



**PARA DIVULGACIÓN INMEDIATA**

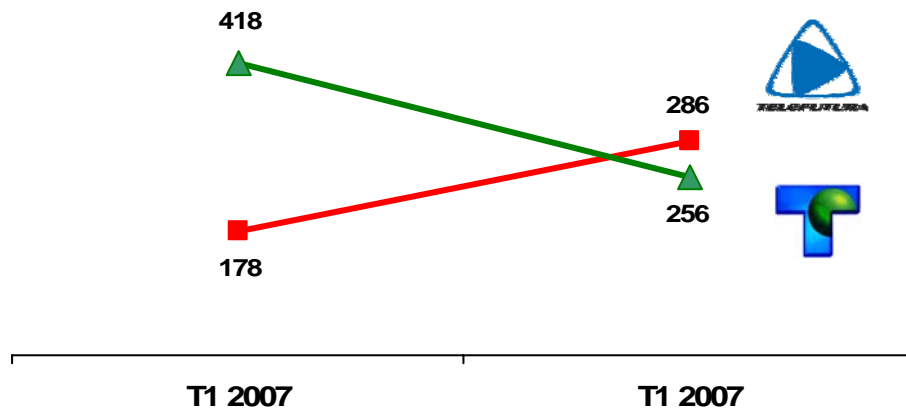
CONTACTO: Denise Matamoros  
212-455-4712  
dmatamoros@univision.net

**POR PRIMERA VEZ, TELEFUTURA ES LA CADENA #2 DURANTE UN TRIMESTRE COMPLETO EN HORARIO ESTELAR Y DÍA TOTAL ENTRE ADULTOS HISPANOS 18-34**

**MIAMI, FL, 10 de abril, 2007** – Por primera vez en su historia, TeleFutura reinó como la cadena de televisión en español #2 de los Estados Unidos durante un trimestre completo, tanto en Horario Estelar como en el horario llamado “Día Total”, entre Adultos Hispanos 18-34. En el primer trimestre de 2007, TeleFutura no sólo logró los más altos niveles de sintonía jamás registrados en un primer trimestre en horario estelar entre Adultos Hispanos 18-34, sino que además superó a Telemundo por segundo trimestre consecutivo en el horario Día Total entre ese importante grupo demográfico.

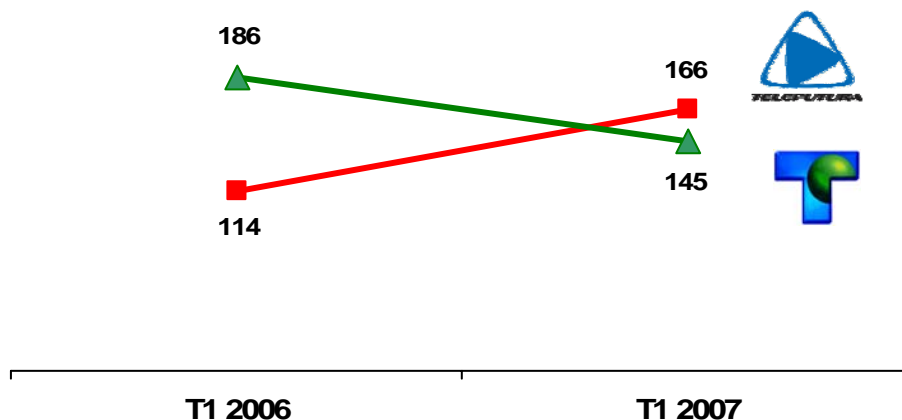
La audiencia de Adultos Hispanos 18-34 de TeleFutura en Horario Estelar (286,000) creció un impactante +61% en comparación con un año atrás, mientras que la audiencia de Telemundo (256,000) disminuyó (-39%).

