



AZTECA AMERICA INICIA SU CAMPAÑA DE PREVENTAS 2007-2008

—Opciones de Producto Integrado sin Paralelo—

—Número de Mercados Afiliados Crece 27% a 57 Estaciones—

—Cuenta con Nuevos Afiliados en Houston y Sacramento. Próximamente San Francisco—

PARA SU DISTRIBUCION INMEDIATA

Nueva York, Mayo 15, 2007— TV Azteca, S.A. de C.V. (BMV: TVAZTCA; Latibex: XTZA), uno de los dos mayores productores de contenido para televisión en español en el mundo, anunció hoy que Azteca America, su subsidiaria enfocada en el mercado hispano de EUA, dio inicio a su quinta campaña nacional de preventas en la ciudad de Nueva York.

El evento reunió a más de 900 personas, principalmente anunciantes, relacionados con el dinámico mercado Hispano en EUA, quienes recibieron información sobre los incrementos en cobertura de la cadena, nuevas opciones de programación producidas tanto en México como en EUA, así como una plataforma multimedia y nuevas opciones en medios para lograr un mayor crecimiento en la temporada 2007-2008.

“Tuvimos un sólido crecimiento en ventas de 29% en 2006, y continuamos fortaleciendo nuestro grupo de estaciones afiliadas para ofrecer mayor promoción y opciones de programación local”, comentó Luis J. Echarte, Presidente del Consejo de Azteca America. “Estamos muy complacidos en presentar nuevas estaciones en Houston, Sacramento y Portland. Estas son relaciones de largo plazo con afiliados que han demostrado ser operadores excelentes”.

Además de la creciente cobertura de Azteca America, la cadena presentó nuevas plataformas musicales, la mejor programación deportiva, formatos de “reality shows” de vanguardia, novelas y el regreso de programas de gran éxito. Azteca America reiteró su compromiso de ofrecer la cobertura más oportuna de noticias, así como sus planes de integrar noticiarios en diez nuevos mercados.

“Estamos comprometidos con la comunidad, y estamos generando programas que son relevantes para las audiencias de nuestra cadena, producidos tanto en México como en EUA”, indicó Adrián Steckel, Director General de Azteca America.

Azteca America es una cadena completamente integrada, propietaria de su programación, lo que permite ofrecer oportunidades de producto integrado como ninguna otra televisora en español en EUA. Azteca America presenta alternativas creativas y flexibles que van más allá de la

publicidad tradicional, lo que hace que el producto alcance mayor recordación entre las audiencias. Ello es esencial para un plan integral de medios.

“La capacidad de la compañía de ofrecer opciones de producto integrado es inigualable en la industria”, comentó Bob Turner, Presidente de Ventas de Azteca America. “Nuestro equipo de ventas se encuentra fortalecido y está comprometido con ir más allá de las opciones publicitarias tradicionales”.

El señor Steckel, presentó las nuevas opciones de contenido que darán un impulso adicional a la popular parrilla de programación de la cadena, tales como nuestro exitoso formato musical *Disco de Oro*, y las novelas *Mientras Haya Vida* y *Se Busca un Hombre*.

Otros lanzamientos de programas musicales incluyen, *Premio de la Gente*, *Billboard Regional Latino Especial*, *Premio a la Música Regional*, así como *Fiebre a la Danza*. Las opciones en deportes incluyen boxeo de alta calidad con *Boxeo Latino*; una nueva serie llamada *Ultimate Fighting Championships* el “reality show” de boxeo *Retador Azteca* y los programas *DeportTV America* y *Tiempo Extra*. Los programas de entrevistas, variedad y comedia incluyen *Bienvenido a casa*, con Omar Fierro, *Sexo Sentido* y *Peor es Nada*. Los “reality shows” para la siguiente temporada incluyen *Suegras II*, *La Academia*, *La Academia USA* y *Cambio Extremo*. Adicionalmente, un acuerdo de programación con Discovery Networks traerá exitosos programas para adultos y niños. Finalmente, el regreso de éxitos como *Ventaneando America* e *Historias Engarzadas* complementarán los programas de noticias y espectáculos producidos en los estudios digitales de Azteca America en la ciudad de Los Angeles.

La fuerte programación también será difundida a través de nuevas tecnologías gracias al nuevo sitio www.aztecaamerica.com, operado por Terra Networks, así como nuevas opciones de telefonía a través de MobiTV, y voto interactivo con mensajes de texto por telefonía celular para nuestros “reality shows”, entre otros.

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 Azteca Web, compañía de Internet para hispanohablantes en Norteamérica.

Azteca America es la cadena de televisión hispana de más rápido crecimiento en los EUA. Azteca America actualmente tiene presencia en 57 mercados Hispánicos, que incluyen: Los Angeles, Nueva York, Miami, Houston, Chicago, Dallas, San Antonio, San Francisco-Oakland-San Jose, Phoenix, Brownsville-McAllen, Sacramento-Stockton-Modesto, Albuquerque, Fresno-Visalia, San Diego, Denver, El Paso, Orlando, Filadelfia, Tampa, Washington DC, Atlanta, Austin, Las Vegas, Boston, Tucson, Corpus Christi, West Palm Beach-Ft. Pierce, Seattle, Bakersfield, Hartford, Portland, Salt Lake City, Monterey-Salinas, Laredo, Naples-Ft. Myers, Palm Springs, Raleigh-Durham, Odessa, Colorado Springs, Milwaukee, Santa Barbara, Lubbock, Amarillo, Yakima, Wichita, Oklahoma, Reno, Greenville, Abilene, New Orleans, Omaha, Tulsa, Boise, Toledo, Chattanooga, Victoria, Twin Falls y Charleston.

Azteca America es una compañía de Grupo Salinas. Visite: www.gruposalinas.com; www.aztecaamerica.com/corporate

Relación con Inversionistas:

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

Marcia San Román
+ 52 (55) 1720 0041
msromang@tvazteca.com.mx

Relación con Prensa:

Daniel McCosh
(323) 517 0370
o
+ 52 (55) 1720 0059
dmccosh@tvazteca.com.mx