



# TV AZTECA®

## Señal con Valor



### Mercado

TV Azteca es una de las empresas televisoras más eficientes del mundo, y la segunda productora de contenido televisivo en español: Cada año invierte millones de dólares en nuevas producciones, lo que se traduce en más de 10,000 horas de programación original.

La televisora cuenta con una participación de audiencia comercial del 40% en México y exporta su programación más popular a más de 100 países, empezando por Estados Unidos, en donde alcanza a más del 82% de la población hispana a través de Azteca America.

La programación de TV Azteca se enfoca a los segmentos demográficos de los niveles socioeconómicos ABC+, C y D+, los cuales componen la audiencia comercial, que representa el 63% de la población mexicana.

Su fuerza de ventas ha tenido el tino de diseñar propuestas publicitarias óptimas para los mercados de bienes y servicios, para lo cual ha ajustado los canales de distribución de acuerdo a las necesidades de los clientes, ya sean regionales, nacionales o multinacionales.

### Logros

TV Azteca se enorgullece de haber desarrollado un modelo de negocios vanguardista, que le permite crecer en el gusto de la audiencia, mantener una estrecha relación con los anunciantes y contar con empleados contentos y comprometidos, además de preciarse de haber creado grandes talentos en los últimos años.

Por otro lado, TV Azteca impulsó el Concurso Hispanoamericano de Guión de Telenovela con Valores, con el objetivo de refrendar el compromiso con los valores fundamentales de la sociedad y construir una televisión de calidad, a través de la producción de historias de alto contenido social.

### Historia

El 2005 fue un gran año para TV Azteca: Inició con la 10a. edición del Juguetón, el cual, como cada año, tuvo lugar en el zócalo capitalino, donde, el 6 de enero, se reunió el equipo de Jorge Garralda que, con su poder de convocatoria y un enorme esfuerzo de coordinación, realizó la entrega anual de juguetes en beneficio de los niños de bajos recursos económicos, logrando superar la meta establecida al reunir 8 millones 157 mil 397 juguetes, con los que se obsequiaron millones de sonrisas.

La televisora estrenó “Descontrol”, la primera y única serie mexicana de dibujos animados, la cual consiste en una parodia de la realidad que evidencia la gran creatividad de nuestro pueblo. Asimismo lanzó la telenovela



vela “La otra Mitad del Sol”, encabezada por actores de la talla de Anette Michel y Demián Bichir, que contó con una inmediata aceptación.

El exitoso y reconocido *reality show* “La Academia” lanzó a una nueva generación que fue transmitida en Los Ángeles, California, en donde logró colocarse como número 1 en audiencia de los programas de su género, mientras que, en territorio mexicano, “La Academia 4a. Generación” finalizó en la Arena Monterrey; el gran triunfador fue Erasmo Catarino.

En el campo de las noticias, Fuerza Informativa Azteca (FIA) demostró un gran profesionalismo e inmejorable calidad en la cobertura del acontecimiento más trascendente y triste del mundo católico: la muerte de Juan Pablo II. Con un esfuerzo sin precedentes, el equipo de productores, conductores, editorialistas, camarógrafos, corresponsales, editores, técnicos y especialistas de TV Azteca le llevó al pueblo de México hasta el último detalle del deceso y el nombramiento de Joseph Ratzinger como el nuevo papa, Benedicto XVI.

Otra telenovela de gran éxito que TV Azteca estrenó en el 2005 fue “Amor en Custodia”, que inició transmisiones en horario estelar y no tardó en colocarse en el puesto número 1 de la televisión mexicana al lograr un nivel de audiencia histórico, gracias tanto a la gran calidad de producción como a su excelente elenco.

Para el mes de septiembre del 2005 lanzó “Bailando por un Millón”, el primer programa de baile en el que las parejas participantes podían ganar un millón de pesos: Durante dos horas, famosos artistas de TV Azteca bailaban con el público, haciendo gala de sus mejores pasos en diversos géneros musicales.

