



TV AZTECA

CRECIMIENTO DE 20% EN EBITDA DEL PRIMER TRIMESTRE PARA LOGRAR CIFRA RECORD DE US\$53 MILLONES, CON MARGEN DE 38%

— Incremento de 9% en Ventas Netas, a Nivel Récord para un Primer Trimestre —

— Crecimiento de 79% en Utilidad Neta —

PARA SU DISTRIBUCION INMEDIATA

(Ciudad de México, México; 17 de abril de 2002) TV Azteca, S.A. de C.V. (NYSE:TZA; BMV:TVAZTCA), uno de los mayores productores de contenido para televisión en español en el mundo, anunció hoy EBITDA de US\$53 millones para el primer trimestre, 20% por arriba de US\$44 millones registrados en el mismo periodo de 2001. El margen de EBITDA fue de 38%, 400 puntos base mayor al margen de 34% del primer trimestre de hace un año. El EBITDA y el margen de EBITDA son los más altos para un primer trimestre en cuatro años.

“El crecimiento en el EBITDA fue consecuencia directa de nuestro cuidadoso análisis para seleccionar la mezcla de programación que optimiza la rentabilidad, bajo un entorno de reducida actividad económica,” comentó Pedro Padilla, Director General de TV Azteca. “Adaptamos nuestras parrillas de programación para hacerlas congruentes con los niveles de demanda de publicidad de nuestros clientes, lo que nos permitió ajustar los costos a la estacionalidad del mercado.”

“En momentos en que la estacionalidad de la demanda por publicidad en México es baja, el énfasis en la selección y programación de contenido que los anunciantes desean favorecer, en conjunto con medidas oportunas de control de costos, son determinantes para fortalecer la rentabilidad,” agregó el señor Padilla.

Resultados del Primer Trimestre

Los ingresos netos alcanzaron su nivel más alto desde 1998. En el primer trimestre, los ingresos netos fueron US\$140 millones, 9% por arriba de US\$129 millones registrados hace un año. Los costos y gastos totales fueron US\$87 millones, 2% mayores a US\$85 millones del mismo periodo del 2001. Como resultado, el EBITDA de la Compañía fue US\$53 millones, 20%

más que US\$44 millones del primer trimestre del año previo. La utilidad neta fue US\$22 millones en el trimestre, 79% más que US\$13 millones del mismo periodo del 2001.

Millones de pesos¹ y dólares² excepto porcentajes y montos por ADS.

	1T2001	1T2002	<i>Cambio</i>	
			<i>US\$</i>	<i>%</i>
Ingresos Netos				
Pesos	Ps. 1,162	Ps. 1,261		
US\$	US\$ 129	US\$ 140	<i>11</i>	<i>+9%</i>
EBITDA				
Pesos	Ps. 400	Ps. 480		
US\$	US\$ 44	US\$ 53	<i>9</i>	<i>+20%</i>
Share de Audiencia³				
Día Completo	37.3	37.0		<i>-1%</i>
Utilidad Neta				
Pesos	Ps. 114	Ps. 202		
US\$	US\$ 13	US\$ 22	<i>9</i>	<i>+79%</i>
Resultado por ADS⁴				
Pesos	Ps. 0.60	Ps. 1.07		
US\$	US\$ 0.07	US\$ 0.12	<i>.05</i>	<i>+79%</i>

¹ Pesos de poder adquisitivo del 31 de marzo de 2002.

² Conversión a dólares según tipo de cambio de 9.015 pesos por dólar al 31 de marzo de 2002.

³ Fuente: IBOPE Media Quiz. Personas, 19+, niveles socioeconómicos ABC+, C, D+ (audiencia comercial). Participación en televisores encendidos, considerando canales 2,5,7 y 13. Lunes a domingo, 6:00am-12:00am.

⁴ Los cálculos asumen un total de 188.6 millones de ADSs en circulación al 31 de marzo de 2002.

Participación de Audiencia Comercial

Durante el trimestre, la participación de audiencia comercial de TV Azteca en el día completo fue 37.0%, lo que representa una disminución de 1% comparado con 37.3% en el primer trimestre de año pasado.

