

ARYME

Presentación en el Simo de Madrid

El grupo Arbitraje y Mediación (ARYME) presentará durante esta semana en la feria tecnológica del Simo, en Madrid, sus servicios, denominados Online Dispute Resolution (ODR). Esta herramienta está destinada a resolver las disputas que se deriven del comercio electrónico.

'METRO'

Acuerdo para entrar en teletextos

El periódico *Metro* ha llegado a un acuerdo de colaboración con la empresa MTG Modern Group España, para que los titulares del periódico *Metro* en sus ediciones de Madrid y Barcelona, aparezcan en el teletexto. Con la firma de este acuerdo, *Metro* tendrá sus titulares a las dos de la madrugada en dos páginas del teletexto de Te-

lecinco correspondientes a las ediciones de Madrid y Barcelona, y una página en los teletextos de Telemadrid y la cadena autonómica Canal 7 para la edición de Madrid. A través del menú principal de los teletextos, se remite a los titulares de *Metro Directo*, de Madrid, y *Metro Directe*, la edición catalana del periódico.

ONDA CERO

Director general de Gestión

El presidente de Onda Cero Radio, Javier González Ferrari, ha nombrado a Ignacio Ayuso Canals director general de Gestión de la cadena. Ayuso, licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, era desde el año 2000 secretario general del Ente Público Radio Televisión Española.

TPI PÁGINAS AMARILLAS

Nuevos mensajes multimedia

TPI Páginas Amarillas, filial de directorios del grupo Telefónica, ha presentado los primeros anuncios para mensaje multimedia MMS, y ha ampliado sus servicios en Internet para ofrecer a sus clientes una mayor personalización y la posibilidad de localizar empresas y profesionales por proximidad. La página principal de PáginasA-

marillas.es ha sido también completamente renovada para que su descarga sea mucho más rápida y para que las consultas puedan ser realizadas de una manera más fácil e intuitiva. El nuevo servicio permite enviar, por ejemplo, la foto y el plano de un restaurante, hotel o de cualquier punto del callejero.

Incorpora a ejecutivos de Xfera, Vía Digital y el grupo Santander

Auna completa con fichajes su filial de grandes clientes

Auna, el holding de telecomunicaciones de Santander, Endesa y Fenosa, tiene lista la composición del equipo que

dirigirá su nueva filial de grandes clientes. La operadora busca competir con Telefónica por el mercado empresarial.

J. M. / M.A.P. Madrid

Auna ha completado la estructura de su nueva filial para prestar servicios de telecomunicaciones a corporaciones, bautizado finalmente como Auna Grandes Clientes. Tras sondear en las últimas semanas el mercado, los responsables del holding han incorporado a tres ejecutivos que, bajo la dirección de Antonio Rodríguez Roldán, integran la línea directiva de la nueva filial.

Tras la incorporación el pasado mes de septiembre de Rodríguez Roldán, antiguo director financiero de Amena, como nuevo director general, Auna Grandes Clientes ha completado su organigrama con Luis Ramírez como director de Operaciones, José Luis Guzmán como director de Marketing y Marisa Sánchez como directora de Gestión de Clientes. Ramírez procede de Xfera, donde desempeñaba el mismo puesto desde su fichaje por el operador de móviles, junto a Antonio Cantón, procedentes de Jazztel. Guzmán tenía responsabilidades de Marketing en el grupo industrial de Santander. Antes había trabajado en Telefónica Sistemas. Marisa Sánchez, por su parte, se encargaba de la gestión de clientes en Vía Digital, la plataforma de televisión digital en proceso de fusión con Canal Satélite.

Reorganización

Tras la creación de esta última filial, Auna queda estructurada en tres grandes líneas de negocio: Grandes Clientes, Móviles (Amena) y Fijo (Retevisión más AunaCable, en proceso de fusión). Los responsables de estos negocios reportan directamente al vicepresidente



Luis Alberto Salazar-Simpson, presidente de Auna. / RAFA M. MARTÍN

Auna Grandes Clientes compite con Telefónica por el mercado empresarial

dente y consejero delegado del holding de telecomunicaciones, Joan David Grimá.

Con la puesta en marcha de Auna Grandes Clientes, Grimá redobla su apuesta por el mercado empresarial, el negocio estrella para los operadores por su volumen de ingresos. Desde la nueva filial se gestionarán de forma centralizada los clientes corporativos de todos los negocios de la compañía. Esta división de grandes cuentas, a la que se ha trasgado una parte significativa de la fuerza comercial del grupo, integrará las empresas a las que presta servicios Retevisión, AunaCable y Amena. El objetivo de esta reorganización es ofrecer a los grandes clientes un servicio integrado de telecomunicaciones, que cubra todas las necesidades de comunicación y transmisión de voz y datos de la empresa, tanto fija como móvil.

