



**Medios de Comunicación Humanos Ilimitados
Informaciones de Todas las Naciones para el Mundo Futuro**

COMPAÑÍA:

HUM es una agencia de prensa móvil que soluciona un problema de información de mil millones de dólares. Agregando, analizando, produciendo y distribuyendo información recogida de **116 países y territorios** que no se encuentra en el suministro de información internacional. La Compañía sirve a los mercados de los principales medios de comunicación, corporaciones, entidades académicas y gubernamentales; así como también a los consumidores; una verdadera fuente de cobertura a nivel mundial de productos de información confiable, concerniente a una generación joven de rápido crecimiento y a ciudadanos enfocados en el futuro que están cambiando la forma en que consumen y acceden a la información.

PROBLEMA:

Hay **237 países y territorios en el mundo**. Solo **121** están cubiertos por los proveedores de información predominantes. ¿**RESULTADO?** **116 países y territorios NO cubiertos** por los medios de comunicación masivos, casi la mitad del mundo, y 4 mil millones de personas. **HUM** se refiere a esto como **Geographic Gap®**, y la oportunidad de mercado de la Compañía.

OPORTUNIDAD DE MERCADO:

- **La reducción y disminución de los medios de comunicación y agencias de información más importantes:** la mayoría de las noticias e informaciones globales son provistas por sólo **10** compañías; cuyos recursos propios están disminuyendo.
- **La demanda por noticias y audiencia global está en aumento:** La reproducción de contenido de noticias está por encima de 600%; el 62% de la gente está viendo los clips de noticias. Los 10 mayores periódicos vieron un aumento de 16% año tras año en sus páginas web. La audiencia de periódicos en la red aumentó al doble de la renta del Internet total; las noticias constituyen el 20% de todas las categorías de anuncios en línea.
- **El crecimiento en el acceso a la red, a la conectividad y a dispositivos móviles:** 1.5 mil millones de personas tienen acceso a la red; el mayor aumento de conexión móvil e Internet sucederá en “países en vías de desarrollo” en los próximos 10 años. Tres mil millones de personas en Asia, África, el Oriente Medio y América Latina tendrán acceso para el 2011. Para el 2013, habrán 4.5 mil millones de usuarios de conexión móvil por todo el mundo.
- **Las tendencias del consumidor, la evolución del video periodismo y las vastas fuentes de información aún sin explotar:** Periodistas, medios de comunicación, ONGs y otras organizaciones estratégicas; productores de información preexistentes con recursos y trabajo nunca antes visto u oído. El periodismo cívico ha ganado aceptación; para el 2010, el 55% de los videos en línea serán creados por el usuario; pero no desde las grandes naciones ignoradas en las que **HUM** se enfocará.
TODAVIA.

LA SOLUCION HUM:

La creación de la **UNICA** agencia mundial de noticias enfocada hacia el **Geographic Gap®** mediante la construcción de:

- **La Coalición Internacional de Socios de Información (en inglés: HUM CO/OP):** Red integrada de Periodistas, expertos en temas, académicos, tecnólogos, ONGs y

ciudadanos comunes para recopilar información e historias importantes de manera consistente; valuadas por su confiabilidad.

- **Una infraestructura en el campo del video periodismo:** Sistemas estándar de recolección progresiva de datos a bajo costo, tecnologías eficaces que responden a desafíos geográficos y facilitan bajos costos de contratación de personal.
- **El HUB Centralizado de Información Original:** La presentación de una biblioteca original, rica e intuitiva, nunca antes ofrecida; que permite corrientes de alimentación de información, y ventas de información producida y por paquetes, que respaldan una generación de ingresos.

MODELO DE NEGOCIOS:

El modelo de negocios de **HUM** se centra en 5 corrientes de ingresos permitidas por el motor central de agregación/generación de información 'HUM Hub': información y material exclusivos hacia los cuales la marca de **HUM** se orienta.

GENERACIÓN DE INGRESOS:

- **Negocios:** venta de información selecta, constante y confiable; servicios de alimentación de información a socios de producción/distribución a nivel global.
- **Concesión de Licencias de Información:** la ventaja de una biblioteca única, rica, nunca antes ofrecida, para la autorización de video, fotografía, productos de audio y arte.
- **Consumidores:** Cuotas de suscripción. Clientes móviles y en línea que reciben contenido informativo de **HUM**.
- **Publicidad:** El enfoque de base geográfica, temática y poblacional ofrece una exposición incomparable para el crecimiento de compañías globales.
- **Servicio al Cliente:** servicios de investigación cultural destacada, servicios de consultoría, producción, mercadeo y creatividad basados en la marca de **HUM**.

OFERTA:

HUM busca una inversión de 20 millones de dólares, en un período de cinco años, con el objetivo de continuar construyendo plataformas de tecnología de base para la continuación del desarrollo de asociación, la expansión de esfuerzos de ventas y comercialización, el financiamiento de operaciones, y como capital de operaciones para la expansión y crecimiento de oportunidades de ingresos para la Compañía.

VENTAJA DE LA ESTRATEGIA DE SALIDA:

Una marca global sin igual, acceso a **Geographic Gap®**, redes de alianzas únicas, biblioteca de información exclusiva y equidad de marca con consumidores y clientes profesionales a nivel mundial posicionan a **HUM** como un atractivo Socio de Fusiones y Adquisiciones (F&A) o de Información para redes de noticias, compañías de medios y proveedores de información comercial.

www.humnews.com

[humnews@twitter](#), [facebook](#), [myspace](#), [ning](#)

RESUMEN EJECUTIVO

Abril 2010

EQUIPO:

Joy DiBenedetto

Presidente/Director Ejecutivo

15 años de experiencia como Ejecutivo de International News, Periodista laureado de CNN. Oficial en CARE.

Marshall Orson

Director de Operaciones

20 años de experiencia como Ejecutivo de Medios, Abogado, Especialista en Desarrollo de Negocios en Turner Broadcasting.

Andrew Drooker

Director Técnico

25 años de experiencia en Tecnología como Encargado de Sistemas, Director Técnico, Vicepresidente de Investigación y Desarrollo en Turner Broadcasting, Gallup, Weather Channel.

Todd Daniell

Arquitecto Principal

30 años de experiencia desarrollando software y hardwares para principiantes y Fortune 500. Sobre 90 patentes publicadas y 50 pendientes.

Jill Brevda

Oficial Principal de Mercadeo

25 años de experiencia desarrollando proyectos innovativos para la televisión, esfuerzos de comercialización para compañías de tecnología.

Michael Bociurkiw

Vicepresidente Senior de Asociaciones

Ex Portavoz global de UNICEF, 20 años como periodista en CBC, MSNBC, LA Times, South China Morning Post, Winnipeg Free Press & Forbes.

Cristina Khalaf

Vicepresidente Senior de Estrategia de Marca y Proyectos Especiales

Periodista laureada, productora, investigadora y coordinadora de servicios de audiencia en CNN y NBC.