



CONTACTO: Rosemary Mercedes
 Univision Network
 (212) 455-5335
 rmercedes@univision.net

UNIVISION SE CLASIFICA COMO LA CADENA #2 ENTRE TODOS LOS ADULTOS 18-34 DURANTE EL “SWEEP” DE JULIO

Les gana a ABC, CBS, NBC, o FOX en 9 de cada 10 noches del período de sweep

MIAMI, FL, 1^{ro} DE AGOSTO, 2007– A punto de terminar el período de medición de audiencia llamado “sweep” del mes de julio, Univision se ha asegurado el ranking #2 de las cadenas televisivas del país entre todos los Adultos 18-34, no sólo los hispanos, y ha superado en audiencia a ABC, CBS, NBC, o FOX en 23 de 26 noches en horario estelar, lo que equivale al 89% del período de sweep.

Según el servicio Nielsen Television Index (NTI), éste es el séptimo sweep consecutivo en que Univision queda clasificada como la quinta cadena de televisión abierta del país, detrás de FOX, ABC, CBS y NBC, y por encima de CW y MNT en horario estelar – entre todos los Adultos 18-49 del país, no sólo los hispanos.

Detalles del Sweep – Durante el sweep de julio 2007:

- Univision fue la cadena abierta # 2 en horario estelar, detrás de FOX entre Adultos 18-34 (1,040,000), Personas 12-34 (1,255,000), y Niños 2-11 (420,000), y superando a ABC, CBS, NBC y CW.
- Univision fue la cadena abierta #1 en horario estelar entre Adultos 18-34 en cinco noches durante el sweep de julio 2007.
- Univision fue la cadena abierta #1 en horario estelar entre Adultos 18-49 en dos noches durante el sweep de julio 2007.
- Univision transmitió 2 de los 20 programas más sintonizados por Adultos 18-34 durante el sweep de julio: el partido de México vs. Argentina de la Copa América 2007 (#3) y “Premios Juventud” (#17).
- Univision y su hermana TeleFutura fueron las cadenas abiertas con la audiencia más joven en horario estelar durante el sweep de julio 2007, con una edad promedio aproximada de 33 años.

Cadena	Edad promedio
TELEFUTURA	33
UNIVISION	33
CW	36
FOX	43
MNT	46

ABC	48
NBC	50
CBS	54

- Univision captó tres veces más Televidentes Totales 2+ (3,075,000 vs. 1,037,000), Adultos 18-34 (1,040,000 vs. 319,000) y Adultos 18-49 (1,777,000 vs. 594,000) que Telemundo en horario estelar.

Detalles de programación – Durante el sweep de julio 2007:

- La cuarta entrega anual del especial “Premios Juventud”, transmitida el jueves 19 de julio, 8 -11 p.m.:
 - *Premios Juventud 2007* captó una audiencia enorme en grupos demográficos claves:

▪ Personas 2+	4,903,000
▪ Adultos 18-34	1,755,000
▪ Adultos 18-49	2,773,000
▪ Adolescentes 12-17	533,000
▪ Niños 2-11	881,000
▪ Personas 12-34	2,288,000
 - Durante la noche entera del jueves, de 8 a 11 p.m., Univision tuvo el siguiente ranking:
 - #1 entre Personas 12-34, Adolescentes 12-17 y Niños 2-11
 - #2 entre Adultos 18-34
 - #3 entre Televidentes Totales y Adultos 18-49
 - *Premios Juventud 2007* ocupó el primer lugar de sintonía durante toda la noche entre Adolescentes 12-17 y Niños 2-11, superando a todos los programas en inglés incluyendo los nuevos espacios “Don’t Forget The Lyrics”, “So You Think You Can Dance” y “Are You Smarter Than a 5th Grader?”
- El partido México vs. Argentina de la Copa América 2007, emitido por Univision el 11 de julio, clasificó entre los 5 programas más vistos en todas las cadenas del país durante el sweep de julio 2007 por Adultos 18-34 (ganándole al juego All-Star de la MLB) y por Hombres 18-34.
- El partido México vs. Argentina de la Copa América 2007 por Univision (7/11/07) ocupa el lugar #6 entre todas las cadenas abiertas entre Adultos 18-49.

