



TV AZTECA

US\$52 Millones de EBITDA en el 3T '98
50% de Margen de EBITDA sobre Ingresos Netos

US\$ 174 Millones de EBITDA en 9 meses de 1998
56% de Margen de EBITDA sobre Ingresos Netos

Los Ratings de TV Azteca Aumentan 33%
desde su Punto más Bajo en Julio

PARA SU DISTRIBUCIÓN Y PUBLICACION INMEDIATA

(Ciudad de México, México, 23 de octubre de 1998) TV Azteca, S.A. de C.V. (NYSE:TZA; BMV:TVAZTCA), una de las dos compañías de televisión abierta en México, anunció crecimiento de 4% y 2%, respectivamente, en Ingresos Netos y EBITDA para el tercer trimestre de 1998, comparado con el tercer trimestre del año anterior. El margen de EBITDA para el tercer trimestre fue de 50%, comparado a 51% en 1997.

“El tercer trimestre fue un trimestre de crecimiento para TV Azteca,” comentó Ricardo Salinas, Director General y Presidente del Consejo de Administración de TV Azteca. “Desarrollamos una nueva estrategia diseñada para incrementar nuestra audiencia sin disminuir nuestra rentabilidad. También implementamos un plan de acción para preparar a TV Azteca ante la posibilidad de un deterioro económico en México. Nuestros ratings y participación de audiencia se han incrementado continuamente durante los últimos tres meses y estamos bien posicionados para el cuarto trimestre y la campaña de pre-ventas para 1999.”

Resultados del Tercer Trimestre

“Generamos US\$52 millones en EBITDA en el tercer trimestre, a pesar de nuestros ratings bajos, una reducida demanda por publicidad y una devaluación importante del peso,” comentó Adrián Steckel, Vicepresidente de Finanzas de TV Azteca. “Fue un trimestre difícil, con ventas menores a lo esperado y costos no recurrentes asociados al desarrollo de nuestra nueva estrategia de programación. A pesar de todo ello, generamos un margen de EBITDA de 50% debido a nuestros esfuerzos de reducción de costos permanentes.”

El señor Steckel explicó que la reducida demanda por publicidad en el tercer trimestre fue el resultado de los altos gastos en publicidad durante la Copa Mundial en el segundo trimestre y la expectativa de un fuerte gasto de los anunciantes en la temporada navideña durante el cuarto trimestre. Según el señor Steckel, la devaluación del peso de 14% durante el tercer trimestre también redujo significativamente los resultados expresados en dólares de la Compañía.

La Utilidad Neta de TV Azteca disminuyó 174% en el tercer trimestre, comparado con el mismo periodo del año anterior, debido principalmente a la pérdida cambiaria de Ps.557 millones (US\$55 millones) en el tercer trimestre de 1998, comparado a la ganancia cambiaria de Ps.109 millones (US\$ 10.7 millones) en el tercer trimestre de 1997.

Millones de pesos¹ y dollars²excepto porcentajes y montos por CPO.

	<u>3T 1997</u>	<u>3T 1998</u>	<u>Cambio</u>
Ingresos Netos			
Pesos	Pes.1,013	Ps.1,050	
US\$	US\$99	US\$103	+4%
EBITDA			
Pesos	Pes.515	Ps.525	
US\$	US\$51	US\$52	+2%
Utilidad Neta (Pérdida)			
Pesos	Pes.463	Ps.(342)	
US\$	US\$45	US\$(34)	-174%
Utilidad por CPO ³			
Pesos	Pes.0.19	Ps.(0.14)	
US\$	US\$0.02	US\$(0.01)	-174%

¹ Pesos constantes de poder adquisitivo del 30 de septiembre de 1998.

² Conversión a dólares según tipo de cambio de 10.19 pesos por dólar al 30 de septiembre de 1998.

³ Los cálculos asumen un total de 2,496 millones de CPOs en circulación al 30 de septiembre de 1998.

