



GAMEBOX



TEEN WOLF



BEING HUMAN



Warp TV



SWITCHED AT BIRTH

PROGRAMACIÓN VARIADA DE ALTA CALIDAD



CONÉCTATE CON LA GENERACIÓN MILENIO

LOST GIRL

SÚMALO YA A TU PAQUETE BÁSICO

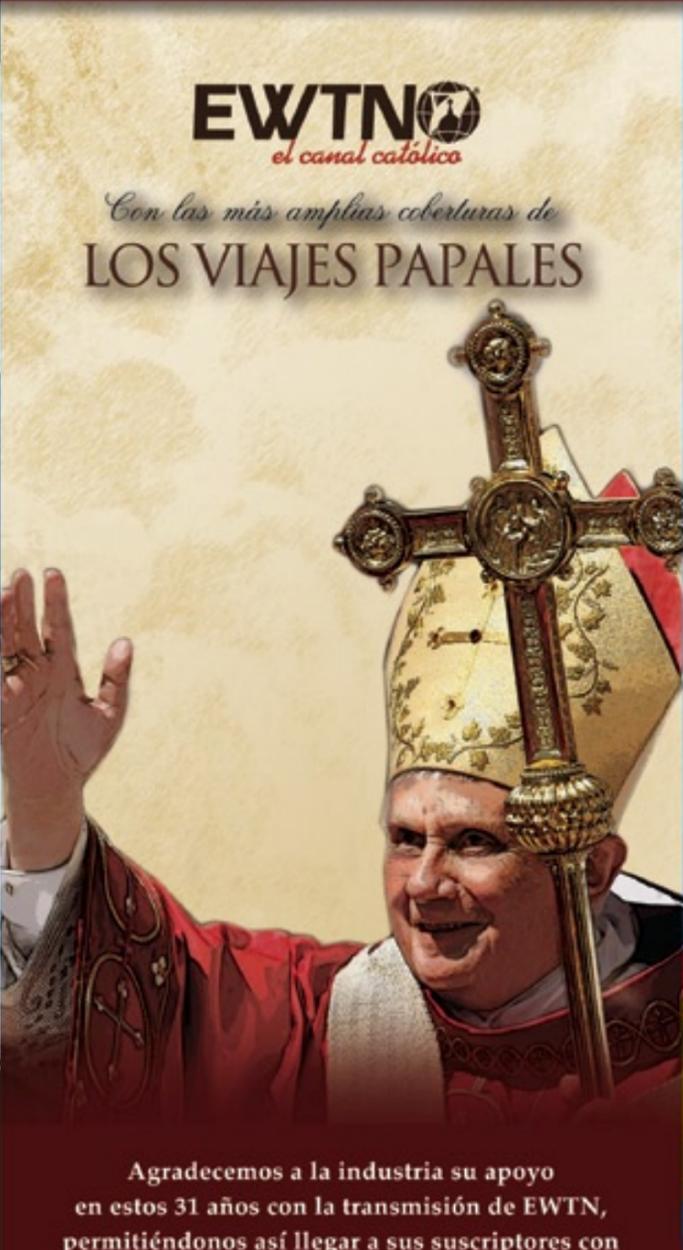
@SONYSPINLA /SONYSPINLA WWW.LA.SONYSPIN.COM

Mayo 2012 | Año 17 | # 204 Segunda Edición

Spanish - English edition Prensario Internacional

www.prensario.net

Televisión • Broadband • New Media • Licensing



EWTN el canal católico

Con las más amplias coberturas de LOS VIAJES PAPALES

Agradecemos a la industria su apoyo en estos 31 años con la transmisión de EWTN, permitiéndonos así llegar a sus suscriptores con los eventos de la Iglesia en el mundo. iberoamerica@ewtn.com • www.ewtn.com

Distribución:



exp CANITEC 2012

30 de Mayo al 01 de Junio Expo Mundo Imperial, Acapulco, México

THE CABLE SHOW

NCTA

21 al 23 de Mayo Boston, MA - USA

Informe Especial: Mercado Latino en USA

HAY RIVALIDADES QUE ATRAVIESAN GENERACIONES



DALLAS



LUNES, 18 DE JUNIO, 22HS.

SOMOS WARNER

HBO

LATIN AMERICA
GROUP



EL MUNDO DEL ENTRETENIMIENTO
ESTÁ EN HBO LATIN AMERICA GROUP

DESCÚBRELO

WWW.HBOMAX.TV

TM & © Warner Bros. Entertainment Inc. A Time Warner Company. All Rights Reserved.

EDICIÓN CANITEC DE MÉXICO Y NCTA/INFORME ESPECIAL MERCADO LATINO DE USA



SPECIAL CANITEC MEXICO / THE CABLE SHOW / U.S. HISPANIC MARKET EDITION



Esta edición de **Prensario Internacional** tiene como foco su distribución en la Expo Convención Canitec 2012. Estaremos del 30 de mayo al 1º de junio en el Centro de Convenciones ExpoMundo Imperial de Barra Vieja en la Ciudad de Acapulco, donde la muestra buscará capitalizar la gran expectativa del medio regional con el mercado mexicano.

Como parte de la eficaz política que viene realizando Canitec, la Cámara de Telecomunicaciones por Cable de México, se ha podido contar con la presencia en todas las últimas ediciones del Presidente de la República Mexicana Felipe Calderón, y de varios gobernadores en la edición anterior en Puebla. Ahora toca apoyar al Estado de Guerrero en una etapa difícil con el tema de seguridad, pero sin duda se saldrá adelante, otro ejemplo de cómo la industria del cable se fue abriendo camino en los múltiples desafíos. Es por ello que la actividad se concentrará en la zona Diamante.

Con muchas todas las oportunidades que ofrece México; también hay polémicas con **Telmex**, **Dish** y las demás novedades a futuro, que detallamos en este informe especial con el estilo de **Prensario**. También están los reportajes a todos los protagonistas tradicionales del mercado como **Sky**, **Cablevisión**, **Megacable**, **Cablemás** y el **Grupo Hevi**, y algunos más nuevos como **Total Play** de TV Azteca y **Maxcom**.

NCTA/INFORME MERCADO LATINO USA

Una semana antes de Canitec estaremos en Boston, Massachusetts, en The Cable Show de la NCTA (National Cable Telecommunications Association), la convención de programación y tecnología de cable para el mercado doméstico de los Estados Unidos. Como suele ocurrir en todas las grandes ferias de ese mercado, son muchos los representantes de Latinoamérica que asisten para estar con los ejecutivos más representativos de las señales y tener reuniones con otro tipo de apuro. Se espera la participación de los más importantes MSOs, para seguir avanzando sobre los temas mayores; también es una gran oportunidad para los proveedores latinoamericanos de señales en su labor para seguir concretando su entrada en el mercado latino de Estados Unidos, que se ha abierto con la digitalización mediante atractivos paquetes latinos en todos los grandes MSOs de Estados Unidos.

Respondiendo a esta circunstancia, volvemos a exponer en esta edición el informe especial sobre el mercado latino, en la zona central de esta edición. Es otra tradición de **Prensario** que oportunamente vuelve a coincidir con la NCTA.

Por la cercanía geográfica y temporal, y por la coincidencia de protagonistas, es pertinente juntar a Canitec con la edición del mercado latino de USA. Muchos ejecutivos participarán en ambos eventos y con ellos estará **Prensario**.

This **Prensario International** edition is being distributed at The Cable Show, the NCTA convention held on June 21-23 in Boston, Mass., and the Mexican Canitec gathering, on May 30-June 1st. in Acapulco, State of Guerrero.

