



Para obtener más información contáctese con:
Natalie Judd, 203.605-9515, njudd@dex-p.com o
Wilson Guzman, 646.747.8821, wguzman@dex-p.com

Prohibida su divulgación antes de las 11 a. m. del 20 de mayo del 2009

V-me presentó su *upfront* para el 2009 y 2010

La nueva cadena de televisión líder entrega a sus exclusivos consumidores, contenido de alta calidad y una de las plataformas de difusión más grandes del país

Nueva York, 20 mayo del 2009 – En el segundo *upfront* (reunión de los ejecutivos de la cadena con la prensa y los anunciantes), V-me –que ya tiene dos años de existencia– ha confirmado claramente que es la cadena de televisión hispana líder en Estados Unidos. En la reunión que se llevó a cabo hoy día en el recinto del Samsung Experience de la ciudad de Nueva York, la cadena televisiva mostró a su exclusiva audiencia la programación para el 2009-2010, que es una mezcla perfecta de entretenimiento inteligente, comprometido y con una difusión que va creciendo rápidamente.

UNA CADENA DE TELEVISIÓN LÍDER

Cumpliendo su promesa de llegar a formar parte de las cuatro estaciones más importantes de televisión en idioma español, V-me se ha catapultado en el camino correcto para alcanzar al 80% de los hogares hispanos para fin de año. V-me se transmite por aire y por cable básico en casi 40 de los mercados más importantes y llega a cada mercado en la modalidad de paquetes básicos para Dish Network y Direct TV.

“V-me me ha propuesto convertirse en la cadena hispana con más rápido crecimiento en la historia de la televisión– destacó Carmen DiRienzo, presidenta y CEO. Hemos cumplido esta promesa y más. Nuestras estaciones y nuestros socios de difusión reconocen el importante papel que V-me juega en la comunidad latina y han colaborado con nosotros para construir una plataforma sólida a nivel nacional, lo que ha hecho de V-me una de las emisoras en español de mayor envergadura en Estados Unidos.”

LOS SUPERCONSUMIDORES DE LA TELEVISIÓN EN ESPAÑOL

El nuevo perfil de los consumidores elaborado por Simmons muestra que V-me llega a una muestra de latinos diversa y exclusiva, muy valorada porque este grupo no mira otras cadenas televisivas en español. En comparación con los televidentes promedio de televisión en idioma español, los de V-me tienen un ingreso familiar superior que ellos canalizan en artículos de mayor nivel, como automóviles, artículos electrónicos, mejoras en las viviendas, muebles y productos de marca.

“La audiencia de V-me es diferente, exclusiva y sin igual– indicó John Begert, vicepresidente sénior de Mercadotecnia y Marca. Esto significa que una inversión en V-me entrega un mensaje a nuevos y potenciales consumidores”.

SOCIEDADES DE MARKETING CREATIVAS

Con un enfoque de distribución multiplataforma, V-me entrega soluciones creativas y grandes resultados para socios de marketing, que ya incluye más de treinta clientes de primera línea. Desde patrocinios de programas completos y de programas de corta duración, pasando por apariciones de una marca, integraciones y segmentos especiales dentro del programa, hasta alternativas móviles y en línea, V-me trabaja con las agencias y los clientes para desarrollar una distribución innovadora en tres pantallas.

“V-me no se apega a un enfoque predeterminado al trabajar con sus clientes– dice Frank Donaldson, vicepresidente sénior y director de Ventas. Nuestro equipo de ventas, que trabaja en colaboración con los clientes y las agencias, es capaz de desarrollar programas multimedia que entregan un valor y que se dirige directamente a los consumidores latinos a través de nuestras plataformas de medios de comunicación”.

PROGRAMAS DIFERENCIADOS PARA HISPANOS DE ESTADOS UNIDOS

Con producciones originales, estrenos exclusivos y adquisiciones de primer nivel, V-me ofrece una alternativa de calidad para las familias latinas de Estados Unidos, con programación en casi todos los géneros excepto telenovelas.