Pérdida Cambiaria

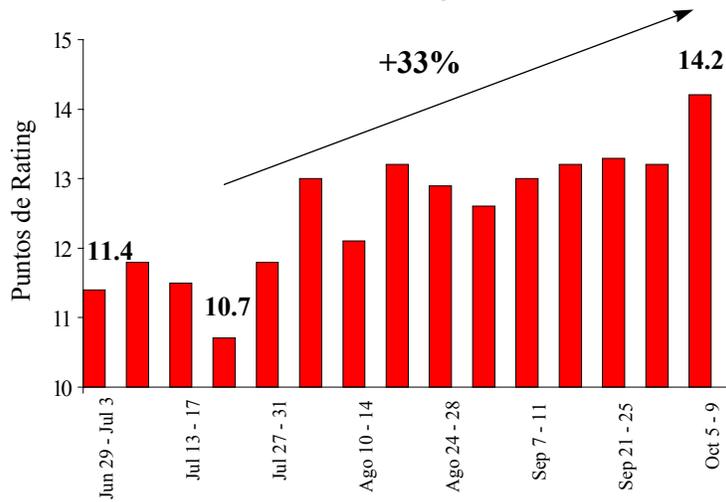
Durante el tercer trimestre de 1998, el peso se depreció 14%, de Ps.8.94 por U.S. dólar a Ps.10.19 por U.S. dólar, comparado a una apreciación en el tercer trimestre de 1997 de 1.9%, de Ps.7.93 por U.S. dólar a Ps.7.78 por U.S. dólar. Bajo los principios contables mexicanos, la Compañía registra una pérdida cambiaria en relación a sus pasivos denominados en U.S. dólares (US\$575 millones al 30 de septiembre de 1998) cuando el peso se deprecia en relación al U.S. dólar.

Esta pérdida reportada en cambios no impacta al flujo de efectivo actual después de impuestos de TV Azteca. A pesar de que toda la deuda de TV Azteca está denominada en dólares, 74% 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.

Incremento de Ratings

Los ratings de TV Azteca aumentaron significativamente durante el tercer trimestre, de un nivel mínimo de 10.7 puntos de rating (IBOPE, muestra nacional) en la tercera semana de julio, a 13.2 puntos de rating en la última semana de septiembre. En las primeras dos semanas de octubre, la compañía promedió 14 puntos de rating.

Los Rating Crecen 33% a Partir del Punto más bajo de Julio



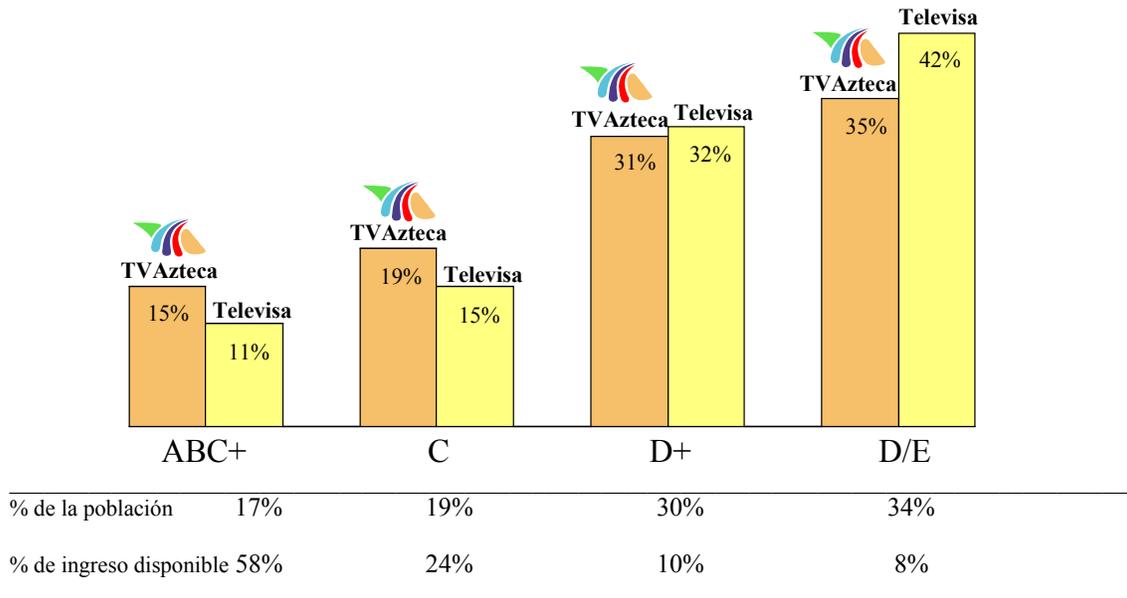
Fuente: IBOPE Media Quiz.