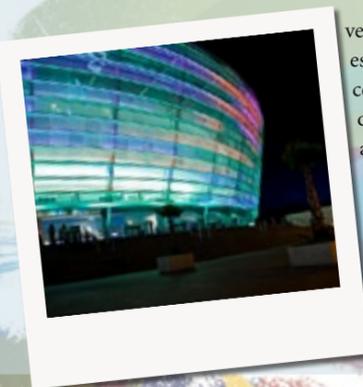
The Canitec convention and exhibition has gained force in the recent past particularly due to the renewed presence of Mexican President Felipe Calderón and the chance to listen first-hand about the official telecommunications policies, last year at Puebla he was joined by several State Governors. The 2012 Convention is being held with special consideration to the safety of the participants, with a different Convention Center selected as site and activities in the Diamante area of Acapulco.

The Mexican telecommunications market is expanding at a faster pace than in previous years, due to better economy perspectives and a rebound of the exports to the U.S., Mexico's major trade partner. There are plenty of expansion opportunities in pay TV, broadband Internet access and digital telephony, as well as sometimes heated discussions about Telmex, which needs a license change in order to be allowed to enter the television field, and Dish, a venture controlled by EchoStar and local partner MVS, that has a sales and billing agreement with the telco. This issue carries interviews and reports on the major players, among them Sky, Megacable, Cablevision, Cablemás and Grupo Hevi, as well as new players TotalPlay and Maxcom.

THE CABLE SHOW AND U.S. HISPANIC MARKET REPORTS

A strong crowd of Latin American cable operators is expected to attend the National Cable Association's The Cable Show convention in Boston. In addition to those interested in getting acquainted with the latest technology, there will be a growing number of entrepreneurs trying to crack open the U.S. Hispanic market to their signals. The U.S. cable and DTH operators are increasingly considering to feature Latin American channels (or their U.S. Hispanic versions) as part of the digital cable packages aiming at Spanish- and Portuguese language subscribers. The U.S. equipment providers will have another good opportunity to exhibit their hardware and software to visitors interested in gaining competitive advantage in their market or region.

A certain number of Latin industry executives will be attending both Canitec and the Cable Show. Therefore, covering both conventions and including our yearly report on the U.S. Hispanic market in this issue seems to be appropriate.



THE BORGHIAS

EL CRIMEN ESTA EN SU SANGRE.
PRIMERA Y SEGUNDA TEMPORADA.

TODOS LOS JUEVES 10 PM

TNTLA.COM

Copyright © 2012 TNT. Una compañía de Time Warner. Todos los derechos están reservados.

MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

• LUIS BOLIO
luis.bolio@turner.com

Tel: (5255) 5089-6272
Fax: (5255) 5089-6280



JUGAR PARA HACER HISTORIA

NBA PLAYOFFS 2012

EMOCIONES EXTREMAS **SPACE** 



SIEMPRE HAY NUEVAS HISTORIAS,
ALGUIEN TIENE QUE ENCONTRARLAS.



**CORTOS I.SAT:
¡QUÉ VIVA MÉXICO!**

VIERNES 25 DE MAYO
A LA MEDIANOCHE

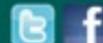
**CONAN O'BRIEN
CAN'T STOP**

SÁBADO 9 DE JUNIO
8 PM



FUNNY PEOPLE

DOMINGO 17 DE JUNIO
11:30 PM

www.isat.tv 

MENOS PREJUICIOS,
MEJOR TELEVISIÓN.

ISAT

MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

• LUIS BOLIO
luis.bolio@turner.com
Tel: (5255) 5089-6272
Fax: (5255) 5089-6280

MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

• LUIS BOLIO
luis.bolio@turner.com
Tel: (5255) 5089-6272
Fax: (5255) 5089-6280

TM & © 2012. UNA COMPAÑÍA DE TIME WARNER. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.

CREER QUE
EL PRÍNCIPE AZUL EXISTE,
TAMBIÉN ES UN CLÁSICO.



LAS PELÍCULAS
QUE HICIERON CLÁSICOS.

TCM

MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

• LUIS BOLIO
luis.bolio@turner.com
Tel: (5255) 5089-6272
Fax: (5255) 5089-6280

15 AÑOS

105 millones de televidentes en las Américas

47 presentadores y corresponsales alrededor del mundo

131.400 horas de cobertura continua

Visto en 26 países de las Américas

10.700 tweets a

1.974.000 seguidores

28 galardones

Cobertura de noticias en 196 países del mundo

Lo viviste con nosotros.

CNN 15 AÑOS
Vive la noticia

@CNNee /CNNee cnespanol.com cnmexico.com

CNN en Español TM & © 2012 Cable News Network, Inc., una compañía de Time Warner. Todos los Derechos reservados.



MÉXICO, ENTRE EL CRECIMIENTO Y LA INCERTIDUMBRE REGULATORIA

Las estadísticas de *Private Advisor* ubican a México como el segundo mercado de TV paga más importante de América Latina, con 11,6 millones de suscriptores a marzo 2012, contra 13,3 millones en Brasil y 7,7 millones en Argentina. Esto, tras haber sido México el mercado más importante hasta 2011, en que fue superado por el empuje brasileño, país que está creciendo al 30% anual y espera llegar a 25 millones de suscriptores hacia 2015.

El crecimiento de la TV paga en México durante los últimos años ha estado sustentado principalmente por los servicios satelitales de **Sky**—controlada por **Televisa**— y **Dish**, una sociedad de **MVS** con **EchoStar** de Estados Unidos que cuenta con un convenio de venta y cobranza de abonos con **Telmex**. El cable ha crecido a menor ritmo, pero su operación se ve favorecida por una buena expansión en el acceso a Internet de banda ancha—donde compite con **Telmex**— y por telefonía fija, aprovechando un cierto desinterés de la empresa controlada por **América Móvil**, de **Carlos Slim**, hacia las líneas fijas. Entre las novedades más recientes figura el ofrecimiento de acceso a Internet para los clientes de **Sky** en el DF mediante la utilización de una red de fibra óptica en el Valle de México, y el



Alejandro Puente Córdoba, Presidente de CANITEC

ingreso de **Megacable** a la telefonía móvil como operador virtual (MVNO), utilizando la red de **Telefónica**, que se suman al ingreso en 2011 de **Total Play**, TV de paga por fibra óptica operada por **Ricardo Salinas Pliego**, titular de **TV Azteca**.

La principal preocupación de los cableoperadores sigue siendo la posible modificación en el título de concesión de **Telmex** para permitirle la distribución de señales de televisión, vedada por su licencia original.

Canitec—la cámara que nuclea a los cableoperadores—se ha opuesto eficazmente a que esto suceda durante el sexenio de **Felipe Calderón**, pese a un Acuerdo de Convergencia emitido a fines de la presidencia de **Vicente Fox**, que establecía condiciones que **Telmex** considera cumplidas pero que **Canitec** y la **Comisión Federal de Telecomunicaciones** (Cofetel) estiman que no han sido satisfechas.

A esta incertidumbre, y a la falta de una política clara de telecomunicaciones por parte del Estado, en parte debida a la ya célebre “doble ventanilla” que obliga a realizar un mismo trámite en **Cofetel** y en la Se-



Mony de Swaan, titular de Cofetel

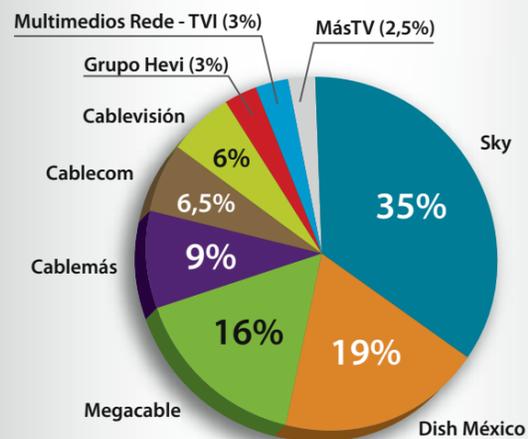
cretaría de Comunicaciones y Transporte (SCT), se suma la realización de elecciones presidenciales el 1º de julio. De acuerdo a las encuestas, **Enrique Peña Nieto**, del PRI, lleva clara ventaja sobre **Josefina Vázquez Mota**, de PAN—actualmente en el gobierno— y **Andrés Manuel López Obrador**, del PRD. Un cuarto candidato, **Gabriel Quadri**, se destacó en el primer debate público entre candidatos, el 6 de este mes, pero sus chances de triunfo eran consideradas nulas.