“La calidad y diversidad de V-me marcan una diferencia con otras cadenas en español– afirma Guillermo Sierra, vicepresidente sénior y director ejecutivo de contenido. Con un estilo enfocado al estilo de vida de los latinos, cine, miniseries, cultura, deportes, hechos de actualidad y la más extensa programación para educación preescolar en la televisión en español, V-me atrae a cada miembro de la familia latina: adultos, mujeres, hombres y niños.”

Parte de la nueva programación 2009-2010 y eventos destacados:

Estilos de vida – Crianza de los hijos:

Las aventuras de Eebie es parte de la nueva programación en series de corta duración que se enfoca en la crianza de los hijos presentado por la superestrella latina y reciente mamá, **Thalía**, con entretenidas viñetas que ayudan a los padres de bebés desde los 6 meses en adelante a que transformen cada día en un aprendizaje duradero. Está basado en los últimos estudios sobre la primera infancia, **Las aventuras de Eebie** que complementa de manera natural la premiada serie de V-me para la crianza de los hijos, *Lo niños en su casa*.

Entretenimiento musical

Estudio Billboard, el original y popular programa de música y entrevistas de V-me producido en colaboración con la revista *Billboard*, comienza una nueva temporada y es presentado por Leila Cobo, la máxima autoridad latina en música. En entrevistas exclusivas, importantes artistas latinos comparten su visión sobre la vida y la música, lo que ilustran con presentaciones de su música favorita, desde la preferida en su niñez hasta canciones nuevas.

Música Latina USA – especial: Una visión refrescante de la historia musical estadounidense que se desarrolla en cinco décadas, y muchos estilos que adoptan sonidos latinos y artistas que han enriquecido profundamente la música popular en Estados Unidos. Dos especiales de dos horas se estrenarán en V-me en octubre del 2009 en colaboración con PBS durante el Mes de la Herencia Hispana. Especiales y presentaciones que incluyen leyendas de la salsa como Willie Colón y Marc Anthony; rock con sabor latino desde Motown a los Rolling Stones; Flaco Jiménez; Carlos Santana; Linda Ronstadt; Los Lobos; Gloria y Emilio Estefan; Juanes; Miami rapper Pitbull; el reggaeton de Daddy Yankee y Tego Calderón; y Lin-Manuel Miranda, ganador del premio Tony por “In the Heights”.

Series de reality documental:

El portaviones: El estreno hispano mundial un *reality*, una serie de 10 horas, que es un éxito de taquilla de Icon Productions, que pertenece al productor ejecutivo Mel Gibson, lleva a los televidentes hacia el portaviones USS Nimitz durante el despliegue militar en la guerra del Golfo Pérsico. Es algo tremendo, muy personal; una ciudad flotante con 5 000 marineros e infantes de marina, muchos jóvenes latinos y otros grupos étnicos lejos de su hogar, que experimentan estrés, soledad, intimidad y conflicto. El gran dramatismo se mezcla con tecnología, acción junto con momentos muy íntimos que los llevan a encuentros muy emotivos cuando termina su viaje de instrucción.

Entretenimiento – Planeta

Crónicas Salvajes le toma el pulso al planeta con exploradores y científicos cuyo acceso único al mundo natural los lleva a resolver misterios y abogar por la protección del medio. Este año, se

llevará a cabo una búsqueda de talentos que hará que los televidentes compitan por una oportunidad para ser el presentador de la versión en español de esta aclamada serie de la National Geographic.

Estilos de vida – Alimentación:

La Hora El Gourmet.com continúa como el espacio culinario líder en español y en línea con atractivas personalidades, consejos, técnicas de *chefs* latinos de primer nivel, al igual que recetas y mucho más. Este bloque de series diario presenta oportunidades rápidas, en línea, que tienen mucha llegada y ofrece un enfoque fresco para la televisión en español que muestra estilos de vida.

Niños:

LazyTown, la única marca mundial dedicada a la salud y nutrición de los niños –y también una de las franquicias televisivas más populares– entrega mucha energía al bloque educacional más extenso para niños en la televisión en español, junto con nuevas oportunidades de difusión y promoción.