia USA, será producida durante el cuarto trimestre de 2005. La versión original mexicana, que hoy se encuentra en su cuarta generación, cuenta con tres participantes hispanos y ha promediado en la señal de Azteca America un mayor número de impresiones que los formatos similares presentados por Telefutura y Telemundo.

Azteca America se apoya en un inventario exclusivo de más de 8,000 horas de programación de TV Azteca, así como en más de 1,000 horas de programación exclusiva para los Estados Unidos, incluyendo más partidos de fútbol de la Liga Mexicana que todas las demás cadenas hispanas de televisión abierta, dos noticieros exclusivos de Azteca America, una versión especial de Ventaneando para los EE.UU. y la coproducción de ‘Billboard Latino’.

“Hemos tenido un gran éxito este año con deportes, ‘reality shows’, y Ventaneando. No obstante, el pan y la sal de nuestra cadena son nuestras novelas,” comentó el Director General de Operaciones, Jorge Jaidar.

Azteca ha producido más de 60 novelas hasta el momento, y siendo la única cadena de televisión hispana en el mercado, su experiencia en producción supera por mucho la de todos sus competidores combinados. Entre los títulos anunciados se encuentran: Los Sánchez, La Otra Mitad del Sol y Top Models: Amor, Moda y Rock & Roll.

La cadena también anunció una expansión de sus eventos en vivo, especialmente en deportes y música.

El Director General de la oficina de ventas de Azteca America, Carlos de la Garza presentó lo que él llama “La Compra Inteligente.” Basado en un estudio estadístico que ilustra porqué al transferir a Azteca America el 15% del gasto publicitario típico en televisión hispana nacional, los anunciantes pueden alcanzar un 12% de audiencia adicional no alcanzada previamente sin mayor costo, gracias a la base de audiencia exclusiva de Azteca America. Entre los factores de valor adicional que ofrece la cadena a sus clientes se encuentra un costo por millar que es 11% inferior que el de la competencia.

Mario San Román, Director General de TV Azteca, cerró el evento hablando de la fortaleza financiera de TV Azteca, sus capacidades de producción únicas en el mercado hispano, y su base de talento exclusiva. “Somos una fuente natural de talento, creamos talento, y la creatividad transpira en TV Azteca; esto es algo que nuestra competencia no puede comprar,” comentó el señor San Román.

Perfil de la Compañía

TV Azteca es uno de los dos mayores productores de contenido en español para televisión 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 300 estaciones locales propias y operadas en México. Las afiliadas incluyen a Azteca America Network, la cadena de televisión enfocada al mercado hispano de EUA, y Todito.com, portal de Internet para hispanohablantes en Norteamérica.

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 TV Azteca y a Azteca America Network se identifican en la forma 20-F de TV Azteca y otros documentos relacionados con la Securities and Exchange Commission de los Estados Unidos.

Relación con Inversionistas:

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

Rolando Villarreal
+ 52 (55) 1720 0041
rvillarreal@gruposalinas.com.mx

Relaciones con Prensa:

Daniel McCosh
+ 52 (55) 1720 0059
dmccosh@tvazteca.com.mx