ECONOMÍA EN ALZA

Gracias a una política económico-financiera coherente y sólida, México ha venido creciendo en los últimos años, aunque a tasas menores—aunque algunos prevén 5% para 2012— que Brasil, Chile y Argentina, y los pronósticos siguen siendo positivos para el futuro, apoyados en la naciente recuperación de la economía de los Estados Unidos, país al que se dirige la mayoría de sus exportaciones.

Por otro lado, se ha revertido el saldo migratorio con la Unión Americana, debido a la crisis que aqueja desde 2008 al país vecino y las crecientes dificultades que allá enfrentan los migrantes indocumentados. Si bien se está lejos de cumplir con la meta de crear un millón de empleos nuevos por año para compensar el incremento en la población, hay una perceptible mejora relativa. La expansión de la TV de paga también se ve ayudada por

MÉXICO: MARKET SHARE DE TV DE PAGA, POR OPERADORES (1T 2012)



Fuente: Empresas/Private Advisor

Discovery
turbo
Para todo aquel que ama la velocidad
y todo lo motorizado.

ADRENALINA PURA

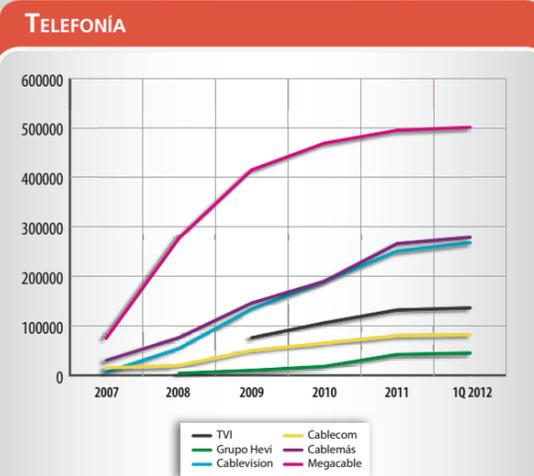
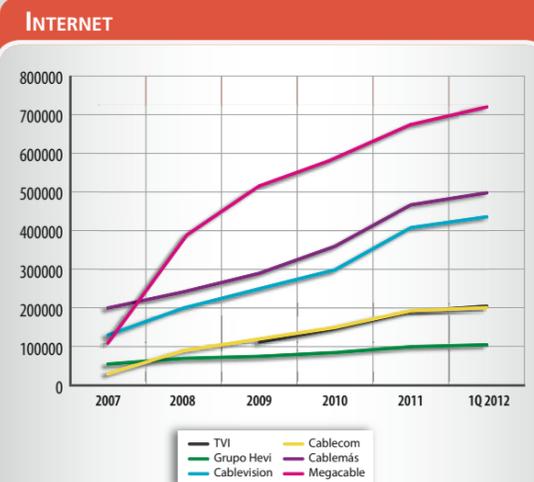
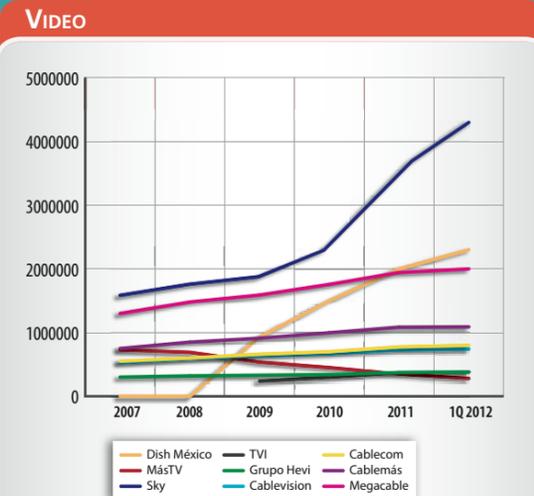
FACEBOOK.COM/DISCOVERYTURBO

• Miami (1786) 273-4201 • México (5255) 5249-8867 • Argentina (5411) 4313-5005 • Brasil (5511) 2138-9600



MÉXICO, ENTRE EL CRECIMIENTO Y LA INCERTIDUMBRE REGULATORIA

MÉXICO: EVOLUCIÓN DE SUSCRIPTORES DE VIDEO, INTERNET Y TELEFONÍA, POR OPERADORES (2007-1T12)



Fuente: Empresas/Private Advisor



Emilio Azcarraga Jean, Televisa



Ricardo Salinas Pliego, Grupo Salinas

una cierta saturación del mercado de la telefonía celular—el primer destino cuando queda algo de dinero disponible en las clases media y baja— y la llegada del DTH a zonas donde no existe cableado. En 2011, por primera vez el número de suscriptores satelitales superó al de cable.

Por otro lado, ha continuado un proceso de concentración de la industria, requerido por la creciente inversión necesaria para extender y digitalizar las redes —como requisito para reducir los índices de conexiones ilegales— y para realizar ante el público campañas de marketing, como las del paquete Triple Play **Yoo**, que puedan competir por la atención del consumidor con lo que ofrecen Telmex y los sistemas DTH. También está en marcha una iniciativa para utilizar un par de fibra óptica de la extensa red de la **Comisión Federal de Electricidad (CFE)** por parte de un consorcio formado por Telefónica, Televisa y Megacable, el mayor cableoperador de México, con 2 millones de suscriptores, mostrando un crecimiento del 15% frente a igual periodo de 2011. Su base digital suma 1,04 millones (52,7%), de acuerdo a datos

de su informe corporativo trimestral.

Enrique Yamuni, director de **Megacable**, dijo en su momento que los altos precios demandados por la CFE por el alquiler de este par impiden bajar los precios del servicio al público pero permiten ofrecer mejor acceso a Internet y telefonía en diversas partes de México.

JUDICIALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA

La carencia de una política coherente de telecomunicaciones por parte del Estado ha llevado a una serie de conflictos legales motivados por decisiones de los entes reguladores y la existencia de la posibilidad de lograr amparos contra muchas de esas decisiones.

Entre estas decisiones figuran el adelanto del “apagón analógico” de la TV al 31 de diciembre de 2015, un plazo breve para las inversiones que deben realizar las televisoras públicas y privadas, y el público en general, para pasar de la TV analógica a la digital. Esta medida fue objetada por el Parlamento basándose en que fue dispuesta por decreto del Ejecutivo y no por Cofetel, que en realidad depende del Ejecutivo. La Corte Suprema validó el decreto al no reunir la cantidad de votos necesarios para rechazarlo, pero se perdió un tiempo importante en este trámite y, por otro lado, el gobierno tiene prohibido subvencionar los decodificadores en 2012 por considerar el Parlamento que sería “propaganda electoral”. Una filial de Televisa en Veracruz interpuso un recurso de amparo contra esta medida, que fue aceptado por la Justicia.

Otra situación controversial fue provocada por Cofetel al anunciar un plan para lanzar dos nuevas cadenas de TV digital y convocar a una encuesta para recabar opiniones, sin

CARTOON NETWORK
ES LA SEÑAL DE CABLE FAVORITA DE LOS NIÑOS EN LATINOAMÉRICA



¡ALGEBRÁICO!

CARTOON NETWORK ES LA SEÑAL DE CABLE #1 ENTRE NIÑOS VARONES DE 4 A 11 AÑOS EN LATINOAMÉRICA. ÚNETE A LA AVENTURA Y SÉ PARTE DEL CANAL MÁS DIVERTIDO EN LA TIERRA DE LA TELEVISIÓN: CARTOON NETWORK.