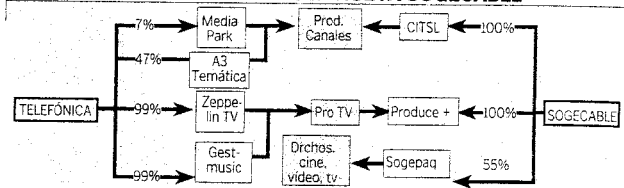
La nueva filial completa la reorganización del holding por líneas de negocio

Así, para cada necesidad, la compañía podrá ofrecer el canal de transmisión más conveniente. La creación de la nueva división permitirá, además, aprovechar mejor las sinergias entre las distintas compañías del grupo y reducir los costes, al estar duplicadas las estructuras comerciales de los negocios que integran Auna.

Regulación

Por otra parte, Auna pondrá en marcha el próximo 11 de noviembre el proceso de presentación del Expediente de Regulación de Empleo (ERE) que afecta al negocio de telefonía fija del grupo. En esa fecha, los responsables de la compañía presentarán en la Dirección General de Trabajo su propuesta de ERE, que abrirá la mesa de negociación con los sindicatos. Auna prevé despedir a un tercio de los 3.050 empleados de telefonía fija del grupo.

ACTIVOS DE PRODUCCIÓN DE LA NUEVA SOGECABLE



Fuente: elaboración propia.

Expansión

Mediapark, Multipark, Hallmark Channel y otros grupos del sector confían su futuro a la plataforma única vía satélite.

Las productoras, pendientes de la fusión digital

Escribe JAVIER MONTALVO

Las condiciones que impongan las autoridades de la competencia a la fusión de las plataformas digitales no sólo tienen en vilo a sus protagonistas, Canal Satélite Digital y Vía Digital, y a sus socios de referencia, Sogecable y Telefónica, respectivamente. Un buen número de productoras y distribuidoras audiovisuales, españolas y estadounidenses, están pendientes del resultado de la fusión para renegociar sus contratos y, en algunos casos, decidir si continúan con su actividad.

Productoras locales, como Mediapark, Multipark o Multicanal, que producen y empaquetan canales para las plataformas de televisión de pago, confían gran parte de su facturación futura a la contratación por parte de la compañía resultante de la fusión de Vía Digital y Canal Satélite. Las tres empresas comercializan sus canales en Vía Digital y en alguna o las dos plataformas de cable -AunaCable y Ono-, pero no en Canal Satélite. Multicanal ofrece en Vía Digital sus cuatro canales -Sol, Canal Historia, Canal Odissea y Canal Hollywood-, al igual que Mediapark y

Multipark. Esta última compañía está participada por Telecinco, Telemadrid y Caja Madrid. Mediapark, por su parte, ha perdido parte del peso de Telefónica en su accionariado. En la última ampliación de capital, la operadora redujo su participación del 25% al 7%, porcentaje que ha sido cubierto por Iberdrola. Planeta 2010 y otras empresas se encuentran en parecida situación. La escasa penetración del cable, del que también son proveedoras estas empresas, frente al satélite

tiene sólo expectantes a las productoras españolas. Para algunas *mayors*, y sobre todo, distribuidoras independientes estadounidenses, su presencia en el mercado español pierde sentido sin tener como cliente a la futura plataforma única. El número de clientes que prevén alcanzar en los próximos meses los dos operadores de cable -la única alternativa actual al satélite en el negocio de la televisión de pago- no garantizan una masa crítica suficiente para algunas grandes compañías. Es el caso de la productora y distribuidora independiente estadounidense Hallmark Channel. La compañía, integrada en el grupo Crown Media, comercializa un canal para Vía Digital y AunaCable. La vicepresidente de la compañía, Audrey Iwanczyzyn, se reunió recientemente en Madrid con representantes de los operadores. Para la responsable de Hallmark, "el tipo de productos que vendemos, pensados para canales premium y caros de producir, no resulta rentable para un mercado tan reducido en España como el cable", y concluye que "si no estamos en la plataforma, tendremos que dejar el mercado español".

Los operadores de cable no garantizan una masa crítica de clientes

te, pone en peligro la rentabilidad de los productos, según fuentes del sector. La presencia de sus canales en la nueva plataforma única vía satélite dependerá de los acuerdos a los que lleguen Sogecable y Telefónica, aunque la compañía en la que participan Vivendi y Prisa se ha garantizado mayor peso en la gestión, con el consejero delegado y el doble de participación que Telefónica. La fusión digital no