Otra producción memorable fue “De Nuevo de Pie”, un documental que rindió homenaje a todas las víctimas del terremoto de la Ciudad de México en 1985, a 20 años de la tragedia. El programa mostró el drama particular de 5 familias de diferentes clases sociales.

Cuando en octubre de ese año los huracanes Stan y Wilma azotaron a nuestro país, FIA demostró una vez más su profesionalismo al realizar un recorrido in vivo por las zonas afectadas, con lo que logró sensibilizar a la audiencia, que se solidarizó con nuestros compatriotas.

En el ámbito de los deportes, TV Azteca realizó una extraordinaria labor para llevar al pueblo de México una transmisión sin precedentes de los juegos olímpicos de invierno, desde Torino, Italia.

Y el año cerró con broche de oro cuando se reconoció, por segunda ocasión, a TV Azteca como la televisora más prestigiada, por su contenido en pantalla con responsabilidad social, y fue galardonada con el premio Qualitas a Favor de lo Mejor.

El año 2006 también ha sido especialmente favo-

nable para TV Azteca: Nuevamente inició con el Juguetón, cuya 11a. edición superó a la anterior con la recaudación de 10 millones 273 mil 631 juguetes, que sembraron la felicidad en los niños de escasos recursos.

Por supuesto, TV Azteca tuvo una destacada participación en las transmisiones de la Copa Mundial de Fútbol Alemania 2006: Los Protagonistas estuvieron en vivo desde Leipzig durante el sorteo de la FIFA, en el que se conoció la conformación de los grupos de los 32 países clasificados, y los televidentes pudieron disfrutar de una cobertura integral con personalidades como Jorge Valdano, César Luis Menotti, Javier Aguirre y el gran elenco de los estudios de deportes, novelas, espectáculos y entretenimiento.

Otro acontecimiento de este año fue que el programa “Ventaneando” cumplió 10 años al aire, manteniéndose en el gusto del público gracias a un admirable esfuerzo de producción, así como al carisma de sus conductores y su incansable trabajo periodístico y personal.



Por su parte, llegó a su desenlace la telenovela “Los Sánchez”, una divertida producción que contó la historia de Tito Sánchez, quien por un golpe de suerte se convirtió en el presidente de uno de los corporativos más importantes del país.

Entre los grandes lanzamientos de la televisora durante el 2006 está “Desafío de Estrellas”, un programa dominical que llevó a la pantalla lo mejor de las cuatro generaciones de “La Academia”, con lo que llegó al corazón de todo el público mexicano. Además, inició con gran éxito “La Academia Cinco”, mejor conocida como la “Generación de la Luz”.

Se estrenó también la exitosa telenovela “Montecristo”, una ambiciosa producción protagonizada por la actriz mexicana Silvia Navarro y el argentino Diego Olivera. La historia está basada en la célebre novela de Alejandro Dumas y ofrece el relato de un joven afortunado en todos los sentidos, hasta que la traición de algunos allegados convierte toda su vida en un infierno.



Y a finales de agosto se lanzó la telenovela “Campeones”, que hace referencia a los sectores populares, en contraste con la vida de las altas esferas sociales, además de que aborda el mundo del box, con sus dramas y su mística.

Por otro lado, en Azteca 7 —“El Canal de Tu

Selección”—, se estrenaron un conjunto de series de renombre internacional, como “Grey”, “Almas Perdidas”, “Bones” y “El Escudo”, además un noticiero de comedia, “El Informal”, el concurso juvenil “Invadecuartos” y la comedia con crítica social “Supercívicos”.



### Producto

TV Azteca es una empresa que produce anualmente más de 10,000 horas de programación de alta calidad, que informa, entretiene y educa, siempre bajo un código ético y de valores.

En el ámbito deportivo, sus comentaristas han creado y consolidado un estilo único para presentar la información sobre los

eventos del mundo de los deportes, con lo que han capturado a un sinnúmero de aficionados. Aquí destacan Los Protagonistas, que cubrieron de manera exitosa la Copa Mundial de Fútbol Alemania 2006.