“Confirmamos que las tendencias de participación de audiencia no reflejan el desempeño de los ingresos, y que su correlación con EBITDA no es significativa,” comentó Rodrigo Pliego, Director de Finanzas de TV Azteca. “Los niveles de audiencia por sí mismos, no necesariamente son atractivos para los anunciantes y pueden permanecer sin ser comercializados. Aunado a ello, al incluir los costos de producción, con frecuencia se genera un efecto negativo en rentabilidad. De acuerdo con ello, cuando utilizamos información de audiencia para la toma de decisiones, es necesario incluir un detallado análisis de rentabilidad.”

“El contenido ofensivo puede generar altos niveles de audiencia, sin embargo, normalmente no interesa a los anunciantes, y combinado con altos costos daña al EBITDA,” añadió el señor Pliego. “En TV Azteca, observamos un código de valores en la selección de programas, que contribuye a fortalecer nuestra respetuosa relación con la audiencia y los anunciantes.”

Ingresos Netos

El incremento de 9% en ingresos netos refleja respuestas integrales y efectivas a las necesidades de nuestros anunciantes; un incremento real promedio de 9% en precios de publicidad durante el primer trimestre; y niveles constantes de utilización del tiempo comercializable en el día completo, comparado con el mismo periodo del año previo.

“Durante el trimestre, la fuerza de ventas de TV Azteca se mantuvo en continua comunicación con los anunciantes y permaneció estrechamente vinculada a sus necesidades y preferencias,” comentó Gustavo Guzmán, Director General de Ventas de TV Azteca. “Brindamos a los clientes una amplia gama de opciones de publicidad, desde producto integrado hasta promociones exhaustivas de sus productos, lo que complementa adecuadamente sus campañas de publicidad y logra mayor recordación del producto.”

El ingreso neto de la Compañía en el trimestre incluye US\$4.3 millones en ventas de contenido y publicidad a Todito.com, y US\$1.6 millones en ventas de publicidad a Unefon. En el primer trimestre del 2001, las ventas a Todito.com y a Unefon fueron US\$5.2 millones y US\$800,000, respectivamente.

Azteca America Network contribuyó con US\$1.1 millones a las ventas netas, lo que representa 50% del ingreso de Azteca America. La cifra de ingresos incluye ventas de publicidad tanto de anunciantes locales como de clientes mexicanos deseosos de tener presencia entre las audiencias de alta calidad de Azteca America. Bajo los acuerdos de afiliación, los ingresos se dividen al 50-50 entre Azteca America Network y el operador de la estación local.

Costos y Gastos Totales

El 2% de incremento en costos y gastos totales en el primer trimestre resultó de un aumento de 2% en los costos de producción, programación y transmisión, así como de 5% de crecimiento en gastos de venta y de administración, en relación con igual trimestre del año previo.

Los costos de producción, programación y transmisión fueron US\$62 millones, comparados con US\$61 millones del primer trimestre del año anterior. Los costos disminuyeron 19% en relación con US\$76 millones del cuarto trimestre de 2001.

“En diversas ocasiones durante el año, sobre todo en el primer trimestre, la oferta de puntos de rating excede en forma importante a la demanda por publicidad en México,” comentó el señor Pliego. “Tales condiciones de mercado favorecieron la revisión de los presupuestos durante el trimestre, lo que se tradujo en mayor eficiencia en la producción de contenido, cambios hacia programación que genera mayor contribución, y reducciones en gastos operativos. Ello permitió trabajar con la estructura de costos necesaria para maximizar el EBITDA de la Compañía.”

Los gastos de ventas y administración fueron US\$25 millones, 5% mayores que US\$24 millones del primer trimestre del año previo, y 11% por debajo de US\$28 millones del cuarto

trimestre del 2001. Los gastos de ventas y administración reflejan cargos por reestructuración de US\$1 millón, como resultado de una reducción de 6% en la plantilla de personal de la Compañía durante el trimestre.

EBITDA y Utilidad Neta

El crecimiento de 9% en ventas netas combinado con un incremento de 2% en costos y gastos generó EBITDA de US\$53 millones, 20% mayor en comparación con US\$44 millones del primer trimestre del año previo. El margen de EBITDA fue 38%, 400 puntos base por arriba del margen de EBITDA de 34% en el primer trimestre del 2001.

