

EL INSÓLITO ASCENSO DE MANUEL ARROYO

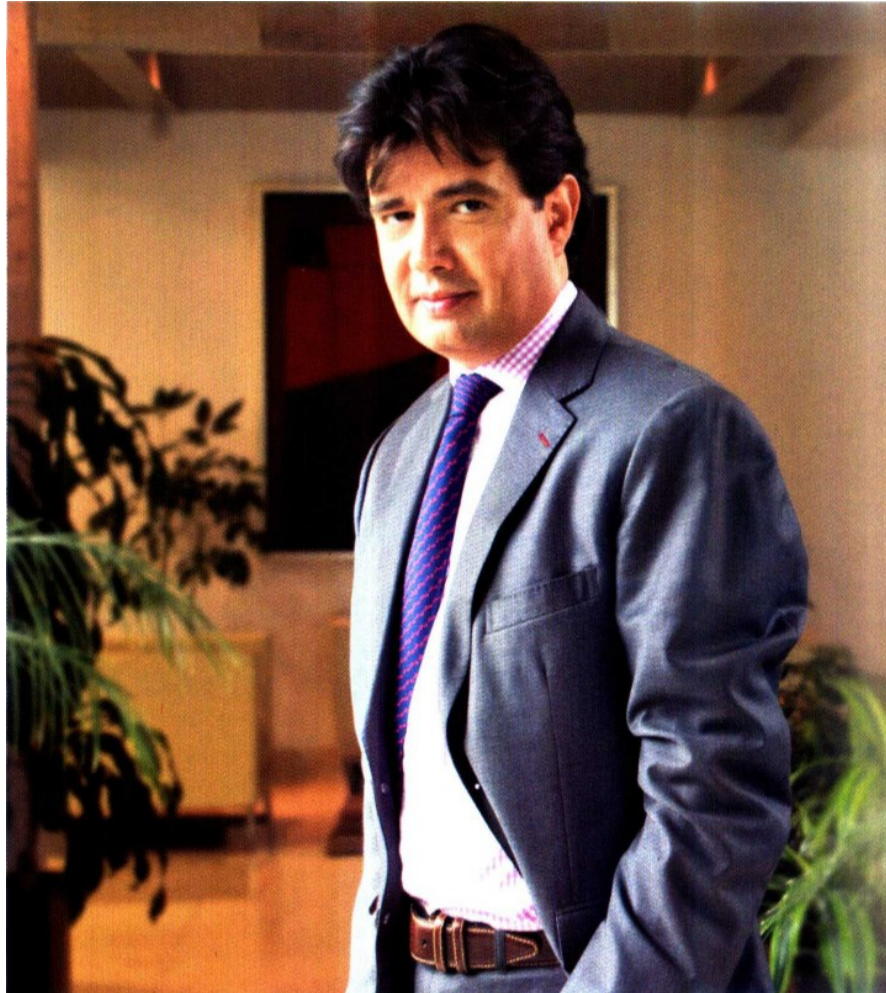
Los orígenes de la
riqueza del flamante
dueño de El Financiero.



Continúa en siguiente hoja

Página 1 de 15
\$ 1082250.00
Tam: 4625 cm2

Fecha 07.02.2014	Sección Revista	Página 1-3-32-41
----------------------------	---------------------------	----------------------------



**El insólito
ascenso
de Manuel
Arroyo**

**Muchos se
preguntan cómo
se convirtió en
el personaje
de moda; su
historia habla de**

**un empresario
arriesgado
y exitoso.**

POR ALBERTO AGUIRRE M.

Fecha 07.02.2014	Sección Revista	Página 1-3-32-41
----------------------------	---------------------------	----------------------------

EL ASCENSO DE MANUEL ARROYO

Muchos se preguntan cómo se convirtió
en el personaje del momento; su historia refiere
a un empresario arriesgado, exitoso... e insólito.

■ POR ALBERTO AGUIRRE M.