En cuanto a la información, los noticieros de TV Azteca nunca pierden su objetividad y confiabilidad: “De 7 a 9”, “Hechos Meridiano”, “Hechos Siete” y “Hechos Noche” comunican, veraz y eficientemente, los sucesos sociales, políticos y económicos tanto en México como en el resto del mundo. Asimismo se cubre el comportamiento de los mercados, la tecnología y el entretenimiento, con un estilo sencillo y dinámico, que ha logrado captar grandes audiencias.

La programación de TV Azteca está diseñada para dar gusto a todo tipo de televidentes: Están los programas de entretenimiento, como “El Asesino”, “Infarto” o “El Rival más Débil”, enfocados principalmente a los jóvenes, y los programas de revista, como “Venga la Alegría” y “Con Sello de Mujer”, que captan a la audiencia femenina, además de producciones del gusto de toda la familia, como “Desafío de Estrellas”, que une el talento de todas las generaciones de “La Academia”.

Por su parte, Azteca Novelas es una marca bien posicionada y un proveedor líder de producciones a nivel global: Desde 1997 a la fecha ha producido más de 70 novelas y miniseries, de las cuales, las más

exitosas se han exportado a más de 100 países y se están traduciendo a más de 18 idiomas.

Y la cultura, el análisis y la opinión también son parte integral de TV Azteca, que ha respondido a la demanda pública de abrir un espacio televisivo a la inteligencia, el diálogo, la crítica y la reflexión. “La Entrevista con Sarmiento”, “Entre 3”, “Quinto Poder”, “Animal Nocturno” y “Frente a Frente” son ejemplos de éxito de esta barra.

### Desarrollos Recientes

Durante este 2006 TV Azteca inició las transmisiones de alta calidad en imagen y audio al brindar a sus televidentes una señal de alta definición (High Definition): en la Ciudad de México, en los canales 24 y 25;

en Guadalajara, 31 y 33; en Monterrey, 39 y 43; en Tijuana, 28 y 29; en Mexicali, 28 y 25; en Ciudad Juárez, 34 y 36; en Reynosa, 36; en Matamoros, 12 y 33, y en Nuevo Laredo, 50 y 51.

Con el fin de mejorar el servicio y la atención a sus clientes, TV Azteca implementó Azteca en Línea, un siste-

ma que permite a sus anunciantes colocar, desde su computadora, sus solicitudes de pauta, para poner así sus spots en los espacios que les convengan para un día, semana, mes o año.

### Promoción

La fuerza de ventas de TV Azteca siempre está lista para integrar cualquier producto o servicio a la pantalla, con programas como Producto Integrado, el cual ofrece soluciones innovadoras y conceptos impactantes que rompen con esquemas tradicionales.

TV Azteca cree en el crecimiento conjunto, en la conversión de sueños a metas y en el compromiso con su gente y sus clientes, por lo que siempre está dispuesta a encontrar soluciones innovadoras.

### Valores de Marca

Desde su fundación, TV Azteca estableció un proyecto de comunicación basado en la ética universal, valores y tradiciones, así que se fijó como objetivo fundamental la producción de los mejores contenidos de habla hispana del mundo no sólo para entretener e informar, sino para formar a la sociedad.

De ahí la importancia que da a sus principios, que le permiten ser mejor tanto a nivel personal como profesional... A través de sus valores busca reforzar la idea de que la familia es el centro de nuestra sociedad y el motor de nuestras acciones, por lo que merece respeto, valoración y cuidado.

### Cosas Que Usted No Sabía Sobre TV Azteca

- TV Azteca produce más de 10,000 horas de programación original al año.
- De 1997 a la fecha, TV Azteca ha realizado más de 70 telenovelas y miniseries.
- “La Academia” traspasó fronteras y llegó a territorio estadounidense a través de Azteca America.