TURNER MIAMI
(305) 603-2000

Fuente: IBOPE MC09 (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, América Central, México, Perú). Base: niños varones 4-11 años con TV Paga / Desde el 1 de enero de 2011 hasta el 31 de diciembre de 2011 / lunes-domingo / Día Total (24hs) / rat%.





MÉXICO, ENTRE EL CRECIMIENTO Y LA INCERTIDUMBRE REGULATORIA

detenerse en el hecho de que necesariamente el proceso tendrá que ser aprobado por el nuevo gobierno a asumir en diciembre próximo, aunque los Comisionados seguirán en sus puestos hasta la finalización de su mandato. La fijación de un calendario para la licitación quedó postergada ante la oposición de varios de los Comisionados.

En la misma categoría figuran dos acciones de la **Comisión Federal de Competencia (CFC)**, primero fijando una "megamulta" de cerca de mil millones de dólares a Telmex, por abuso de posición dominante, y luego condonando la multa a cambio de compromisos de reducción en tasas de interconexión. Por otro lado, se opuso a una inversión de mil 600 millones de dólares ya realizada por Televisa en **Iusacell**, empresa de telefonía móvil controlada por Ricardo Salinas Pliego, quien también controla TV Azteca, basándose en consideraciones sobre el mercado de TV y no en el mercado de telefonía, donde el fortalecimiento de Iusacell, actualmente con 4% de cuota de mercado, contribuiría efectivamente a aumentar el grado de competencia frente a América Móvil, que controla Telmex.

Otro conflicto se suscitó cuando Telmex transmitió por Internet los Juegos Panamericanos en Guadalajara en octubre pasado: TV Azteca planteó una demanda y Cofetel está

actualmente por decidir si el "web streaming" es televisión o no, tras rechazar algunos de sus Comisionados una decisión administrativa de no dar curso a la queja de TV Azteca. Mientras tanto, un informativo generado por **UnoNoticias**, el canal de streaming de video por Internet de Telmex, ha comenzado a ser retransmitido por el canal **52MX** de MVS en UHF codificada y por Dish.

Por el lado de la SCT, se arrastra un largo conflicto acerca de la renovación de licencias de espectro inalámbrico (190 MHz en la banda de 2.5 GHz) que impide a MVS establecer un servicio que compita en telecomunicaciones móviles con Telcel, Movistar y Iusacell. El conflicto parece estar en la fijación de la "contraprestación" o pago a exigirse a MVS por el uso de las frecuencias, pero existe una controversia con la **Secretaría de Hacienda y Crédito Público**, que en marzo alegó que la SCT nunca le pidió establecer el monto, en tanto que, según Observatel, MVS afirmó que se había requerido un canon de 0,1 dólar por Megahertz/habitante, para una concesión de 20 años, y rechazado una oferta de MVS de 340 millones de dólares por casi tres cuartas partes del espectro durante 10 años. Dado que sólo el 15% de las licencias han vencido, y parte de ellas se extiende hasta 2018, el diferendo está obstaculizando un importante



Carlos Slim, América Móvil

factor de progreso en las telecomunicaciones móviles del país.

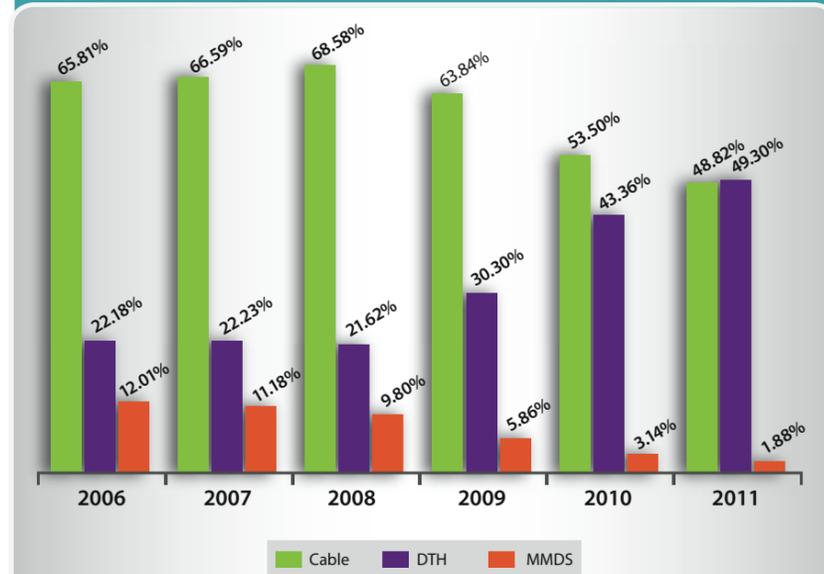
EXPANSIÓN, PESE A TODO

Pese a las dificultades y obstáculos que se enfrentan, la TV de paga sigue avanzando en México, y podría incrementar su expansión en los próximos años, a un ritmo de 10%-15% anual combinando televisión, acceso a Internet y telefonía digital, valor nada despreciable.

Las opciones son: continuar como se está, confiando en la mejoría de la economía, la expansión demográfica y edilicia y el interés del público por conectarse a Internet, o apostar a modificaciones en el régimen regulatorio, para lo cual se necesita acción en el Parlamento. Si bien una nueva Ley de Radio y Televisión parece improbable por el choque entre los diferentes grupos de interés en telecomunicaciones, las modificaciones parciales sí son posibles, aunque no siempre resultan atinadas: tal ha sido el caso con la obligación de facturar las telecomunicaciones móviles por segundo, y no por minuto, sin establecer que el costo por segundo debe ser necesariamente igual o inferior a 1/60 del costo por minuto.

El otro desafío consiste en convencer a los legisladores y generadores de opinión pública—incluyendo periodistas y analistas de mercado y bursátiles— de que la TV abierta y TV de paga son ya parte de la industria de telecomunicaciones y no un mundo aparte. No será sencillo y depende del resultado de la elección presidencial en julio, pero es posible.

MÉXICO: EVOLUCIÓN DE SUSCRIPTORES DE TV DE PAGA, POR TECNOLOGÍA (2006-2011)



Fuente: Cofetel

Todos quieren una gran señal.

TV NETWORKS
empresa socialmente responsable y líder en televisión de paga.

www.tvcnetworks.mx

AGENDA CANITEC 2012

LUNES 28 DE MAYO

4:00 PM - 8:00 PM
REGISTRO EXPOSITORES
REGISTRO SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

MARTES 29 DE MAYO

9:00 AM - 7:00 PM
REGISTRO EXPOSITORES
REGISTRO SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

MIÉRCOLES 30 DE MAYO

9:00 AM - 7:00 PM
REGISTRO
REGISTRO SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

1:30 PM - 3:00 PM
COMIDA DE INAUGURACIÓN
GRAN SALÓN B PLANTA ALTA
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

3:30 PM - 7:30 PM
CORTE DE LISTÓN Y APERTURA DE EX-
POSICIÓN
SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

3:30 PM - 5:30 PM
TALLER
SALÓN 8 PLANTA BAJA
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

8:00 PM - 1:30 AM
FIESTA TELEVISIVA
INVITA TELEVISIVA ARTISTA.
LUGAR: PASEO MUNDO IMPERIAL

JUEVES 31 DE MAYO

9:00 AM - 7:00 PM
REGISTRO A EXPO CONVENCION
REGISTRO SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

9:00 AM - 2:00 PM
CONFERENCIAS CANDIDATOS A LA PRESI-
DENCIA DE MÉXICO
SALÓN 1 Y 2 PLANTA BAJA
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

3:30 PM - 6:00 PM
CONFERENCIAS Y PANELES
SALÓN 1 Y 2 PLANTA BAJA
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

8:00 AM - 5:00 PM
PROGRAMA DE ACOMPAÑANTES
DESAYUNO CASA CLUB TV (RESTO PENDI-
ENTE)
MOTOR LOBBY HOTEL PRINCESS, PIERRE
MARQUES.