En base pro forma, excluyendo US\$1 millón en gastos por despido, el EBITDA creció 23%, y el margen de EBITDA fue de 39%.

La utilidad neta fue US\$22 millones en el trimestre, 79% por arriba de US\$13 millones en el mismo periodo del 2001. El incremento en utilidad neta fue favorecido por una reducción en depreciación y amortización por US\$3 millones, como resultado de reducciones en el valor en pesos de activos fijos denominados en dólares, debido al fortalecimiento del tipo de cambio del peso frente al dólar. También contribuyó a fortalecer la utilidad neta, una reducción de US\$6 millones en gasto neto de intereses, principalmente derivado de ganancias de US\$4 millones en inversiones de portafolio.

Azteca America Network Muestra Sólido Desempeño

Azteca America Network, la compañía de televisión propiedad de TV Azteca enfocada al mercado hispano en los Estados Unidos, ha incrementado en forma importante sus niveles de audiencia desde su inicio formal de operaciones en enero de 2002.

“Los recientes niveles de audiencia de Azteca America en Los Angeles, San Francisco-Sacramento, Houston y Reno, son tan buenos o superiores a los de las estaciones de Telemundo y Telefutura en los mismos mercados, en algunos horarios importantes,” comentó Luis J. Echarte, Presidente y Director General de Azteca America Network. “Programación deportiva, de entretenimiento y novelas encabezan el crecimiento, y dentro de este último género, *Cuando Seas Mía*, ha tenido un desempeño particularmente sólido.”

Durante la última semana de marzo, *Cuando Seas Mía*, popular novela de Azteca America que se transmite a las 7:00 pm, tiempo del Pacífico, obtuvo 14% de participación de la audiencia hispana que sintoniza alguno de los cuatro principales canales en español en Los Angeles, con base en la muestra del mercado hispano de Nielsen. Ello es 40% superior al desempeño de la programación de Telemundo y Telefutura en el mismo horario, cada una con 10% de participación de audiencia. De acuerdo con estudios coincidentales independientes, los niveles de audiencia registrados por *Cuando Seas Mía* son incluso superiores a lo anterior.

Azteca America también logra captar un atractivo perfil de audiencia. De acuerdo con los estudios de Nielsen, en un comparativo entre la audiencia hispana promedio, los televidentes de Azteca America son más jóvenes, es más probable que tengan ingresos por hogar superiores a

US\$50,000, que sean empleados como profesionales, y que no estén retirados. Adicionalmente, Azteca America atrae a una mayor proporción de televidentes de origen mexicano en comparación con otras cadenas en español.

“Gracias a su especial capacidad para atraer a los México-Americanos, que representan aproximadamente 60% de los Hispanos en los Estados Unidos y una cuarta parte de la población de EUA nacida en el extranjero, Azteca America se posiciona como una opción muy atractiva para la audiencia y una empresa en continuo crecimiento.”

“Nos complace el desempeño mostrado hasta ahora por Azteca America. En la medida en que ampliamos nuestro conocimiento de las audiencias hispanas y de los anunciantes en EUA, podremos servir aún más adecuadamente sus necesidades,” comentó el señor Echarte. “Con mínimos costos operativos para TV Azteca, tenemos una gran oportunidad de contribuir a la rentabilidad de la Compañía, sin riesgos de disminución de valor.”

“Continuaremos con nuestro cuidadoso plan de expansión, en la medida en que se den oportunidades atractivas en el mercado, y haremos de cada una de nuestras afiliaciones un éxito,” añadió el señor Echarte. “Mientras nuestras operaciones en México continúen siendo alentadoras, existirá un enorme potencial de crecimiento en Azteca America.”

Unefon

“Unefon muestra desempeño operativo cada vez más sólido, y de acuerdo con su plan de negocios actual, es capaz de cubrir sus necesidades de capital,” indicó el señor Pliego. “Unefon no ha ejercido la totalidad de las garantías otorgadas por TV Azteca hace un año, lo que en conjunto con su propia generación de efectivo, dan como resultado una compañía financieramente viable.”

Al 31 de marzo del 2002, Unefon ha utilizado US\$25 millones del apoyo financiero por US\$80 millones otorgado por TV Azteca en julio del 2001. Aunado a ello, Unefon generó flujo de efectivo positivo durante el cuarto trimestre del año anterior.