Muestra Nacional, 7:00 pm a 12:00 am. Ratings Combinados de Azteca 7 y Azteca 13.

Demográficos

En el tercer trimestre, la audiencia de TV Azteca continuó estando fuertemente representado por los segmentos demográficos de la audiencia mexicana de televisión más atractivos a los anunciantes. “No todos los puntos de rating son creados iguales,” comentó Joaquín Arrangoiz, Vicepresidente de Ventas de TV Azteca. “Ello es especialmente cierto en México donde la distribución del ingreso disponible entre la población es muy inequitativa. Una de las razones por la cual nos sentimos satisfechos incrementando nuestros precios de publicidad 20% en términos de dólares es que la audiencia que ofrecemos está bien representada por los consumidores a los que nuestros anunciantes desean llegar.”

Composición Demográfica de la Audiencia de TV Azteca*



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

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 am, como porcentaje del total obtenido por cada compañía en el tercer trimestre de 1998.

Fuente: IBOPE Media Quiz excepto % de ingreso disponible, que fue estimado por la Compañía.

Resultados de nueve meses

Durante los primeros nueve meses de 1998, los ingresos netos y el EBITDA crecieron 12% y 11% respectivamente, en comparación con los primeros nueve meses de 1997. El ingreso neto disminuyó 109%, principalmente debido a una pérdida cambiaria de Ps. 1,051 millones (US\$103 millones) en los primeros nueve meses de 1998, comparada con una ganancia cambiaria de Ps. 49 millones (US\$5 millones) en los primeros nueve meses de 1997. Durante los primeros nueve meses de 1998, el peso se depreció 26.4%, de Ps. 8.06 por US dólar a Ps. 10.19 por US dólar, comparado con una apreciación durante los primeros nueve meses de 1997 de 1.7%, de Ps.7.91 por U.S. dólar a Ps.7.78 por U.S. dólar.

Millones de pesos¹ y dollars² excepto porcentajes y montos por CPO.

	<u>9 meses 1997</u>	<u>9 meses 1998</u>	<u>Cambio</u>
Ingresos Netos			
Pesos	Ps.2,839	Ps.3,169	
US\$	US\$279	US\$311	+12%
EBITDA			
Pesos	Ps.1,589	Ps.1,770	
US\$	US\$156	US\$174	+11%
Utilidad (Pérdida) Neta			
Pesos	Ps.1,200	Ps.(111)	
US\$	US\$118	US\$(11)	-109%
Utilidad por CPO ³			
Pesos	Ps.0.48	Ps.(0.04)	
US\$	US\$0.05	US\$(0.004)	-109%

¹ Pesos constantes de poder adquisitivo del 30 de septiembre de 1998.

² Conversión a dólares según tipo de cambio de 10.19 pesos por dólar al 30 de septiembre de 1998.

³ Los cálculos asumen un total de 2,496 millones de CPOs en circulación al 30 de septiembre de 1998.

Nueva Estrategia de Programación:

“Durante el tercer trimestre se desarrolló e implementó nuestra nueva estrategia de programación, “ comentó el señor Salinas. “La implementación de la estrategia lleva 50% de avance, y por lo tanto es demasiado temprano para calificarlo como un éxito a medias, sin embargo nuestros ratings se han ido incrementando progresivamente durante las pasadas catorce semanas.”