12:00 PM - 8:30 PM
EXPOSICIÓN
SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

2:30 PM - 3:30 PM
COMIDA DE CONVENCIONISTAS

3:00 PM - 4:00 PM
COMIDA DE EXPOSITORES
RESTAURANTE AROMA PLANTA BAJA
MUNDO IMPERIAL

3:30 PM - 5:30 PM
TALLER
SALÓN 8 PLANTA BAJA
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

8:00 PM - 1:30 AM
FIESTA DISCOVERY

INVITA DISCOVERY
LUGAR PENDIENTE

VIERNES 1 DE JUNIO

9:00 AM - 4:00 PM
REGISTRO A EXPOSICIÓN
REGISTRO SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

9:00 AM - 10:30 AM
CONFERENCIAS CANDIDATOS A LA PRESI-
DENCIA DE MÉXICO
SALÓN 1 Y 2 PLANTA BAJA
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

10:30 AM - 2:00 PM
CONFERENCIAS Y PANELES
SALÓN 1 Y 2 PLANTA BAJA
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

08:00 AM - 2:00 PM
PROGRAMA DE ACOMPAÑANTES
PENDIENTE
MOTOR LOBBY HOTEL PRINCESS, PIERRE
MARQUES

12:00 PM - 5:00 PM
EXPOSICIÓN
SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

2:30 PM - 3:30 PM
COMIDA DE CONVENCIONISTAS

3:00 PM - 4:00 PM
COMIDA DE EXPOSITORES
RESTAURANTE AROMA PLANTA BAJA
MUNDO IMPERIAL

4:00 PM - 5:00 PM
COCTEL DE CLAUSURA
SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

NATIONAL
GEOGRAPHIC
CHANNEL



36 CANALES DIFERENTES.

Para que tus abonados se vuelvan cada vez más fanáticos de la TV paga.

ENTRETENIMIENTO	REPRESENTADOS
FACTUAL	LIFESTYLE
DEPORTES	TEMATICOS
PREMIUM	
OVER THE TOP	

Brands with fans!

FOX International Channels
LATIN AMERICA
foxinternationalchannels.com

ARGENTINA: (5411) 4163 1100 / CENTROAMERICA: (502) 2247 2700 / CHILE: (562) 750 6600 / COLOMBIA: (571) 610 7644 / MEXICO: (5255) 9138 6808 / VENEZUELA: (58212) 820 3200

El sitio web de **Prensario** para agencias de publicidad, centrales de medios y clientes directos

LatinAdSales.com

SOMOS CINE
SOMOS TV
SOMOS UNIVERSAL

ÚNETE



MIAMI: (786) 866 8046
ARGENTINA: (5411) 4103 1100
CENTROAMÉRICA: (502) 2247 2700
CHILE: (562) 750 6600

COLOMBIA: (571) 610 7044
MEXICO: (5255) 9138 6808
VENEZUELA: (58212) 820 3200



UNIVERSAL
NETWORKS
INTERNATIONAL

SKY: INÉDITO CRECIMIENTO APOYADO EN VeTV Y MiSky

TOTALIZA 4.3 MILLONES DE SUSCRIPTORES

Alex Penna, director general de Sky México, confirmó a Prensario que el año pasado el sistema DTH registró un crecimiento aproximado de 970.000 suscriptores, totalizando 4,3 millones. 'El mayor incremento se debió al servicio VeTV, el servicio prepago que resulta muy económico, y a la implementación de paquete de módulos MiSky donde el usuario elige su propio paquete de programación'.

'La tecnología DTH ha sido la de mayor crecimiento en los últimos años en toda Latinoamérica, y de forma muy importante en Brasil. Nosotros lo hemos visto no sólo con Sky Mexico, sino también en Sky Brasil y DirecTV Panamericana, que ha mostrado un crecimiento impresionante en los últimos años. Esto se ve favorecido por la cobertura geográfica que logra este sistema, que prácticamente se puede instalar en cualquier parte del país. Esto además de la mejora económica en la región'.

Y completó: 'El lanzamiento de paquetes más económicos ha permitido ese crecimiento acelerado y un incremento importante en la participación de mercado del sistema DTH contra los demás sistemas de TV por cable. En México los diferentes sistemas de TV paga están en constante competencia frente al doble y triple play. Podría parecer que esto da cierta ventaja, pero en realidad, estamos compitiendo contra esos paquetes desde hace tiempo y aún seguimos creciendo. Ganamos participación en el mercado con el video porque, si bien existe un segmento de la población que opta por tener uno o más servicios por cuestiones económicas, hay otra parte que elige el video'.

VeTV

Penna precisó sobre VeTV, un servicio prepago que ha tenido un crecimiento sustancial. 'VeTV está integrado por 42 canales, producto económico y, bajo la modalidad de prepago, da una flexibilidad adicional al suscriptor ya que le permite hacer stand by si así lo desea. El servicio es cómodo para el suscriptor y su economía'.

Su bajo costo aunado al prepago, llegó a un mercado desatendido que no contaba con TV paga', añadió. Este serviciopermitió a Sky incorporar 2,6 millones de suscriptores. 'Ha sido una fórmula de éxito, un paquete que aporta buen contenido a un bajo costo'.

Penna sostuvo que, pese a las ofertas que el mercado tiene en TV paga y servicios, Sky siempre se ha sostenido en su mercado tradicional donde sigue en un crecimiento moderado, y en la parte que faltaba: entrar al segmento de mercado que necesitaba una oferta mas económica. 'Lo hemos hecho y nos dio un gran crecimiento', completó.

'El mercado mexicano no está altamente penetrado. Hay 29 millones de residencias en México de las cuales la penetración de TV paga es cercana al 40%, o sea que aún hay mucho espacio donde se puede crecer'.

MiSky

En relación al innovador servicio MiSky, que consiste en diversos paquetes modulares tomados del de video tradicional básico: FUN, MovieCity, HBO/MAX, Universe, donde lanzaron el producto por modulares que permite al suscriptor una opción más económica, y montar sus propios paquetes, eligiendo módulos por géneros: Cinemax,



POR ÁNGELES PÉREZ AGUIRRE



Alex Penna, director general de Sky México

HBO, Niños, Para Ellas, Deportes, Noticioso, Familiar, entre otros.

'El suscriptor agrega los módulos de acuerdo a sus gustos y necesidades, hace su propia guía de programación, de una forma más económica que el tradicional y más flexible para aquellos que no quisieran suscribirse al paquete tradicional', explicó.

SIGUEN LAS EXCLUSIVIDADES

Sky hace poco más de dos años lanzó el servicio HD con una gran oferta en contenido, que incluía la cobertura de eventos especiales exclusivos. 'Cada vez más la gente compra televisores de HD para disfrutar esta programación'.

'Las coberturas exclusivas son parte de los objetivos históricos de Sky. Sus contenidos atractivos marcan la diferencia con la competencia, ya que tiene a la Liga Española, toda la NFL, los juegos de la NBA y en exclusiva el fútbol soccer de la Copa holandesa, escocesa, portuguesa y el fútbol inglés, entre otras'.

Este año, la compañía lanzará una plataforma de OTT (Over The Top), y TV Everywhere, que permite que acceder a contenidos a través de dispositivos móviles.

160.000 EN CENTROAMÉRICA Y REPÚBLICA DOMINICANA

Por su parte, el crecimiento de los mercados de Centroamérica y República Dominicana se da de manera más moderada, debido a que se trata de mercados más informales que México y la competencia es más complicada y por lo tanto el incremento no se da tan acelerado. De todas maneras, ya se cuenta con 160 mil suscriptores en esos países y van por más.