MANUEL ARROYO

¿Aduz o arriesgado? ¿Centrado o tozudo? Manuel Arroyo, aparentemente sin ninguna experiencia en el ramo, ingresó por la puerta lateral al difícil mercado de la prensa mexicana, hace año y medio. En ese lapso –que justo coincidió con el cambio de régimen gubernamental– tuvo un progreso fulgurante.

La tarde del viernes 29 de noviembre, el presidente Enrique Peña Nieto entregó a Manuel Arroyo el galardón del Empresario del 2013, en el segmento de servicios. Más tarde, acompañado por un grupo de colaboradores y amigos, el hombre de negocios acudió al Lincoln –uno de los restaurantes más exclusivos en el barrio de Polanco– para iniciar lo que describió como “un año de celebraciones”.

Poco antes, había cerrado las negociaciones con Bloomberg para tener la licencia de transmisión en el Norte y Centroamérica, lo que por fin permitiría el relanzamiento editorial de *El Financiero*, al que aspira a reposicionar como líder del periodismo de economía en América Latina.

Una semana después, con un grupo más reducido, Arroyo festejaría su cumpleaños. Y antes de salir de vacaciones, en un espacioso salón con vista al circuito del Hipódromo de las Américas, ofrecería una fiesta para los más de 3,000 empleados de su corporativo. La rifa de dos autos último modelo y las tres horas del concierto de Mijares y Emmanuel fueron el sello distintivo.

Luego de 20 años de una insólita carrera en el ámbito de los negocios B2B (*business to business*), ahora está al frente de un consorcio de compañías globales que van más allá de los terrenos de la radio y la televisión y se extienden al mercado de la aviación de carga y los servicios bancarios.

En el corto plazo ha puesto su mirada en la licitación de la tercera cadena de televisión abierta que buscaría competir por los derechos de transmisión del Mundial de Fútbol y los Juegos Olímpicos. Aunque versiones periodísticas han afirmado que alguna de sus compañías posee los dere-

chos de transmisión de la señal de Fox Sports y ESPN en América Latina, pero fuentes oficiales de Arroyo lo negaron. Sin embargo, sostiene que Comtelsat, en cuanto a estas firmas globales, “ha sido la plataforma para convertirlas en empresas prestadoras de servicios de *broadcasting*, líderes mundiales en sus segmentos”.

Pero, ¿qué explica su conversión de *enfant terrible* al empresario perfeccionista que apenas en tres lustros logró convertirse en uno de los mayores proveedores de soluciones de alta tecnología en las áreas de *broadcast*, cable, video, audio, producción, telecomunicaciones y seguridad en América Latina?

A la cabeza de una *holding* que cuenta con oficinas en la ciudad de México, Monterrey, Mérida, Houston, Miami, Managua, San Salvador, Guatemala, Sao Paulo, Bogotá; Arroyo Rodríguez presumió lograr ventas anuales por más de 450 millones de dólares en 2011.

En el 2012, el empresario mexicano adquirió a la integradora brasileña LineUp, para extender sus operaciones al sur del continente, con la mira puesta en la Copa Mundial de Fútbol y los Juegos Olímpicos. Para finales de ese año, además de una interesante cartera de clientes, adaptó el modelo de negocios de esa compañía amazónica; rescató a *El Financiero* y consolidó al Grupo Multimedia Lauman –en clara referencia a su nombre y al de su madre– que dentro de dos semanas lanzará al aire un canal de televisión por cable, el cual difundirá contenidos propios y la programación de Bloomberg.

Y el 12 de diciembre de 2013, la autoridad reguladora expidió el código MSN para identificar a Milcago, su línea aérea.

Formado en una familia de empresarios periodísticos, con problemas de conducta en su etapa juvenil, Arroyo Rodríguez ha tratado de propagar la historia de un *self made man* que remite a los íconos emprendedores que más admira: Roberto González Barrera y Steve Jobs. Los testimonios de amigos y ex empleados, sin embargo, nublan las historias respecto de su insólita carrera. Según los apuntes biográficos difundidos por sus colaboradores, su perfil empata perfectamente con la definición de *entrepreneur*.