A pesar del desempeño positivo de Unefon, TV Azteca mantiene su posición de vender o separar su inversión en Unefon hacia sus accionistas, con el objetivo de hacer de Unefon una compañía independiente en el futuro.

Perspectivas

“A pesar del difícil entorno macroeconómico durante el primer trimestre, generamos sólidos resultados financieros y llegamos a ser uno de los productores de contenido en español con mayores márgenes de EBITDA,” agregó el señor Pliego. “Anticipamos que mayor actividad económica en el futuro resultará en operaciones más sólidas, y en niveles superiores de rentabilidad.”

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. La Compañía también opera un canal nacional de televisión en El Salvador. Las afiliadas incluyen a Unefon, la compañía de telefonía celular enfocada al mercado masivo en México, Todito.com, portal de Internet para hispanohablantes en América del Norte, y Azteca America Network, la nueva compañía de televisión enfocada al mercado hispano en los Estados Unidos.

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.

Relaciones con Inversionistas:

Bruno Rangel
Relaciones con Inversionistas
TV Azteca, S.A. de C.V.
5255 5420 9167
jrangelk@tvazteca.com.mx

Mona Walsh
Dilenschneider Group
New York
212 922 0900
mwalsh@dgi-nyc.com

Relaciones con Prensa:

Oscar M. Argüelles Dorantes
Director General de Comunicación Corporativa
TV Azteca, S.A. de C.V.
5255 5420 1313, ext. 1585

(A continuación se presentan estados financieros)

TV AZTECA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS*
(Millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de marzo del 2002)

	Millones de pesos		Millones de dólares**				Cambio	
	1 Q	1 Q	1 Q	%	1 Q	%	Dls	%
	2001	2002	2001		2002			
Ventas netas	\$ 1,162	\$ 1,261	\$ 129	100%	\$ 140	100%	11	9%
Costos de programación, producción y transmisión	546	555	61	47%	62	44%	1	2%
Gastos de venta y administración	216	226	24	19%	25	18%	1	5%
Utilidad de Operación antes de depreciación y amort.	400	480	44	34%	53	38%	9	20%
Depreciación y amortización	141	121	16		13		(2)	
Utilidad de operación	259	360	29	22%	40	29%	11	39%
Otros gastos -Neto	(73)	(70)	(8)		(8)		0	
Costo integral de financiamiento:								
Intereses pagados	(180)	(163)	(20)		(18)		2	
Otros (gastos) ingresos financieros	(7)	31	(1)		3		4	
Intereses ganados	58	55	6		6		(0)	
Utilidad cambiaria -Neta	82	66	9		7		(2)	
Ganancia (pérdida) por posición monetaria	6	(21)	1		(2)		(3)	
Costo neto de financiamiento	(39)	(31)	(4)		(3)		1	
Utilidad antes de las siguientes provisiones	146	259	16	13%	29	21%	12	77%
Provisión para:								
Impuesto sobre la renta	(33)	(63)	(4)		(7)		(3)	
Impuesto sobre la renta diferido	-	7	-		1		1	
Utilidad neta	\$ 113	\$ 202	\$ 13	10%	\$ 22	16%	10	79%
minoritarios	\$ (1)	\$ (0)	\$ (0)		\$ (0)		0	
mayoritarios	\$ 114	\$ 202	\$ 13		\$ 22		10	
Tipo de cambio al fin del período**	\$ 9.47	\$ 9.02						

* Con base en los principios de contabilidad mexicana.

** Las cifras en U.S. dólares representan montos en pesos mexicanos al 31 de marzo de 2002, expresados en pesos de poder adquisitivo del 31 de marzo de 2002, traducidos al tipo de cambio de Ps. 9.015 por U.S. dólar.