Tocamos todos los puntos del entretenimiento



El balance perfecto entre entretenimiento e información. Producimos más de 3000 horas de programación exclusiva al año. Canal 52MX, la tele de todos... tu tele.



El canal número uno de películas en español, sin cortes comerciales, con los estrenos más recientes de México, Latinoamérica y España.



La combinación perfecta para adultos contemporáneos: películas internacionales y el mejor cine erótico.



100% musical con una propuesta joven, fresca y actual, donde puedes ver los videos más pedidos del momento sin interrupciones.



Con más de 20 años de transmisión en España. Cuenta con series originales y especiales exclusivos de gran producción.



El suspenso, la acción y el terror son los principales ingredientes de nuestra programación. MC es... Tensión adictiva.



www.mvs.com/marketing

INFORMES Y VENTAS: Sandra Chávez, Subdirector de Ventas México y Cono Sur, Tels: (5255) 5764-8131 Directo: 5764-8154, Conmutador: 5764-8100 Ext. 4504, 4505, 4507, e-mail: schavez@mvs.com



CABLEVISIÓN LANZÓ CABLEVISIÓN NEGOCIOS Y ALISTA EL CUÁDRUPLE PLAY

TERMINA ADEMÁS ESTE AÑO EL PROCESO DE RECONVERSIÓN DE SU RED

Cablevisión de Ciudad de México presentó el 14 de mayo su nueva plataforma **Cablevisión Negocios** y está listo para el cuádruple play. Su director general, **Jean Paul Broc**, estuvo en la presentación del servicio donde, como había anticipado a Prensario, apuesta también a crecer fuertemente en el sector corporativo.

Este nuevo segmento de negocios busca atender a un universo de hasta 450.000 microempresarios, pequeñas y medianas empresas (MiPyME). A la fecha, Cablevisión da servicios al 10% de ese mercado, pero la idea es extender la oferta al resto de las unidades económicas en 16 delegaciones del Distrito Federal y 23 municipios del Estado de México, mediante diversos paquetes de Internet y telefonía fija, con precios que van de 180 pesos hasta 2 mil pesos.

Cablevisión Negocios es un plan ambicioso para el que se contrató a nuevo personal. 'Hemos invertido entre 30 y 40 millones (de dólares) para esta operación', dijo Jean Paul Broc en la presentación. La apuesta de la empresa es que este negocio genere 30% de sus ingresos en un plazo de tres años.

'Pretendemos alcanzar el 30% del mercado PyME en un periodo de 3 a 4 años, nuestro mercado potencial son las 410.000 PyMEs que están en el área metropolitana', añadió. La plataforma incluye una, dos o hasta ocho líneas en un paquete, llamadas locales y minutos libres para usarse de larga distancia o para celular local por un bajo precio, al tiempo que les permite crecer las características de voz y datos conforme las empresas lo requieren.

Los paquetes incluyen servicio de Internet con velocidades de 5Mbps, 12Mbps y hasta 40Mbps a través de una red de fibra óptica que la empresa desplegó en los últimos tres años. **Guillermo Salcedo**, director de Mercadotecnia de la empresa, dijo que cada empresario puede hacer contrataciones de un servicio, dos o tres, según le sea conveniente. Es decir, contratar un paquete de líneas telefónicas con o sin internet, o bien, tener la opción de contratar servicios de video, aunque ello implique un costo adicional.

TERMINA LA RECONVERSIÓN Y UPGRADE DE LA RED

Cablevisión ha invertido 450 millones de

dólares durante tres años en la renovación de su red de fibra óptica, proceso que deberá terminar este año, y que hizo posible esta nueva clase de lanzamientos.

Jean Paul Broc ya había dicho a Prensario que la reconversión o upgrade de la red a la fibra óptica era un proceso igual o de mayor envergadura que la famosa digitalización de su red con la cual empezó todo este proceso de modernización de Cablevisión en los últimos 10 años, tras muchas décadas estables. Se usa el concepto **Fiber Deep**, el paso previo a **Fiber to the home** para acercar la fibra a la misma casa de los usuarios.

'Este año estamos concluyendo con 70 millones de dólares', destacó y señaló que 'sólo quedan pendientes las zonas de Cuautitlán y Arboledas para sustituir la red'.

CUÁDRUPLE PLAY: IUSACELL ES LA PRIMERA OPCIÓN

Respecto al cuádruple play, Jean Paul Broc sostuvo que sólo falta esperar la decisión de la **Comisión Federal de Competencia (CFC)** sobre la coinversión del **Grupo Televisa** en Iusacell para



Jean Paul Broc

comenzar a ofrecer servicios de cuádruple play. 'Nuestro primer aliado sería Iusacell, pero de no darse trabajaremos con las opciones que ya estábamos trabajando'.

La CFC negó a inicios del año la coinversión de 1.600 mdd de Televisa en Iusacell, fallo para el que ambas empresas presentaron un recurso de reconsideración, que se espera se resuelva a mediados de junio.

En México, empresas como **Megacable** —que opera en el norte y occidente del país— ya ofrece servicios de cuádruple play a través de la red móvil de la española **Telefónica**. La nueva oferta de Cablevisión tendrá paquetes con precios desde 189 hasta 2,000 pesos, según la combinación de servicios de voz y datos. Los clientes podrán añadir servicios de TV de paga, llamadas o líneas telefónicas adicionales.

SUSCRIPTORES DE CABLEVISIÓN, CABLEMÁS Y TVI MONTERREY

Las ventas del primer trimestre de los operadores de telecomunicaciones del **Grupo Televisa** totalizaron 3.771,1 millones de pesos (USD 276 millones), registrando un crecimiento del 16.8% con respecto a los ingresos del primer trimestre de 2011, según informa el último reporte trimestral del grupo.

'Este incremento se atribuye principalmente a la adición de 142.986 Unidades Generadoras de Ingreso (RGUs, por sus siglas en inglés) en **Cablevisión**, **Cablemás** y **TVI** durante el trimestre, como resultado del éxito de nuevos paquetes. Las adiciones de RGUs de voz y

datos continúan impulsando el crecimiento, en promedio aumentaron 28% y 34%, respectivamente', indica el reporte.

El crecimiento también se explica por mayores ventas en **Bestel**, que aumentó los ingresos derivados de los servicios de Internet. Las ventas netas de Cablevisión, Cablemás, TVI y Bestel presentaron un incremento de 14.1%, 18.7%, 18.2% y 18.1%, respectivamente.

La siguiente tabla presenta el desglose de suscriptores para cada una de las tres subsidiarias de cable y telecomunicaciones al 31 de marzo de 2012.

1T'12	Cablevisión	Cablemás	TVI	Total
Video	741,227	1,094,223	382,838	2,218,288
Datos	436,285	498,847	205,017	1,140,149
Voz	268,199	279,449	136,221	683,869
RGUs	1,445,711	1,872,519	724,076	4,042,306

WWW.THEFILMZONE.TV

AHORA DISPONIBLE EN HD PARA TUS SUSCRIPTORES

Brands with fans!

FOX International Channels LATIN AMERICA

MEGACABLE, OPTIMISTA FRENTE AL FUTURO



Enrique Yamuni, director general de Megacable

Un futuro positivo para la empresa y la industria de las telecomunicaciones por cable en general ve Enrique Yamuni, director general de Megacable, la MSO más grande de México y tercera en América Latina.

Megacable está a la fecha en el orden de los 2 millones de suscriptores de cable, tras haber reportado 1.988.122 a fines de marzo, con un crecimiento de 44.000, un 2% más que en diciembre de 2011, y un crecimiento anualizado del 15%. En Internet llegó a 720.162 suscriptores (crecimiento anualizado del 22%), y en telefonía a 501.491, crecimiento del 13% anualizado.