Manolo –como lo conocen entre la clase política y empresarial– cumplió

38 años hace dos meses, y estaría iniciando su cuarta década de vida dentro del selecto mundo de las telecomunicaciones. Su biografía oficial destaca “su personalidad creativa y audaz”, aunque reconoce que abandonó los estudios en secundaria. “Desde muy pequeño le gustaban los negocios”, explican sus colaboradores.

Según esas versiones, a los 15 años comenzó como *office boy* en la redacción de una revista política y después se haría cargo del área de reparto de la misma. Fue un visitante frecuente de gabinetes de prensa. Y entonces tuvo su primera idea de negocio: vender joyería a las secretarías que frecuentaba, con un portafolio de productos de *fantasía* y un esquema tipo Avon que llegó a emplear 70 promotoras.

“Era muy bueno en los negocios, pero muy malo para los estudios –recuerda un antiguo colaborador–, su mamá lo puso a trabajar, con la esperanza de que se alejara de las malas amistades y moldeara su carácter rebelde y desmadroso”.

Nunca ha quedado del todo claro si dejó la escuela por su dedicación a los negocios o por el divorcio de sus padres. Lo cierto es que a principios de la década de los noventa, junto a su madre y su hermana menor –quien estudió Relaciones Públicas en la Universidad Iberoamericana y actualmente dirige un despacho de mercadotecnia– dejaron la casa paterna, situada por el rumbo del Pedregal, al sur de la capital mexicana, para mudarse a un departamento cercano al barrio de Mixcoac.

Manolo tenía 17 años. Su madre lo puso al frente de un local de comida, que trataba de aprovechar la sazón de la abuela materna.

Los apuntes biográficos no mencionan por su nombre a la madre de Manuel Arroyo, Laura Lesbia Rodríguez Coutiño, quien para entonces cumplía su primer lustro en el departamento comercial del periódico *El Economista*, dirigido entonces por Luis Enrique Mercado, quien además de confiarle la publicidad para el sector turismo, contrató los servicios de su

catering para el comedor ejecutivo de ese diario. La motivación de Mercado, periodista zacatecano, era no perder a una de sus mejores vendedoras de publicidad, pues el negocio de la comida menguaba, a falta de una abundante clientela. Las dificultades de la época hicieron florecer el talento de Arroyo Rodríguez para los negocios, de acuerdo con su biografía oficial.

Ante la escasez de consumidores en el local de alimentos, el joven tuvo una ocurrencia: mandó poner un tope que obligara a los automóviles a desacelerar, con lo cual –él calculaba–, haría que los ocupantes se fijasen necesariamente en la oferta restaurantera. Dado que su estratagema no surtió los resultados esperados, Arroyo decidió tomar medidas más radicales: incrementó la altura del tope. Fue quizá cuando se percató de que su vocación empresarial estaba más allá de las ollas y los sartenes.

“La recámara de su casa fue su primer centro de operaciones”, refieren las respuestas de los redactores de la sorprendente historia de Manuel Arroyo dadas a PODER. En 1993, de acuerdo con testimonios independientes, el joven tenía a su cargo el servicio de reparto en el negocio familiar. “Ganaba poco y se aburría mucho –describe una persona cercana a su madre–, y no dudó en irse con un amigo que le ofreció trabajo de tiempo completo”.

Si bien se trataba de un negocio formal, sus tareas sustantivas eran de otra índole. Eran los primeros años de la televisión de paga y los jóvenes recorrían barrios y fraccionamientos del sur de la ciudad de México ofreciendo un producto entonces muy poco conocido: antenas y aparatos decodificadores de la señal satelital... sin suscribirse a un operador.

Una tarde, mientras instalaban sus artefactos en la sala una casona del Pedregal de San Ángel, llegó el dueño de la propiedad, quien más que molesto, reaccionó con curiosidad ante la presencia de los forasteros. “¿Y de verdad funciona esa madre? A ver, ¿qué canales podré ver, de

qué países?”, les inquirió. Arroyo, de apenas 18 años, respondió, sin titubear: “Pues por lo menos podrá ver el *Super Bowl*, sin comerciales mexicanos, al menos. Se lo garantizo”.

