



CONTACTO:

Rosemary Mercedes

Univision Networks

212-455-5335

marketingcomm@univision.net

DURANTE EL “SWEEP” DE JULIO, TELEFUTURA REGISTRA AUMENTOS DE AUDIENCIA DE DOS DÍGITOS CON RESPECTO AL AÑO PASADO EN GRUPOS DEMOGRÁFICOS CLAVES

Le gana a Telemundo en mercados importantes y supera a CW en cuatro noches entre Adultos 18-34

MIAMI, FL, 1^o de agosto, 2007 — A punto de terminar el período de medición de audiencia llamado “sweep” de julio 2007, la cadena TeleFutura ha experimentado un aumento de audiencia de dos dígitos en horario estelar, en comparación con el año pasado, en grupos demográficos claves.

Horario estelar de TeleFutura **Lun-Dom 7p.m.-11p.m. Audiencia (000)**

	<u>Julio '06</u>	<u>Julio '07</u>	<u>% Cambio</u>
Hogares	309	454	+47%
Personas 2+	478	723	+51%
Adultos 18-34	153	249	+63%
Adultos 18-49	275	455	+65%
Mujeres 18-49	110	164	+49%
Hombres 18-49	165	291	+76%
Niños 2-11	78	97	+24%
Adolesc 12-17	32	53	+66%

Además, TeleFutura superó a Telemundo en el horario estelar entre Hombres 18-34 y 18-49:

Hombres 18-34		
	<u>Horario estelar</u>	<u>L-D/7-11pm</u>
	<u>de TV abierta</u>	
TF	178	159
TEL	146	140
% ventaja	+22%	+14%

Hombres 18-49		
	<u>Horario estelar</u>	<u>L-D/7-11pm</u>
	<u>de TV abierta</u>	
TF	326	291
TEL	272	251

% ventaja +20%

+16%

Adicionalmente, TeleFutura le ganó a CW en el horario estelar en cuatro noches entre Adultos 18-34:

	<u>TeleFutura</u>	<u>CW</u>
7/5/07	710	535
7/8/07	374	268
7/10/07	909	429
7/24/07	287	280

Detalles de programación

- “Qué Dice La Gente” (lun-vier 7-8pm) duplicó su sintonía en comparación con el año pasado entre Adultos 18-34 (279,000 vs. 146,000), Adultos 18-49 (247,000 vs. 121,000), Mujeres 18-49 (123,000 vs. 65,000) y Hombres 18-49 (124,000 vs. 56,000).
- “Cine de Las Estrellas” (L-J) registró aumentos de audiencia de dos dígitos en comparación con el año pasado en grupos demográficos importantes: Personas 2+ (+11%), Adultos 18-34 (23%), Adultos 18-49 (23%), Hombres 18-34 (12%), Hombres 18-49 (11%), y Mujeres 18-49 (46%).
- En deportes, el partido Brasil vs. Uruguay de la Copa América 2007, transmitido por TeleFutura el 10 de julio, clasificó entre los 10 eventos deportivos de mayor sintonía del sweep de julio 2007, ocupando el puesto #6 entre Adultos 18-49 y #7 entre Adultos 18-34, Hombres 18-34 y Hombres 18-49.

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

A nivel local, las estaciones de TeleFutura obtuvieron resultados igualmente excelentes durante el sweep de julio.

Detalles del horario estelar

- TeleFutura quedó clasificada como la estación en español #2 en horario estelar, por encima de Telemundo, en los siguientes mercados:
 - Entre Adultos totales 18-34 y 18-49, Televidentes 2+: Los Angeles, Chicago
 - Entre Hombres totales 18-49 y 18-34: Los Angeles, Chicago, San Francisco
 - Entre Hogares totales: Los Angeles, Chicago, Sacramento
- En Los Angeles, TeleFutura sobrepasó a Telemundo en el horario estelar, el cual incluye el bloque de películas bandera de TeleFutura, “Cine de las Estrellas” (lun-jue 8pm-10pm E/P), captando un promedio mayor de televidentes que el competidor de habla hispana en todos los grupos demográficos claves.
- TeleFutura también experimentó aumentos de sintonía año a año durante el horario estelar entre grupos demográficos claves: total de Adultos 18-34 en Chicago (+14%) y Dallas (+38%); total de Adultos 18-49 en Los Angeles (+33%), Chicago (+17%) y Dallas (+50%).
- TeleFutura registró un crecimiento de audiencia con respecto a julio del año pasado en la mayoría de los mercados en Hogares totales: Los Angeles (+39%), Miami (+23%), Chicago (+14%), Houston (+15%), Dallas (+22%), Sacramento (+25%).