En plática con PENSARIO, el Ing. Yamuni prevé valores de expansión algo inferiores para el total de 2012: 11% para televisión, 15% para Internet y 9% para telefonía, en tanto el porcentaje de suscriptores digitales llegará a 60%, --uno de los mayores en América Latina-- que para Megacable es particularmente importante porque la digitalización le permite ofrecer Internet sin que el suscriptor deba contratar TV al mismo tiempo, ya que la digitalización evita la posibilidad de una conexión ilegal a TV: 'Tenemos ya oferta de este servicio en aquellas zonas donde los set-top boxes son digitales; hasta ahora hay 17 mil suscriptores de este tipo, un valor relativamente pequeño pero que irá creciendo a medida que se digitalice totalmente la red'. Actualmente está disponible en alrededor del 45% del total, en Guadalajara, Puebla, Torreón, Veracruz, Culiacán, Hermosillo y Querétaro. Se espera llegar al 80% a fines de año y totalizar la digitalización en 2013.

INTERNET

Esto es importante porque actualmente Internet es el sector de mayor crecimiento relativo para Megacable: 'Hay una doble oportunidad

porque la penetración es todavía muy baja, y a la vez estamos viendo algunos esfuerzos de estímulo por parte del gobierno federal y ahora varios de los Estados. Hemos participado en una licitación para proveer Internet en hospitales y escuelas, 15.000 de ellos en Jalisco; se están presentando iniciativas en otros Estados, y el gobierno federal tiene un proyecto para 70.000 sitios. También se están ofreciendo facilidades para la adquisición de computadoras'.

'La telefonía fija crece lentamente, en parte porque la gente se está cambiando a telefonía celular; Telmex está perdiendo líneas, nosotros vamos ganando y creemos que todavía hay oportunidades'.

LA RED DE DE LA CFE

Con respecto a la utilización del par de fibra óptica de la Comisión Federal de Electricidad (CFE), por parte del consorcio GTAC que integra Megacable con Telefónica y Televisa, Yamuni señala que la activación 'está prácticamente terminada y estará totalmente en operaciones en junio; ya utilizamos gran parte de la red y quedan problemas en cinco o seis sitios, que serán resueltos en los próximos días; ya estamos desocupando circuitos utilizados anteriormente'. Con respecto a la posibilidad de que la CFE licite más pares de fibra óptica, dijo que 'no hay un programa público de cómo lo van a hacer, y si se hace esperamos que sea a precios iguales o superiores que los que GTAC está pagando a la CFE'.

TRIPLE PLAY

Acerca del producto Triple Play Yoo, que ofrecen varios cableoperadores bajo un mismo nombre, 'sigue funcionando; crece porque se trata de una marca disponible al público en la mayor parte del país y como tal puede ser promovida y publicitada a nivel nacional'.

'Lo que se promociona es un paquete disponible con un cierto número de canales, una cierta velocidad de Internet y una oferta de telefonía, aunque los canales difieran de un operador a otro; aparte, cada cableoperador ofrece otros planes: nosotros tenemos al tope de la línea nuestro plan Megatotal, que incluye velocidad de 20 Mbps de acceso a Internet, llamadas ilimitadas locales y de larga distancia a México, Estados Unidos y Canadá, y los canales básicos de TV y los premium de HBO y MovieCity,

pero no los canales para adultos'.

Dos ventajas que destaca Yamuni para los suscriptores de Yoo son que pueden llamar sin costo a cualquier otro suscriptor de los sistemas de cable afiliados, y que puede activar una conexión de banda ancha en cualquiera de los Hot Spots de esos mismos sistemas: 'Por ejemplo, un suscriptor de Yoo de Guadalajara con Megacable puede activar su equipo en Mérida con Cablemás, el sistema lo reconoce. En conjunto, tenemos más Hot Spots que Telmex'.

Con respecto al ingreso de Megacable en la telefonía móvil, comenta que no hemos 'puesto demasiados fierros en la lumbré'; 'Está funcionando bien pero lo promovemos sólo en nuestras pantallas y no en medios externos, no se hace "cambaceo" (venta puerta a puerta) y estamos aprendiendo acerca de las fallas que se puedan presentar, esperando a que le llegue su tiempo'. Si se está trabajando intensamente en servicios corporativos y empresarios.

SU MAYOR PREOCUPACIÓN

Preguntado acerca de qué es lo que más lo preocupa en la actualidad, Yamuni apunta a que 'sigue sin haber una regulación para Telmex. Los compromisos que anunció la Cofeco para justificar el no aplicarle la multa ya habían sido presentados con anterioridad, y de todos modos ya está haciendo el servicio de video a través de Dish. Si tiene plumas y hace "cuac", es pato'.

'En ninguna parte del mundo existe una empresa como Telmex, que tenga el 75% del mercado de telecomunicaciones. Esto yo se lo explicaba hace poco a un banquero, y le decía: imagínate que tu banco tenga que competir con otro, que tenga el 75% del mercado nacional y está en todo el país. Si yo quiero abrir una cuenta, tengo que caminar 25 metros hasta la sucursal más próxima de ese banco o 500 metros para hacerlo contigo. ¿En qué banco voy a abrir la cuenta?'

'La realidad es esta: Si yo le pido a Telmex una conexión entre las redes en Papantla, Estado de Veracruz, me dice que no, que me la concede en Costa Rica, a 60 Kms. de Papantla. Entonces tengo que construir yo una línea propia entre esos dos lugares, para poder hacer la conexión. Y me cobra 75 centavos de peso como tasa de interconexión por minuto, cuando a sus clientes Telmex les cobra 50 centavos'. Y finaliza: 'Faltan un montón de cosas por arreglar'.



CARLOS ÁLVAREZ, CABLEMÁS: 'BUSCAMOS LO QUE MÁS SE ADAPTA A MÉXICO'

SET TOP BOXES EN DVB Y LANZAMIENTO DEL VOD

El Ing. **Carlos Álvarez**, director general de **Cablemás**, expresó a **PRENSARIO** que la Expo Canitec de Acapulco, debería culminar con la frase: 'Otra vez la industria de cable es excelente para el país, y la competencia que le da a los incumbentes y nuevos protagonistas del mercado, posibilita que los usuarios de México tengan más servicios y a precios mejores'.

En Acapulco, Cablemás será anfitrión y, como es habitual, tendrá su propio booth en la expo para mostrar lo que hace. Allí mostrará sobre todo, las nuestras nuevas cajas digitales con la norma europea DVB, tecnología popular en el mundo pero con la cual en México, vuelve a ser innovador como lo fue oportunamente en la cabecera de Cancún. 'No son **Motorola** ni **Cisco**, que están hechas para un mercado como Estados Unidos con otro tipo de ARPU y clientes más pudientes. Así que nos fuimos a Asia para buscar lo que más se adapta a México. En EE.UU. es común tener varias cajas dentro de la casa o avanzar a las tablets, pero en México el precio del paquete es mucho más determinante y las tablets no llegan al 3%'.

'Las traemos con la empresa **Evolution TV** y nos permiten entrar al mundo híbrido IP y mantener el tradicional para encarar la transición actual. Junto con **Cablecom** somos los únicos en tener cajas de este tipo', completó.

VIDEO: COMPLETA LA DIGITALIZACIÓN Y NUEVOS SERVICIOS

'Las primeras cajas las dispusimos desde el año pasado en el paquete básico. Del millón de clientes de ese paquete, el 75% ya tiene esa tecnología. Ahora ya empezamos con el otro tanto que tiene servicio minibásico y para fin de año esperamos ser muy digitales con la mayor parte de todos nuestros clientes. En video seguimos con un crecimiento constante más allá de las crisis y el año pasado fue de un 9%'.