El inquilino de esa residencia era Ricardo Salinas Pliego, quien ese mismo día impuso su primer reto a los jóvenes: invitaría a un grupo de amigos a su casa en Acapulco a ver el partido; tenían 48 horas para conectar una red de monitores y bajar la señal.

Para finales de 1993, Comtelsat nacía como empresa. Es el acrónimo de los principales servicios en los que Arroyo buscaba especializarse –“Com” de computadoras personales, “tel” de teléfonos celulares y “sat” de servicios satelitales, por su oferta de antenas parabólicas–, importando los aparatos.

Salinas Pliego –quien acababa de recibir la concesión de lo que anteriormente fue Invevisión y se ponía al frente de TV Azteca– se convertiría en uno de sus clientes más demandantes.

Página 5 15

Continúa en siguiente hoja

de

Fecha 07.02.2014	Sección Revista	Página 1-3-32-41
----------------------------	---------------------------	----------------------------

Sin mencionar la identidad de ese cliente, la vocería de Arroyo reconoce que “una vez solicitó sus servicios urgentes para montar una antena y transmitir un partido de basquetbol. Ese momento fue clave para empezar a proveer de insumos a ésta y otras televisoras, que necesitaban equipo y refacciones que sólo se podían conseguir en Estados Unidos o Europa”.

Entre 1994 y 1999 –refieren ex empleados de esa firma– viajó frecuentemente a Estados Unidos. Asimismo, Texas y Florida eran sus principales destinos para cotizar monitores, antenas y *masters* que fueron instalados en unidades móviles. “Su ingenio permitió tener unidades móviles ensambladas en México y ahorrar millones de pesos”, explican.

En aquella época, simultáneamente, emprendió otro negocio: la renta de consultorios médicos por horas, con un esquema de pagos accesibles a sus clientes. Simplemente no tuvo buena respuesta de los doctores.

* * *

Entre los *cableros* y los funcionarios gubernamentales encargados de los sistemas de radio y televisión, *Manolo* Arroyo es cualquier cosa, menos un desconocido. “En un sentido amplio, sin doble intención, es muy atrevido”, dice un cliente que le compró antenas en 1996.

Además de armar un portafolio de productos de marcas reconocidas –Grass Valley, Tektronik, Panasonic, Teac, Plura, Virzt– se hizo de muchos clientes por ofrecer los precios más bajos y condiciones inmejorables para las compras. En algunos casos, incluso, aceptó hacer trueques con empresarios cortos de efectivo o con problemas de liquidez, a los que entregó cámaras, *switchers*, antenas receptoras, *masters*. El último *hit* de Arroyo en este terreno es la representación exclusiva en México de la marca VizRT, un sofisticado sistema de gráficos empleado por las grandes cadenas televisivas.

Para el año 2000, Arroyo Rodríguez instaló sus oficinas en la planta baja de una casona en la Del Valle, a dos calles del World Trade Center, donde su mamá y el periodista Carlos Velázquez –quien para entonces ya era pareja de la señora– forjaban publicaciones especiales para *El Economista*, entre ellos *¡A viajar!*, un suplemento especializado en turismo.

Y aunque el *core business* de su empresa nunca ha sido la venta al gobierno, desde 1997 se dio de alta, tanto en el Registro Federal de Contribuyentes como en el padrón de proveedores del gobierno federal, bajo la denominación Comtelsat de México.

A finales del 2000 hizo su primera venta al Canal 22 –una charola de amplificadores, del fabricante brasileño Green Valley, y dos monitores Tektronik– por apenas 200,000 pesos. De acuerdo con la escritura pública 535, del 13 de marzo del 2001, la compañía contrajo su nombre y aunque mantuvo su objeto social –la compra y venta de equipo especializado para radio y televisión– amplió su cartera a la “renta y venta de equipo para telecomunicaciones” para el gobierno federal.