**Horario Estelar L-D 7 p.m.-11 p.m.**  
**Audiencia de Adultos Hispanos 18-34 (000)**



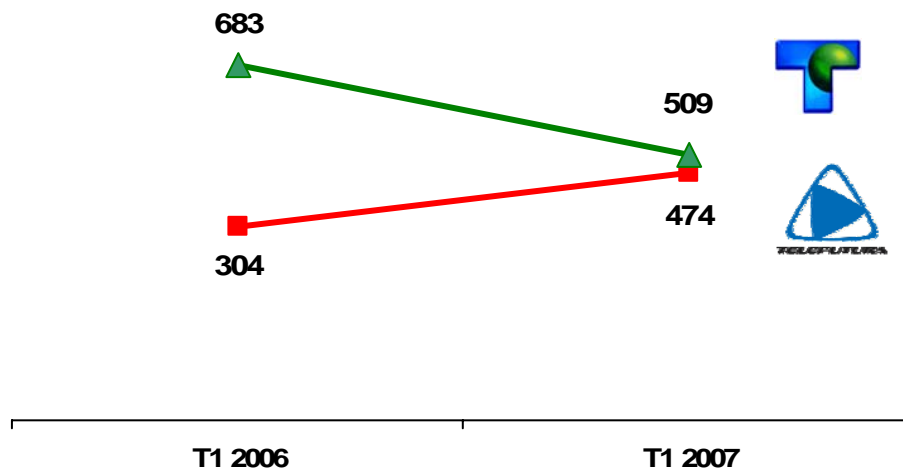
De un año al otro, TeleFutura vio incrementarse su audiencia de Adultos Hispánicos 18-34 en el horario denominado Día Total (166,000, +41%), superando a la audiencia de Telemundo (145,000), la cual disminuyó (-22%).

**Día Total L-D 7 a.m.-2 a.m.**  
**Audiencia de Adultos Hispánicos 18-34 (000)**

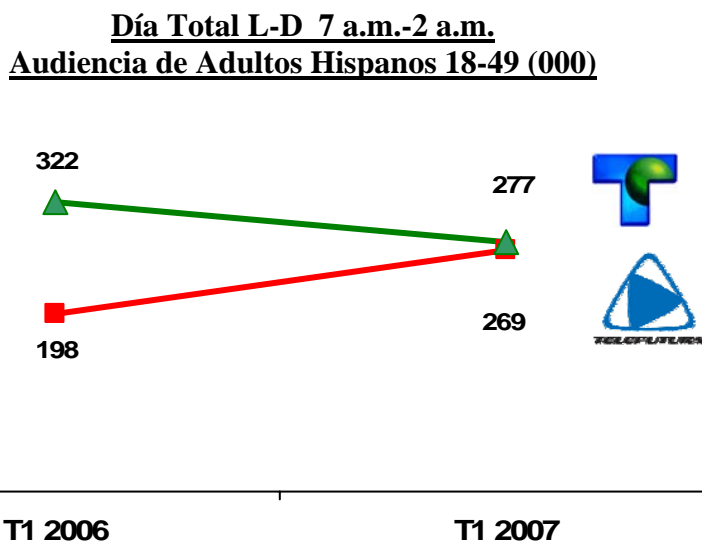


En el grupo demográfico formado por Adultos Hispánicos 18-49, TeleFutura también mantuvo su trayectoria de crecimiento de dos dígitos durante el primer trimestre de 2007. En Horario Estelar, TeleFutura logró una audiencia récord en comparación con cualquier trimestre, no sólo otros primeros trimestres, en la historia de la cadena. La audiencia de TeleFutura de Adultos Hispánicos 18-49 en Horario Estelar (474,000) creció un +56% en comparación con el año pasado, mientras que la audiencia de Telemundo (509,000) disminuyó en un -25%.

**Horario Estelar L-D 7 p.m.-11 p.m.**  
**Audiencia de Adultos Hispánicos 18-49 (000)**



De un año al otro, TeleFutura también tuvo un aumento de audiencia de Adultos Hispanos 18-49 (269,000) en el horario Día Total, experimentando un crecimiento significativo (+41%), mientras que la audiencia de Telemundo (277,000) disminuyó un -14%.



“TeleFutura ha comenzado muy bien el año”, dijo Bert Medina, Vicepresidente Senior y Gerente de Operaciones de la cadena TeleFutura. “El primer trimestre de 2007 marca el 4<sup>to</sup> trimestre consecutivo en que hemos visto un aumento de audiencia en grupos demográficos claves en Horario Estelar y Día Total, y no podríamos estar más felices con estos resultados”.

**Detalles de Programación de Horario Estelar de TeleFutura**

TeleFutura logró un fuerte crecimiento año a año durante el primer trimestre del 2007 entre importantes grupos demográficos hispanos en los siguientes programas:

Programa	Adultos 18-34	Adultos 18-49
Así Es La Vida	(274,000) +30%	(398,000) +9%
¿Qué Dice la Gente?	(220,000) +118%	(380,000) +88%
Cine de las Estrellas	(333,000) +72%	(563,000) +71%
Fútbol Liga Mexicana	(415,000) +15%	(674,000) +23%

Fuente: Nielsen Media Research, NHTI, 1/1/07-4/1/07 vs. 12/26/05-3/26/06.

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 87% 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 69 emisoras de radio en 16 de los 25 principales mercados hispanos y de 4 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](http://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 sede principal en Los Ángeles, 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](http://www.univision.net).

###