



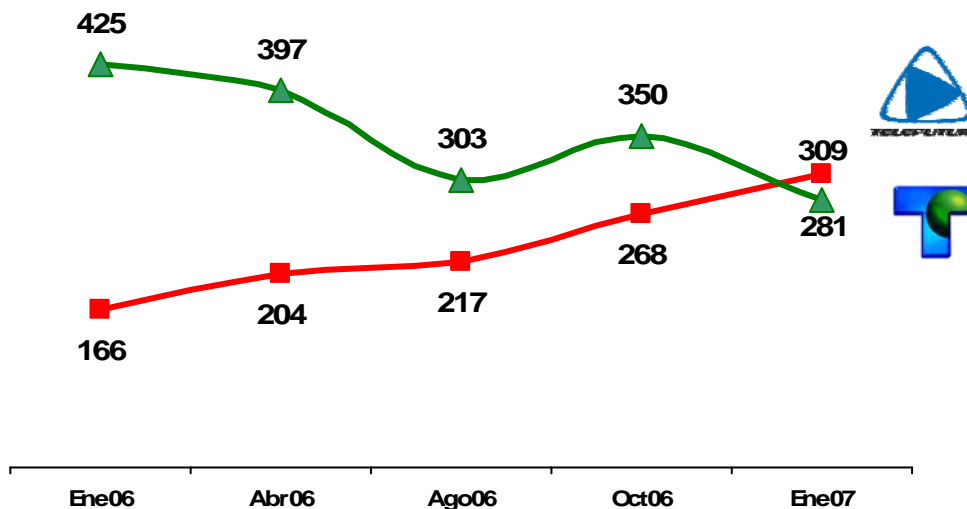
TELEFUTURA REINA COMO LA CADENA EN ESPAÑOL #2 DE LOS ESTADOS UNIDOS ENTRE ADULTOS 18-34 EN HORARIO ESTELAR Y DÍA TOTAL DURANTE EL MES DE ENERO

TeleFutura supera a Telemundo en ese grupo demográfico clave y casi empata entre Adultos 18-49 en enero

MIAMI, FL, 7 de febrero, 2007 –TeleFutura continuó su reinado como la cadena de televisión en español #2 del país durante el mes de enero en el importante grupo demográfico compuesto por Adultos 18-34, tanto en horario estelar como en el horario llamado “Día Total”. Sobrepasando a su rival Telemundo, TeleFutura siguió en su trayectoria ascendente de crecimiento de dos dígitos.

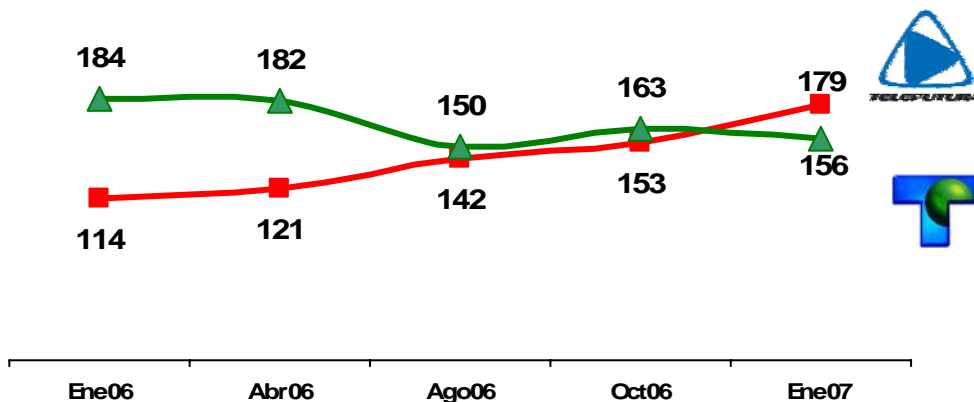
Durante el mes de enero, la audiencia de TeleFutura en horario estelar (309,000) aumentó un +86% con respecto a un año atrás y superó a la audiencia de Telemundo (281,000), la cual disminuyó un -34%.