En el portal de Transparencia están 12 contratos diversos: siete con la Secretaría de Educación Pública, cinco con Gobernación, uno con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y otro con la Secretaría de Salud (en este caso es un “enlace de microondas” para el Hospital Infantil de México Federico

Gómez). Con la SEP, los contratos datan del 2009 y en todos los casos cubren la adquisición del sistema de transmisores de televisión para la difusión de la señal de la Red Edusat ▶

– Televisión Educativa, el IMER, Canal 22, Canal 11 y el OPMA.

En este lapso, Arroyo Rodríguez ejecutó proyectos “llave en mano” para diseñar y equipar *masters* y estudios para casas productoras y televisoras públicas y privadas, entre ellas: Estadio TV, CB Televisión, Milenio-Multimedios, el Canal del Congreso, Efekto TV, Claro TV y las televisoras públicas de Guerrero, Michoacán, Hidalgo y el Estado de México.

La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía le adjudicó, en 2008, un contrato multianual para la distribución de “materiales y contenidos” oficiales a concesionarios y permisionarios de radio y televisión con cobertura nacional. Dos años después, este proceso se cambió a la señal digital, pero una auditoría practicada a finales del 2013 mostró que la cobertura no era nacional. A finales del 2012, la empresa de Arroyo participó en la licitación de los decodificadores que serían entregados en Tijuana en los “hogares objetivo”, dentro de la sustitución de la señal analógica de televisión abierta. Su oferta fue descartada.

Y el año pasado, asociado con Thales Security Solutions & Services, pujó por el contrato de servicio de telepeaje en la autopista Chamapa-Lechería. Su oferta –de 230 millones de pesos– fue la segunda más cara, pero la licitación fue declarada desierta.

No obstante, estos negocios de Arroyo Rodríguez siguen suscitando suspicacias, en un país donde las fortunas producto de

favores de tipo político son comunes. Con vehemencia, niega tener algún “vínculo empresarial con administraciones panistas” o conocer a ex funcionarios federales, como Alejandra Sota.

“Esta información es falsa”, ataja cuando se le inquiriere sobre algún lazo familiar con el ex secretario de Hacienda, Ernesto Cordero. Si lo conoce o lo ha tratado con frecuencia, es otra historia...

* * *

Marzo del 2012 fue un mes de pesadilla para la mayoría de los 650 empleados de *El Financiero*.

Seis meses antes, el trigésimo aniversario del diario fundado por Rogelio Cárdenas avivó los rumores sobre el cambio de propietario o el cierre de la empresa, ante el desplome de las ventas y la circulación.

Durante dos décadas lo condujo su fundador, Rogelio Cárdenas Sarmiento, y desde su fallecimiento –en julio del

Fecha 07.02.2014	Sección Revista	Página 1-3-32-41
----------------------------	---------------------------	----------------------------

2003—el equipo editorial había quedado a cargo del periodista Alejandro Ramos, mientras que María del Pilar Estandía, viuda de Cárdenas, quedó al frente del corporativo.

El periódico estaba al pie del colapso por una década de deudas con el IMSS y la multiplicación de los intereses de préstamos bancarios nunca saldados. “El periódico se sostenía por la línea editorial, pero el abuso de confianza de gente muy cercana a la viuda y a sus hijos puso a la empresa al borde de la quiebra”, confía un ex directivo.

La situación se agravó después del 2006. Ni siquiera el cambio de razón social —la nómina quedó en una Promotora de Servicios Periodísticos, S.A. de C.V.— pudo frenar el deterioro.

Los directivos del periódico trataban de tranquilizar a reporteros y editores diciéndoles que estaba en curso un rediseño, y cuando preguntaban sobre la presencia y las funciones de Alejandro Hernández —ex director de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, quien era secretario particular de Arroyo y a la postre sería director interino— en la redacción, simplemente enmudecían. La compraventa de *El Financiero* fue anunciada el 15 de noviembre del 2012, dos semanas antes del inicio del nuevo sexenio.

“Lo decimos con orgullo: hoy por hoy *El Financiero* está saneado y pagada la totalidad de los pasivos fiscales y de otro orden. Nos vamos con la frente en alto”, aclaró la viuda de Cárdenas Sarmiento. “Se cierra este ciclo en un diario que tiene todo para desarrollar, sin lastres para cruzar una nueva travesía”.