La nueva estrategia de programación de la Compañía tiene dos elementos principales según Mario San Román, Vicepresidente de Selección y Marketing de Programación de TV Azteca. “Hemos desarrollado identidades separadas para cada uno de nuestros dos canales, siendo Azteca 13 el canal estelar y Azteca 7 dirigido hacia los adultos jóvenes de México,” comentó el señor San Román. “También hemos implementado un proceso de selección de programación que toma en cuenta el enfoque de productos de consumo para llenar la carta de programación de TV Azteca, involucrando análisis de mercado exhaustivo de los nuevos programas y encuestas de seguimiento continuas de los existentes.”

Telenovelas de TV Azteca

TV Azteca lanzó tres nuevas telenovelas, producidas internamente en sus estudios, durante la primera semana de Octubre - *Azul Tequila*, *El Amor de Mi Vida* y *Tres Veces Sofía*. Aún cuando ninguna de las tres fueron producto del nuevo proceso de selección de programación, han atraído un número substancialmente mayor de televidentes que los programas que reemplazaron en el bloque de programación en tiempo estelar de Azteca 13, recibiendo un rating promedio de 9, 11 y 14, respectivamente, comparado con los ratings promedio de 6, 5 y 9, respectivamente, para los programas que reemplazaron.

La Meta de 35-40% de Participación de Audiencia en Tiempo Estelar

“ Nuestra nueva estrategia deberá estar completamente implementada en enero de 1999,” comentó el señor San Román. “Esperamos ver un crecimiento en audiencia con cada nuevo programa que introduzcamos y seguiremos afinando nuestra carta de programación hasta que logremos nuestra meta de audiencia - una participación de audiencia del 35-40% en tiempo estelar.”

Los nuevos programas en el bloque estelar que debutaron recientemente en Azteca 7 incluyen *Jeopardy* (adaptación del popular programa de concursos americano) y *La Venta Increíble* (adaptación del popular programa de concursos inglés *The Sale of the Century*). *Chiquititas*, teledrama para adultos jóvenes co-producido con Tele Fe, compañía argentina de televisión, saldrá al aire en Azteca 7 en noviembre. Un nuevo noticiario nocturno enfocado hacia jóvenes adultos también saldrá al aire en Azteca 7 en el cuarto trimestre, según dijo el señor San Román.

El Presidente de TV Azteca espera que la “Competencia Racional” continúe

El señor Salinas expresó su optimismo acerca de las perspectivas de TV Azteca así como del crecimiento del mercado mexicano de publicidad. “Tenemos una nueva estrategia de programación y recientemente anunciamos nuestro plan de ventas de 1999,” comentó el señor Salinas. “El plan se denomina “Una Compra Inteligente”, ya que le mostramos a nuestros clientes como optimizar sus gastos de publicidad a través del uso de software de computadora propio desarrollado para la fuerza de ventas de TV Azteca. Nuestra meta es captar 35-40% del mercado publicitario en televisión en 1999, ofreciendo a los clientes superior composición demográfica, precios basados en costo por punto de rating libre de riesgo, y una nueva opción de compra de publicidad a nivel regional, adicional a nuestros ya existentes planes de pagos y de precios basados en generar valor.”

TV Azteca aumentó sus precios de publicidad en 20% en términos de dólares bajo su programa de ventas “Una Compra Inteligente”, de acuerdo con el señor Salinas. “Incrementamos nuestros precios para 1999 porque en relación con otros mercados la publicidad en televisión es barata en México y porque la demanda continúa siendo fuerte,” comentó el señor Salinas. “Televisa también incrementó sus precios. No hemos visto una guerra de precios ni presiones hacia arriba en los costos en la industria de la televisión mexicana y esperamos que continúe la competencia racional con Televisa. La competencia racional se traduce en mejor programación para el auditorio en México y crea valor para los inversionistas de TV Azteca, y esos son nuestros objetivos principales.”

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, la 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% del gasto de publicidad en televisión en México (aproximadamente US\$1.4 miles de millones) con su popular programación producida internamente y su innovadora fuerza de ventas.