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



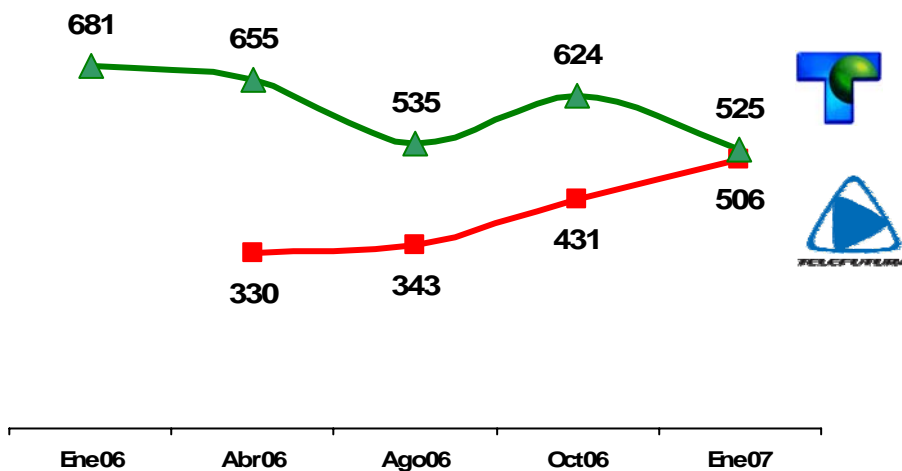
También en enero del 2007, la audiencia de TeleFutura en Día Total (179,000) aumentó +57% con respecto a un año atrás y superó a la audiencia de Telemundo (156,000), la cual disminuyó un -15%.

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



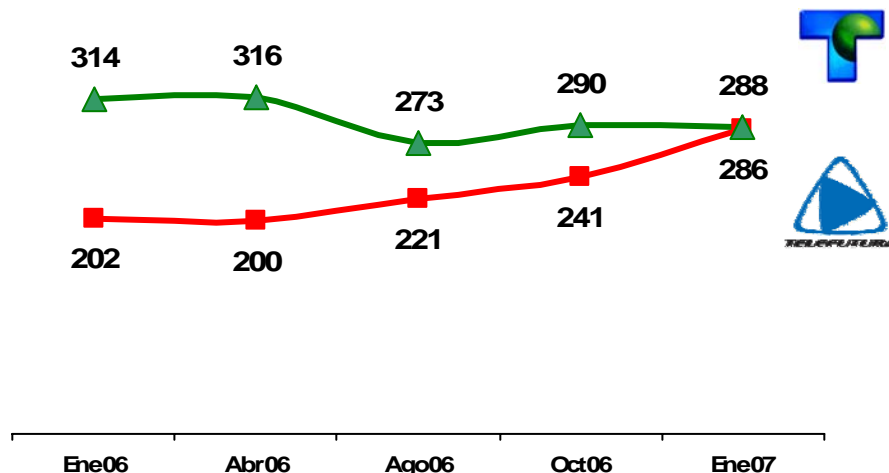
Entre Adultos Hispanos 18-49, la audiencia de TeleFutura en horario estelar (506,000) aumentó un +70% para lograr una diferencia de sólo 19,000 televidentes con respecto a Telemundo (525,000), cuya audiencia se redujo un -23% en comparación con enero del año pasado.

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



Adicionalmente, entre Adultos Hispanos 18-49, la audiencia de TeleFutura en el horario de Día Total (286,000) creció un +42%, faltándole sólo 2,000 televidentes para empatar con Telemundo (288,000), cuya audiencia disminuyó un -8% con respecto a hace un año.