La primera cobertura de la nueva directiva coincidió con la toma de posesión de Enrique Peña Nieto. Además de los reporteros del diario asignados a las fuentes de Presidencia y del Congreso, fue desplegado un equipo de videoastas que, dotados de *smartphones* y *tablets*, transmitió en tiempo real desde San Lázaro y el Palacio Nacional, mientras en un estudio se emitía un programa especial.

Para el medio millar de trabajadores del rotativo —que el año anterior, según varios testimonios— había recibido sólo la mitad de su aguinaldo y tuvo que esperar hasta 45 días para cobrar una quincena— soplaban nuevos y mejores vientos. El viernes 14 de diciembre confirmaron el cambio de timón: fueron convocados al Pepsi Center para el festejo de Fin de Año de Comtelsat. Eran casi 3,000 personas en una fiesta casino, amenizada por el comediante Polo Polo y el cantante pop Manuel Mijares. Dos automóviles último modelo fueron rifados entre la concurrencia.

En marzo de 2013, el periodista Enrique Quintana —ex director de Negocios de *Reforma*— asumió la dirección editorial de *El Financiero*, que en este periodo ha sumado plumas diversas, entre ellas Ricardo Salinas Pliego.

La presentación formal de la nueva directiva ocurrió durante un desayuno en un atestado salón de la Hacienda de Los Morales, dos semanas después. Arroyo Rodríguez presentó a Quintana y al nuevo equipo de editores.

Dos meses más tarde, un recorte en la planta de diseñadores y diagramadores disparó una alerta general entre los reporteros. Los veteranos solicitaron una cita y demandaron certeza. El nuevo dueño los recibió y se comprometió a una retabulación de salarios, que generó más escepticismo que entusiasmo.

Y es que para entonces un rumor se había extendido en las viejas instalaciones de *El Financiero*: el relanzamiento del diario, en una plataforma multimedia, sería el 15 de octubre... con un equipo nuevo. “Esa fecha bajarían el *switch* en Lago Bolsena

[en la colonia Anáhuac, domicilio tradicional del diario]... y lo subirían con una empresa nueva y otra plantilla”, refieren fuentes cercanas. Pero al final los nuevos dueños se convencieron de que la vieja redacción era la más valiosa.

Para el último trimestre del 2013

—de acuerdo con reporteros y editores consultados— ya se respiraba un ambiente distinto. La redacción se mudó al complejo de edificios que Grupo Lauman tiene en el Periférico Sur, muy cerca de Six Flags, contiguo al centro de producción que integró en el 2010 para Fox Sports. Y dos grupos (de 15 personas cada uno) recibieron una “capacitación intensiva” sobre contenidos periodísticos —impartida, entre otros, por Leonardo Kourchenko— para la televisión. La dirección general del periódico había mandado un mensaje contundente: la alianza corporativa entre *El Financiero* y Bloomberg era un hecho y “en breve” sería presentada públicamente.

Para diciembre todo era fiesta. En el Hipódromo de las Américas, mientras los empleados de Grupo Lauman coreaban las canciones de Emmanuel y Mijares, en los monitores de circuito cerrado podía observarse el video sobre la carrera empresarial de Arroyo Rodríguez.

* * *

Por segundo año consecutivo, en enero de 2014, Arroyo Rodríguez acudió a Davos, Suiza. Al frente del equipo de *El Financiero* cubrió el Foro Económico Mundial. Su primera incursión en ese mundo ocurrió de la mano del economista Carlos Mota, uno de los primeros “talentos periodísticos” reclutados por el empresario después de adquirir al diario especializado. Tras una breve estancia en Madrid, *Manolo* arribó en uno de los aviones de su flotilla a la villa alpina, acompañado por Enrique Quintana, quien asumió la dirección editorial del matutino hace ocho meses. Ambos se veían exultantes y *en corto* compartían con otros periodistas de medios internacionales e integrantes de la comitiva presidencial los pormenores del inicio de operaciones de su canal de televisión en asociación con Bloomberg.