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

Información a publicaciones financieras:

Kristin Anderson
Ludgate Communications
212.688.5144

Información adicional a prensa:

Oscar M. Argüelles Dorantes
Director de Comunicación Corporativa
TV Azteca, S.A. de C.V.
525.420.5786

AUDIENCIA DE TV AZTECA

	1998		1997	
	Ratings	Share	Ratings	Share
Tiempo Estelar (1)				
2T				
Abril	12.2	20.8%	16.4	28.8%
Mayo	11.5	19.5%	17.8	31.8%
Junio	12.5	21.3%	17.7	30.5%
3T				
Julio	11.4	19.1%	17.2	30.0%
Agosto	12.8	20.9%	16.7	28.7%
Septiembre	13.0	21.0%	18.8	31.1%
4T				
Octubre (2)	14.0	22.4%	16.9	27.5%
Día Completo				
2T				
Abril	7.3	18.7%	8.8	23.1%
Mayo	7.1	18.1%	9.6	24.9%
Junio	8.9	21.6%	9.3	24.0%
3T				
Julio	7.6	18.9%	8.9	23.2%
Agosto	7.6	18.9%	8.6	22.5%
Septiembre	8.1	19.5%	9.7	24.7%
4T				
Octubre (2)	8.2	19.7%	9.1	23.0%

(1) Lunes a Viernes; 7pm - 12am. Fuente: IBOPE Media Quiz; Muestra Nacional.



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

Pesos de poder adquisitivo del 30 de septiembre de 1998

	<u>Pesos (Millones)</u>					<u>U.S. Dólares (Millones)**</u>				
	<u>3 T 97</u>	<u>%</u>	<u>3 T 98</u>	<u>%</u>	<u>Cambio</u>	<u>3 T 97</u>	<u>%</u>	<u>3 T 98</u>	<u>%</u>	<u>Cambio</u>
Ingresos Netos	\$ 1,013	100%	\$ 1,050	100%	4%	\$ 99	100%	\$ 103	100%	4%
Costo de prog., prod y trans.	342	34%	378	36%	11%	34	34%	37	36%	11%
Gastos de venta y administración	156	15%	147	14%	-6%	15	15%	14	14%	-6%
Utilidad de operación antes de depreciación y amortización	\$ 515	51%	\$ 525	50%	2%	\$ 51	51%	\$ 52	50%	2%
Depreciación y amortización	122		179			12		18		
Utilidad de operación	\$ 393	39%	\$ 346	33%	-12%	\$ 39	39%	\$ 34	33%	-12%
Otras pérdidas, neto	(41)		143			(4)		14		
Costo integral de financiamiento										
Intereses pagados	(133)		(159)			(13)		(16)		
Intereses ganados	54		53			5		5		
Utilidad cambiaria, neto	109		(557)			11		(55)		
Ganancia por posición monetaria	64		118			6		12		
Costo neto de financiamiento	94		(545)			9		(53)		
Util. antes de la sig. provisión	\$ 528	52%	\$ (342)	-33%	-165%	\$ 52	52%	\$ (34)	-33%	-165%
Provisión p/ impuesto sobre la renta	(65)		0			(6)		0		
Utilidad (perdida) neta	\$ 463	46%	\$ (342)	-33%	-174%	\$ 45	46%	\$ (34)	-33%	-174%
Perdida neta de los accionistas minoritarios	\$ (2)	0%	\$ (11)	-1%	450%	\$ (0)	0%	\$ (1)	-1%	450%
Utilidad neta (perdida) de los accionistas mayoritarios	\$ 465	46%	\$ (331)	-32%	-171%	\$ 46	46%	\$ (32)	-32%	-171%
Tipo de cambio de fin de periodo**	\$ 7.78		\$ 10.19		31%					

*Con base en principios de contabilidad mexicana

**Los cifras en U.S. dólares representan montos en pesos mexicanos al 30 de septiembre de 1998, expresados en poder adquisitivo al 30 de septiembre de 1998, traducidos al tipo de cambio de Ps.10.19 por U.S. dólar.