TV AZTECA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
BALANCE GENERAL CONSOLIDADO*
(Millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de marzo del 2002)

	Millones de pesos		Millones de Dólares**		Cambio	
	31 de marzo de:		31 de marzo de:		Dls	%
	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>		
Activo circulante:						
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 1,672	\$ 1,701	\$ 185	\$ 189	3	
Cuentas por cobrar	3,078	3,715	341	412	71	
Otros activos circulantes	989	1,172	110	130	20	
Total activo circulante	5,739	6,587	637	731	94	15%
Cuenta por cobrar a Unefon	1,982	1,803	220	200	(20)	
Inmuebles, maquinaria y equipo -Neto	2,466	2,139	274	237	(36)	
Concesiones de televisión -Neto	3,670	3,556	407	394	(13)	
Inversión en Unefon	1,716	1,749	190	194	4	
Inversión en Todito	441	358	49	40	(9)	
Inversión en Pappas Telecasting		655		73	73	
Derechos de exhibición	815	980	90	109	18	
Otros activos	914	1,167	101	129	28	
Credito mercantil -Neto	874	643	97	71	(26)	
Total activo a largo plazo	12,878	13,049	1,429	1,448	19	1%
Total activo	\$ 18,617	\$ 19,636	\$ 2,065	\$ 2,178	113	5%
Pasivo circulante:						
Deuda a corto plazo	\$ 234	\$ 444	\$ 26	\$ 49	23	
Otros pasivos circulantes	996	1,216	110	135	24	
Total pasivo circulante	1,230	1,660	136	184	48	35%
Pasivo a largo plazo:						
Pagarés quirografarios	4,212	3,831	467	425	(42)	
Préstamos bancarios	1,621	1,383	180	153	(26)	
Anticipos de anunciantes	3,717	4,198	412	466	53	
Anticipos de anunciantes de Unefon	2,206	2,135	245	237	(8)	
Anticipos de Todito	822	637	91	71	(20)	
Otros pasivos a largo plazo	67	177	7	20	12	
Impuestos diferidos	395	-	44	-	(44)	
Total pasivo a largo plazo	13,040	12,361	1,446	1,371	(75)	-5%
Total pasivo	14,270	14,022	1,583	1,555	(28)	-2%
Total inversión de los accionistas	4,347	5,615	482	623	141	29%
Total pasivo e inversión de los accionistas	\$ 18,617	\$ 19,636	\$ 2,065	\$ 2,178	113	5%
Tipo de cambio al fin del período**	\$ 9.47	\$ 9.02				

* Con base en los principios de contabilidad mexicana.

** Las cifras en U.S. dólares representan montos en pesos mexicanos al 31 de marzo de 2002, expresados en pesos de poder adquisitivo del 31 de marzo de 2002, traducidos al tipo de cambio de Ps. 9.015 por U.S. dólar.

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

(Millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de marzo del 2002)

<u>Operación:</u>	Periodo de tres meses que terminó el	
	<u>31 de marzo de:</u>	
	<u>2001</u>	<u>2002</u>
Utilidad neta	\$ 113	\$ 202
Cargos (creditos) a resultados que no requirieron la utilización de recursos:		
Amortización de concesiones de televisión y credito mercantil	38	38
Depreciación	103	83
Método de participación de asociadas y afiliadas	13	6
Impuestos diferidos	-	(7)
Variación neta en cuentas por cobrar, inventarios, derechos de exhibición, partes relacionadas y cuentas por pagar y gastos acumulados	986	455
Anticipos de anunciantes de Unefon	(12)	(31)
Anticipos de Todito	(52)	(49)
Anticipo de anunciantes	(558)	(252)
Recursos generados por la operación	<u>630</u>	<u>446</u>
<u>Inversión:</u>		
Adquisición de inmuebles maquinaria y equipo-Neto	(48)	(29)
Inversión en acciones de Pappas Telecasting Companies, a través de Azteca America		(22)
Interés minoritario	(1)	(0)
Recursos utilizados en actividades de inversión	<u>(49)</u>	<u>(52)</u>
<u>Financiamiento:</u>		
Pagarés quirografarios	(128)	(115)
Préstamos bancarios -Neto	(99)	(162)
Opciones de acciones ejercidas	5	-
Recompra de acciones	-	(36)
Recolocación de acciones	96	37
Recursos utilizados en actividades de financiamiento	<u>(126)</u>	<u>(276)</u>
Aumento en efectivo y equivalentes de efectivo	455	118
Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del periodo	<u>1,217</u>	<u>1,583</u>
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	\$ <u>1,672</u>	\$ <u>1,701</u>