Además de difundir los contenidos editoriales de la firma estadounidense, *El Financiero TV* tendrá estudios y programas propios, entre ellos noticieros en vivo que tendrán como conductores a Mota, Quintana, Leonardo Kourchenko y Alejandro Cacho, entre otros, quienes aparecerán en la pantalla de un canal de televisión de paga a partir de la segunda quincena de febrero.

Al cierre de esta edición, los directivos de Grupo Lauman esperaban que el ex alcalde de Nueva York, Michael Bloomberg, confirmara su presencia en la ciudad de México.

A finales del año pasado, Jason Kelly, jefe de Bloomberg Link —la filial de la firma dedicada a organizar exposiciones y encuentros *peer-to-peer* entre líderes poli-

Continúa en siguiente hoja

Fecha 07.02.2014	Sección Revista	Página 1-3-32-41
----------------------------	---------------------------	----------------------------

ticos y empresariales integró a Arroyo Rodríguez a su lista de panelistas y reconoció a Comtelsat como la empresa que ha asumido el liderazgo en soluciones de alta tecnología para la industria de la televisión y las telecomunicaciones en México.

* * *

A finales del año pasado, el conglomerado de empresas en el que participa Manuel Arroyo vivió un periodo de hiperactividad, como consta en sus avisos a las autoridades. Las asambleas extraordinarias de los accionistas de Comtelsat, Grupo Multi-

media Lauman y Milenium Air Servicios se efectuaron el 26 de noviembre y, en todos los casos, fueron motivadas por la reducción del capital.

Allí están las únicas referencias firmes de la fortaleza del joven empresario. Comtelsat reportó un capital social fijo de 131.9 millones de pesos, mientras que Grupo Lauman –la contracción de los nombres Laura y Manuel– confirmó 200 millones de pesos.

Ese mismo día, El Financiero Suscripciones y El Financiero Marketing, también sufrieron una reducción de capital social –operación que debe ser reportada a las autoridades, de conformidad con el Artículo 9 de la Ley General de Sociedades Mercantiles–, el cual quedó en \$0,000 pesos, en ambos casos.

El director corporativo de Grupo Multimedia Lauman es Jaime Domingo López Buitrón, ex director del Cisen. El director editorial de *El Financiero* es Enrique Quintana. El subdirector es Alejandro Hernández, quien estuvo al frente de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García. En esta etapa, la nueva directiva de *El Financiero* se ha distinguido, como ya se dijo, por “grandes contrataciones” de personajes mediáticos, todos involucrados en el canal de noticias.

El edificio de Lago Bolsena 176, donde estuvo *El Financiero* tres décadas, será derruido para construir un complejo habitacional, en el acceso a Nuevo Polanco.

Con todo y la trayectoria documentada de la mayoría de sus negocios, el éxito de Arroyo Rodríguez concita suspicacias. Sus empresas estarán bajo la mirada de actores, aliados y competidores, en los sectores en los cuales participa.

Un precio que el joven retador de los *tycoon* mexicanos parece estar dispuesto a pagar. ■

A mediados de febrero comenzará a transmitirse la señal de **El Financiero-Bloomberg** en los servicios de televisión por cable.

CONVERGENCIA. Las actividades empresariales de Arroyo quedaron concentradas en Grupo Multimedia Lauman, al que se integró el periódico *El Financiero* en septiembre del 2012.

Comtelsat equipó un centro de producción para **Fox Sports** que fue el primer de bloque de estudios 100% alta definición en México. Los primeros negocios del emprendedor se incubaron en familia. **“Ganaba poco y se aburría mucho”, recuerda un amigo.**

Después de asociarse con **Bloomberg** y rescatar a *El Financiero*, Manuel Arroyo comenzó a llamar la atención por su veloz desarrollo.

Fecha 07.02.2014	Sección Revista	Página 1-3-32-41
----------------------------	---------------------------	----------------------------



PORTADA

MANUEL ARROYO

IMPARABLE. Después de dos décadas como proveedor de soluciones integrales para firmas de telecomunicaciones y cablerías, Arroyo Rodríguez está listo para competir con los barones de los medios, gracias a su multiplataforma en prensa, audio y video.