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

	Pesos (Millones)					U.S. Dólares (Millones)**				
	9 meses 97	%	9 meses 98	%	Cambio	9 meses 97	%	9 meses 98	%	Cambio
Ingresos Netos	\$ 2,839	100%	\$ 3,169	100%	12%	\$ 279	100%	\$ 311	100%	12%
Costo de prog., prod y trans.	806	28%	960	30%	19%	79	28%	94	30%	19%
Gastos de venta y administración	445	16%	439	14%	-1%	44	16%	43	14%	-1%
Utilidad de operación antes de depreciación y amortización	\$ 1,588	56%	\$ 1,770	56%	11%	\$ 156	56%	\$ 174	56%	11%
Depreciación y amortización	366		526			36		52		
Utilidad de operación	\$ 1,222	43%	\$ 1,244	39%	2%	\$ 120	43%	\$ 122	39%	2%
Otras pérdidas, neto	(134)		226			(13)		22		
Costo integral de financiamiento:										
Intereses pagados	(421)		(432)			(41)		(42)		
Intereses ganados	147		220			14		22		
Utilidad cambiaria, neto	49		(1050)			5		(103)		
Ganancia por posición monetaria	199		258			20		25		
Costo neto de financiamiento	(26)		(1004)			(3)		(99)		
Util. antes de la sig. provisión y partida extraordinaria	\$ 1,330	47%	\$ 14	0%	-99%	\$ 131	47%	\$ 1	0%	-99%
Provisión p/ impuesto sobre la renta	(282)		(125)			(28)		(12)		
Util. (perdida) antes de partida extraordinaria	1,048		(111)			103		-11		
Partida extraordinaria**	150		0			15		0		
Utilidad (perdida) neta	\$ 1,198	42%	\$ (111)	-4%	-109%	\$ 118	42%	\$ (11)	-4%	-109%
Perdida neta de los accionistas minoritarios	\$ (2)	0%	\$ (12)	0%	500%	\$ (0)	0%	\$ (1)	0%	500%
Utilidad neta (perdida) de los accionistas mayoritarios	\$ 1,200	42%	\$ (99)	-3%	-108%	\$ 118	42%	\$ (10)	-3%	-108%
Tipo de cambio de fin de periodo***	\$ 7.78		\$ 10.19		31%					

*Con base en principios de contabilidad mexicana

**Beneficio fiscal por pérdidas de ejercicios anteriores.

***Los cifras en U.S. dólares representan montos en pesos mexicanos al 30 de septiembre de 1998, expresados



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

Pesos de poder adquisitivo del 30 de septiembre de 1998

	Pesos (Millones)		Dólares (Millones)**	
	30 de septiembre,		30 de septiembre,	
	1997	1998	1997	1998
Activo circulante:				
Efectivo y equivalente de efvo.	\$1,390	\$1,322	\$136	\$130
Cuentas por cobrar	1,141	1,351	112	133
Otros activos circulantes	850	1,174	83	115
Total activo circulante	\$3,381	\$3,847	\$332	\$378
Inmuebles, maq. y equipo, neto	1,661	2,609	163	256
Concesiones de televisión, neto	2,916	2,983	286	293
Otros activos	499	937	49	92
Credito mercantil, neto	92	234	9	23
Total activo a largo plazo	\$5,168	\$6,763	\$507	\$664
Activos totales	\$8,549	\$10,610	\$839	\$1,041
Pasivo circulante:				
Deuda a corto plazo	302	990	30	97
Otro pasivo circulante	572	752	56	74
Total pasivo circulante	\$874	\$1,742	\$86	\$171
Bonos	3,828	4,332	376	425
Préstamos bancarios	269	537	26	53
Anticipos de anunciantes	850	800	83	79
Otros pasivos de largo plazo	71	177	7	17
Total pasivo a largo plazo	\$5,018	\$5,846	\$492	\$574
Pasivos totales	\$5,892	\$7,588	\$578	\$745
Capital	\$2,657	\$3,022	\$261	\$297
Total pasivo y capital	\$8,549	\$10,610	\$839	\$1,041
Tipo de cambio de fin de periodo	\$ 7.78	\$ 10.19		

*Con base en principios de contabilidad mexicana

**Los cifras en U.S. dólares representan montos en pesos mexicanos al 30 de septiembre de 1998, expresados en poder adquisitivo al 30 de septiembre de 1998, traducidos al tipo de cambio de Ps.10.19 por U.S. dólar.