Fuente: NTI , 7/5/07-7/30/07

A nivel local, las estaciones de Univision obtuvieron resultados igualmente excelentes durante el sweep de julio 2007

- Entre el total de Adultos 18-34 en todas las estaciones propias de y operadas por Univision, en mercados medidos por el People Meter (Los Angeles, Nueva York, Chicago, Dallas y San Francisco), **los 2 programas de mayor sintonía en todo el período sweep de julio** fueron partidos o programas postpartido de la Copa América.

Detalles del horario estelar

- Las estaciones de Univision ocuparon el puesto **#1 durante el horario estelar** en Los Angeles, Nueva York, Dallas y San Francisco entre el total de Adultos 18-34. Univision también superó a sus

competidores en horario estelar entre el total de Adultos 18-49 en Los Angeles y Dallas, y entre el total de Hogares en Los Angeles y Miami.

- Univision también experimentó aumentos de audiencia de año a año durante el horario estelar entre el total de Adultos 18-34 en Chicago (+25%), Dallas (+11%) y San Francisco (+19%).

Definición de horario estelar en televisión abierta: ABC/CBS/NBC/IND/SLTV lun-sáb 8P-11P/dom 7P-11P E/P; lun-sáb 7P-10P/dom 6P-10P Centro y FOX/MNT/CW lun-sáb 8P-10P/dom 7P-10P E/P; lun-sáb 7P-9P/dom 6P-9P C

Detalles de los noticieros locales

- Las estaciones de Univision ocuparon el lugar #1 de sintonía con sus noticieros vespertinos y nocturnos entre el total de Adultos 18-34 en Los Angeles, Nueva York, Dallas y San Francisco. También entre Adultos 18-49, los noticieros vespertinos y nocturnos de Univision ocuparon el puesto #1 en Los Angeles, Dallas y San Francisco.
- Los noticieros vespertinos locales de Univision registraron aumentos de audiencia año a año entre el total de Adultos 18-34 en Nueva York (+31%), Chicago (+60%), Dallas (+29%) y San Francisco (+80%); entre el total de Adultos 18-49 en Chicago (+11%), Dallas (+21%) y San Francisco (+40%); entre el total de Hogares en Houston (+6%). Chicago (+15%) y San Antonio (+36%)
- Los noticieros nocturnos locales de Univision registraron aumentos de audiencia año a año entre el total de Adultos 18-34 en Nueva York (+21%), Chicago (+50%), Dallas (+35%) y San Francisco (+36%); entre el total de Adultos 18-49 en Nueva York (+7%), Chicago (+14%), Dallas (+18%) y San Francisco (+8%); entre el total de Hogares en Los Angeles (+11%), Nueva York (+19%), Chicago (+17%) y San Antonio (+42%).

Definición de noticiero local: Vespertino – L-V 6-6:30pm E/P, 5-5:30pm C; Nocturno – L-V 11-11:30pm E/P, 10-10:30pm C

Fuente: NSI, 7/5/07-7/30/07

Univision Communications Inc. es la empresa líder de medios de comunicación de habla hispana en Estados Unidos. Sus operaciones incluyen Univision, la cadena de televisión en español más vista en EE.UU., con cobertura del 99% de los hogares hispanos del país; TeleFutura, la cadena de televisión en español lanzada en 2002, con cobertura del 89% de los hogares hispanos de EE.U.U.; Galavisión, la cadena de televisión por cable en español líder en el país; el Grupo de Televisión Univision, propietario y operador de 62 estaciones de televisión en los principales mercados hispanos de EE.UU. y Puerto Rico; Univision Radio, el principal grupo radial en español, propietario y/u operador de 70 emisoras de radio en 16 de los 25 principales mercados hispanos y de 5 emisoras de radio en Puerto Rico; Univision Music Group, que incluye los sellos discográficos Univision Records, Fonovisa Records, La Calle Records y la empresa mexicana Disa Records, y las empresas editoriales Fonomusic y American Musical Publishing; y Univision Online, el destino de Internet en español más importante de EE.UU. con portal www.univision.com. Univision Communications tiene un 50% de participación en TuTv, empresa formada para distribuir en EE.UU los canales de televisión por cable de Televisa, y una participación sin derecho a voto del 14.9% en Entravision Communications Corporation, compañía pública de medios de comunicación en español. Univision Communications tiene su centro de operaciones de sus cadenas de televisión en Miami y estaciones y oficinas de ventas de televisión y radio en las principales ciudades de Estados Unidos.

Para mayor información, por favor visite www.univision.net.