32 FEBRERO DE 2014 | WWW.PODER.COM

FOTO / CORTESIA GRUPO LAMMAN

Continúa en siguiente hoja

9 15
de

Fecha 07.02.2014	Sección Revista	Página 1-3-32-41
----------------------------	---------------------------	----------------------------



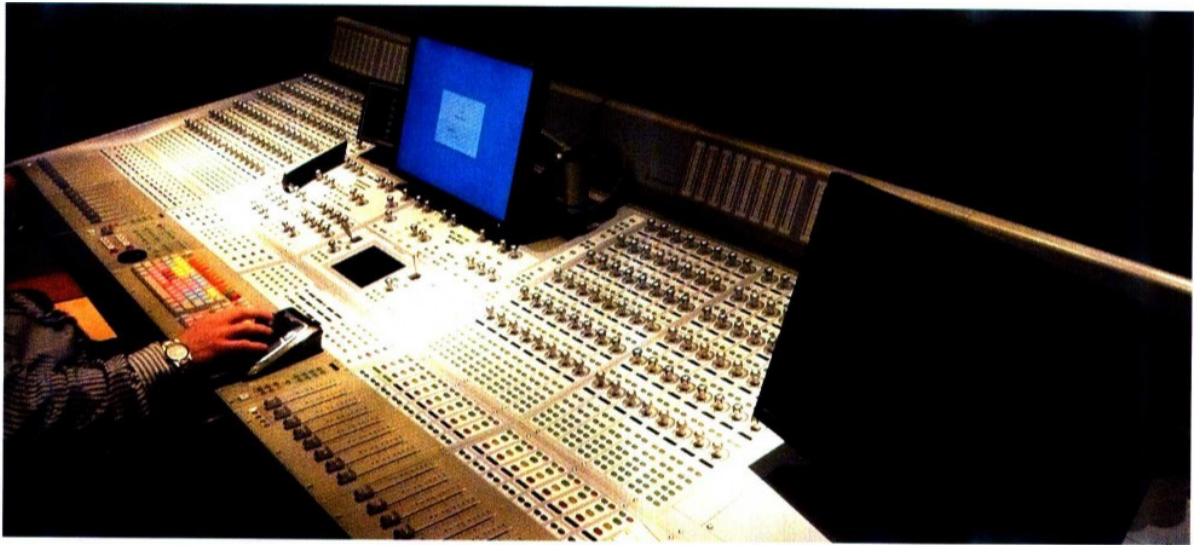
EL EMPRESARIO DEL 2013. El presidente Enrique Peña Nieto entregó al fundador de Grupo Lauman un reconocimiento por su trayectoria.



Fecha 07.02.2014	Sección Revista	Página 1-3-32-41
----------------------------	---------------------------	----------------------------



Fecha 07.02.2014	Sección Revista	Página 1-3-32-41
----------------------------	---------------------------	----------------------------



ALTA DEFINICIÓN. Comtelsat fue la encargada de la construcción de un centro de producción 100% en HD que incluye, entre otros, cabina con consola de audio y *switcheo* de video de última generación, además de islas de edición y cámaras digitales para la transmisión y grabación de programas en los distintos estudios.



Continúa en siguiente hoja



DOMINANTE. Una casa tipo colonial en la Del Valle, al sur del Distrito Federal, alojó a Comtelsat de México durante una década. En el 2010 cambió su sede a un edificio inteligente ubicado a 100 metros del Periférico, en "el corredor de las telecomunicaciones", muy cerca del centro de producción de Fox Sports.



Continúa en siguiente hoja

Fecha 07.02.2014	Sección Revista	Página 1-3-32-41
----------------------------	---------------------------	----------------------------



Continúa en siguiente hoja

Fecha 07.02.2014	Sección Revista	Página 1-3-32-41
----------------------------	---------------------------	----------------------------



GRANDES LIGAS. Por segundo año consecutivo, Manuel Arroyo acudió a Davos, dentro del selecto grupo de políticos y empresarios mexicanos.