

**EEUU Consolidación en la radio hispana**

Poder - Julio 31, 2002

Casi seis meses después de haber lanzado una segunda cadena de televisión, Univisión, el conglomerado norteamericano de medios en idioma español, anunció la adquisición, por 3.500 millones de dólares, de la cadena de radio Hispanic Broadcasting. Las dos cadenas formarán una empresa de más de 1.000 millones de dólares en ingresos, que se propone promover en forma cruzada las plataformas de medios para ganar participación en la audiencia y para apropiarse de una porción aún mayor del atractivo mercado publicitario hispano, y sonsacar más dólares del circuito de medios en inglés. Fuente: "Días de radio" (Revista PODER, Julio de 2002)

**LIDERAZGO**

■ Posición de mercado de las estaciones de radio y televisión de Univisión/Hispanic Broadcasting Corporation.

	TV	RADIO
LOS ÁNGELES	1	1
NUEVA YORK	1	2
MIAMI	1	1
CHICAGO	1	2
HOUSTON	1	1
SAN FRANCISCO	1	2
DALLAS	1	1
SAN ANTONIO	1	1
MCALLEN	-	2
PHOENIX	1	2
SAN DIEGO	-	1
EL PASO	-	1
FRESNO	1	-
SACRAMENTO	1	-

FUENTE: COMUNICADO DE LA COMPAÑÍA

# Fusión de medios hispanos

La unión de Univisión con Hispanic Broadcasting Corporation crea la compañía de medios en español más grande de los Estados Unidos.



Of. centrales	Los Angeles	Dallas
Estaciones	Alrededor de 50 de TV	50 de radio
Audiencia	Alcanza 97% de los hogares hispanos	8,4 millones de oyentes por semana
Ingresos, 2001	U\$888 millones	U\$241 millones
No. Empleados	2.440	1.100
CEO	A. Jerrold Perenchio	McHenry T. Tichenor Jr.
El negocio	Producción y programación de TV; música; Internet.	Producción y programación de radio; Internet.

## Mercado Hispano de Estados Unidos

Población hispana de Estados Unidos, 2000	35,3 millones
% de población total de Estados Unidos	12,5%
Crecimiento esperado, 1995-2050	258%

Fuente: Hoover's online, Wall Street Journal, U.S. Census Bureau  
Graphic: Pat Carr, Pai

© 2002 KRT