Día Total L-D 7 a.m.-2 a.m.
Audiencia de Adultos Hispanos 18-49 (000)



“TeleFutura tiene un impulso increíble”, dijo Bert Medina, Vicepresidente Senior y Gerente de Operaciones de la cadena TeleFutura. “Nuestra programación de horario estelar ha experimentado un crecimiento excepcional a medida que la audiencia hispana en los Estados Unidos nos ha ido convirtiendo en su alternativa preferida”.

Detalles de Programación

La novela éxito de TeleFutura en horario estelar, “Así Es La Vida”:

- Registra aumentos enormes de sintonía en el horario de las 10 p.m., mejorando los ratings de enero 2006 por un +50% entre Adultos Hispanos 18-34 (305,000 vs. 203,000) y por un +13% entre Adultos Hispanos 18-49 (433,000 vs. 360,000).
- Le gana a “Decisiones” de Telemundo en competencia directa en el grupo de Adultos Hispanos 18-34 por un +13% en enero del 2007 (306,000 vs. 271,000).

“¿Qué Dice la Gente?”:

- Ha más que duplicado la audiencia del horario de las 7 p.m. en enero del 2007 con respecto al mismo período el año pasado entre Adultos Hispanos 18-34 (230,000 vs. 88,000) y Adultos Hispanos 18-49 (394,000 vs. 155,000).

“Cine de Las Estrellas”, Lunes a Domingo:

- Su audiencia ha aumentado un impresionante +67% entre Adultos Hispanos 18-34 (336,000 vs. 201,000) y +64% entre Adultos Hispanos 18-49 (570,000 vs. 348,000) con respecto a enero del 2007.

- Obtuvo el índice de sintonía más alto jamás registrado en un mes de enero.
- TeleFutura es la cadena de televisión en español #2 los domingos por la noche con “Cine de Las Estrellas”, ganándole al espacio dominical de Telemundo, “Cinemundo Premiere”:
 - Entre Adultos Hispánicos 18-34, Cine de Las Estrellas de TeleFutura supera a Telemundo por márgenes enormes a las 7 p.m. (+60% - 429,000 vs. 268,000) y a las 9 p.m. (+77% - 548,000 vs. 309,000).
 - Entre Adultos Hispánicos 18-49, las películas dominicales de TeleFutura le ganaron a Telemundo por un +45% (695,000 vs. 480,000) a las 7 p.m. y por un +60% (869,000 vs. 543,000) a las 9 p.m.

Deportes en TeleFutura:

- La temporada de “Clausura 2007” del Fútbol Liga Mexicana está comenzando de maravilla, con un aumento de sintonía entre Adultos Hispánicos 18-34 (+46% - 423,000 vs. 290,000), Hombres 18-34 (+63% - 316,000 vs. 194,000), Adultos 18-49 (+33% - 636,000 vs. 478,000) y Hombres 18-49 (+50% - 469,000 vs. 312,000) en comparación con enero del 2006.
- “Contacto Deportivo” (lunes-domingo) ya está en vías de lograr un excelente desempeño en el primer trimestre del 2007, pues su audiencia en enero 07 superó a la de enero 2006 por +38% entre Adultos Hispánicos 18-34 (212,000 vs. 154,000), +49% entre Hombres 18-34 (158,000 vs. 106,000), +44% entre Adultos 18-49 (302,000 vs. 209,000) y +53% entre Hombres 18-49 (225,000 vs. 147,000).

Horario Diurno

- La programación diurna de TeleFutura (L-V/9 a.m.-3 p.m.) ha experimentado un fuerte aumento de sintonía con respecto a un año atrás, captando +54% más Adultos Hispánicos 18-34 (122,000 vs. 79,000) y +15% más Adultos 18-49 (194,000 vs. 169,000).
- TeleFutura supera a la programación diurna de Telemundo por un +21% (122,000 vs. 101,000) entre Adultos Hispánicos 18-34 y por un +14% entre Adultos 18-49 (194,000 vs. 170,000).

Fuente: Nielsen Media Research, NHTI.

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. 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.

Contacto: Lara Migliassi
(305) 640-3711
marketingcomms@univision.net

#