- “Qué Dice La Gente” (lun-vier 7-8pm E/P) registró aumentos de sintonía año a año entre importantes grupos demográficos:
 - Total de Hogares: Los Angeles (+150%), Nueva York (+20%), Miami (+67%), Chicago (+167%), Dallas (+75%), San Antonio (+367%)
 - Total de Adultos 18-49: Los Angeles (+200%), Nueva York (+33%), San Francisco (+100%), Chicago (+100%), Dallas (+150%)
 - Total de Adultos 18-49: Los Angeles (+200%), Nueva York (+100%), Chicago (+100%), Dallas (+100%)
 - Total de Televidentes 2+: Los Angeles (+150%), Nueva York (+33%), Chicago (+150%), Dallas (+33%), San Francisco (+100%)

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

Detalles del horario “día total”

- TeleFutura quedó clasificada como la estación en español #2 en el horario denominado “día total”, ganándole a Telemundo, en los siguientes mercados:
 - Total de Adultos 18-34: Los Angeles, Chicago
 - Total de Adultos 18-49: Los Angeles, Dallas
 - Total de Hombres 18-34: Los Angeles, Chicago, San Francisco
 - Total de Televidentes 2+: Los Angeles, Chicago, Dallas
 - Total de Hogares: Los Angeles, Dallas, Houston, Sacramento
- TeleFutura también experimentó aumentos de audiencia año a año durante el día total en Los Angeles (+50%), Chicago (+33%) y Dallas (+50%) entre Adultos totales 18-34; en Los Angeles (+75%) y Dallas (+67%) entre Adultos totales 18-49; en Los Angeles (+100%), Chicago (+50%) y Dallas (+33%) entre el total de televidentes 2+.

Definición de “día total”: lun-dom 6am – 2am

Detalles del horario diurno

- El popular programa diurno de TeleFutura, “Escándalo TV”, le ganó a Telemundo en cada una de las estaciones propiedad de y operadas por TeleFutura en mercados Meter en Hogares totales (Los Angeles, New York, Miami, Chicago, Houston, Dallas, San Antonio, San Francisco, Phoenix and Sacramento).
- “Escándalo TV” de TeleFutura también le ganó a Telemundo entre grupos demográficos claves: total de Adultos 18-34 en Los Angeles y Chicago, y Adultos 18-49 en Los Angeles, Nueva York, Chicago y Dallas.

Definición de horario diurno: lun-vier 11am – 2pm E/P, 10am – 1pm C

Detalles deportivos

- La Copa América 2007, el Campeonato Mundial Sub-20 de la FIFA y la SuperLiga le dieron a TeleFutura una ventaja competitiva sobre la programación deportiva de las cadenas en inglés:
 - TeleFutura presentó 5 de los 10 eventos deportivos más sintonizados por el total de Adultos 18-34 y Hombres 18-34 durante todo el período sweep en Los Angeles, Dallas y San Francisco.
 - En Los Angeles y Dallas, dos partidos de la Copa América (Brasil vs. Uruguay el 7/10/07 y Argentina vs. Paraguay el 7/5/07) y el partido Argentina vs. México (7/15/07) del Campeonato Mundial Sub-20 superaron en sintonía al juego All- Star de la MLB por Fox entre el total de Adultos 18-34 y Hombres 18-34.
 - Los partidos de la Copa América transmitidos por TeleFutura clasificaron como 2 de los 5 eventos deportivos de mayor audiencia durante todo el período de sweep en Nueva York, ganándoles a todos los juegos de béisbol de los Yankees y Mets entre el total de Adultos y Hombres 18-49, sin importar el idioma.

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.

###