'Nuestro segmento minibásico con 45 o 50 señales por 179 pesos (USD 13,24) es realmente un éxito. El segmento creció con la entrada de **Dish** a nivel país, pero nosotros venimos cubriéndolo desde 2003, así que ni **Dish** ni **VeTV** (**Sky**) pudieron sacarnos mercado. Todos esos

territorios son D o menos', añadió.

PARTE EL VOD

Desde junio, Cablemás parte con el modelo de esas cajas DVB con VOD y DVR, con HD, VOD para el básico, y para el mini básico estándar sin VOD. 'No segmentaremos, si un cliente minibásico quiere tener VOD podrá tenerlo. En septiembre seguiremos con el modelo de cajas para TV everywhere'.

Continuó: 'El servicio HD ha crecido a cerca de 60.000 clientes y con las nuevas cajas no tan caras podremos llevarlo a mucha más gente. Igual el crecimiento responde más en relación a las televisores que es muy potente, que a las cajas'.

'En la cabecera de Cancún buscamos entrar al mercado hotelero con algo más avanzado pero se mantiene lo de todas las cabeceras de pasar al DVB. La tecnología DVB ofrece lo mismo pero de manera más accesible para el hotel. Y lo podemos hacer mejor que nuestra competencia', terminó.

INTERNET Y TELEFONÍA

Sobre el servicio de Internet, Carlos Álvarez afirmó: 'En Internet, con Docsis 3.0 podemos brindar más velocidad por menos precio que nuestros competidores y por eso mantenemos tasas de crecimiento del 30%. Estamos muy enfocados a que el nivel socioeconómico bajo tomé pueda acceder a mayores velocidades'.

En cuanto a telefonía, comentó: 'Tomamos mercado del incumbente, pero tanto él como nosotros, competimos contra la telefonía celular y no tanto entre nosotros. En Cablemás creemos que tanto los ricos como los pobres mantendrán el teléfono fijo. Los primeros porque quieren y están acostumbrados, y los segundos porque es más barato que el celular. Tenemos 12% de penetración en nuestras zonas cableadas'.

'Actualmente estamos en 48 plazas en México. Es difícil seguir creciendo, pues el país ya está todo concesionado, pero estamos atentos a algún pequeño que no pudo sumarse al triple play y quiere vender. En esas plazas tenemos



Ing. Carlos Álvarez

18.000 Km. de red, de los cuáles en el 94.7% tenemos redes bidireccionales con los tres servicios'.

'Venimos invirtiendo en la red desde hace años y tenemos en todos lados 550 Mhz hacia arriba. Ahora estamos invirtiendo mucho para llegar al mercado empresarial, reconstruyendo redes en anillos metropolitanos', señaló.

SINERGIAS CON CABLEVISIÓN

'Estamos trabajando además en no duplicar esfuerzos con el **Grupo Televisa** en las áreas de informática y en TI especialmente, donde nos estamos moviendo todos a la solución de **Oracle**. En particular avanzamos en la unión de muchas áreas con **Cablevisión**, con un grupo de gente de ambos viendo ingeniería, mercadotecnia, finanzas y administración, para copiar las cosas buenas de cada uno. Igual seguiremos moviéndonos de manera independiente', explicó el ejecutivo.

ESCENARIO COMPETITIVO Y CANITEC

Finalmente, en relación al escenario que viene, dijo: 'En el futuro todos daremos todo, y lo que nos va a distinguir será la satisfacción del cliente. A nuestro gobierno que le permite dar determinados servicios a cada quien, le pedimos que reconozca la diferencia de tamaño. Queremos competir, que nadie aniquile a nadie y así el beneficiado es el público y el país'.

'Que tengamos posibilidad de ser oídos es muy importante cuando lo normal es que los más grandes siempre tienen más votos. Pero en Canitec comprobamos que no estamos solos sino unidos', concluyó.

El Entertainment Television es un canal distribuido por HBO Latin America Group.



NO SÓLO ES HACER REIR,
ES ATREVERSE A DECIRLO



EDUARDO VIDEGARAY
HOST

NUEVO HORARIO
TODOS LOS VIERNES
A LAS 10 PM



EONLINELATINO.COM
@EONLINELATINO

Turistas perdidos



Ver un detalle cambia la historia. **truTV HD**
GENTE REAL.
EXPERIENCIAS EXTRAORDINARIAS. ...

ARGENTINA / BOLIVIA / CHILE / PARAGUAY / URUGUAY

• WHIT RICHARDSON
whit.richardson@turner.com
Tel: (5411) 4318-3100
Fax: (5411) 4318-3205

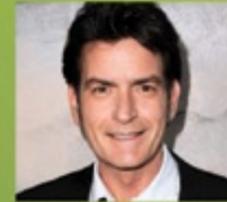
MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / PAÍSES ANDINOS / CARIBE

• LUIS BOLIO
luis.bolio@turner.com
Tel: (5255) 5089-3556
Fax: (5255) 5089-6280

BRASIL

• ANTHONY DOYLE
anthony.doyle@turner.com
Tel: (5511) 5501-6700
Fax: (5511) 5507-7082

EL PRIMER CANAL
24 HS DE HUMOR
PARA TODA LA FAMILIA.



Anger Management



Web Therapy



The King of Queens



The Office

tbs
veryfunny

ARGENTINA / BOLIVIA / CHILE / PARAGUAY / URUGUAY

• WHIT RICHARDSON
whit.richardson@turner.com
Tel: (5411) 4318-3100
Fax: (5411) 4318-3205

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / PAÍSES ANDINOS / CARIBE

• LUIS BOLIO
luis.bolio@turner.com
Tel: (5255) 5089-3556
Fax: (5255) 5089-6280

BRASIL

• ANTHONY DOYLE
anthony.doyle@turner.com
Tel: (5511) 5501-6700
Fax: (5511) 5507-7082

GRUPO HEVI: CRECIMIENTO EN TRIPLE PLAY Y PRODUCTOS DEBAJO COSTO

ESTE AÑO LANZA VOD Y OTT

Grupo Hevi lleva 38 años en el mercado mexicano como un operador tradicional de TV paga desde Guadalajara. Dirigido por Héctor Vielma Valdivia y sus hijos, Luis y José Vielma Ordoñez, ha venido incrementando su presencia en servicios de Internet y telefonía, posicionándose en el nuevo mercado consolidado con una visión empresarial propia de los fundadores de esta industria.

En diálogo con Prensario, Luis Vielma Ordoñez afirmó que el Grupo Hevi ha tenido un crecimiento orgánico en productos de video de bajo costo, manteniéndose fuerte en su core business tradicional, así como en la penetración del triple play.

‘Entre los principales objetivos alcanzados el año pasado, podemos destacar la terminación de Up-grades a redes de 1ghz, el lanzamiento de servicios de triple play en toda la base de clientes, y el lanzamiento de servicios con canales en High Definition’, mencionó.

‘También hemos concretado adquisiciones importantes de capacidad de fibra óptica de long haul para tener un backbone sólido que nos permita seguir creciendo en datos,

y hemos lanzado DOCSIS 3.0 en las principales ciudades en las que prestamos servicios’, completó Vielma.

En relación al avance del servicio de telefonía, el ejecutivo agregó:

‘Hemos terminado las interconexiones directas con Telmex y los operadores de telefonía, y lanzamos productos simples y agresivos que nos permiten crecer en penetración de manera acelerada.’

La compañía ofrece tanto servicios corporativos como residenciales a través de **Telecable**, marca con la que ofrece video a más de 315.000 clientes en Guadalajara y otras plazas, e **Hypercable**, con la que se acerca a



José Vielma Ordoñez y Héctor Vielma Valdivia

los 100.000 abonados de Internet. Además, produce y distribuye **Ocho TV**, señal propia que alcanza a 1,4 millones de televidentes mexicanos.

‘Nuestra marca Telecable sigue creciendo y el público la percibe como una marca que proyecta innovación, generación de valor con múltiples servicios, que era uno de los objetivos’, comentó.

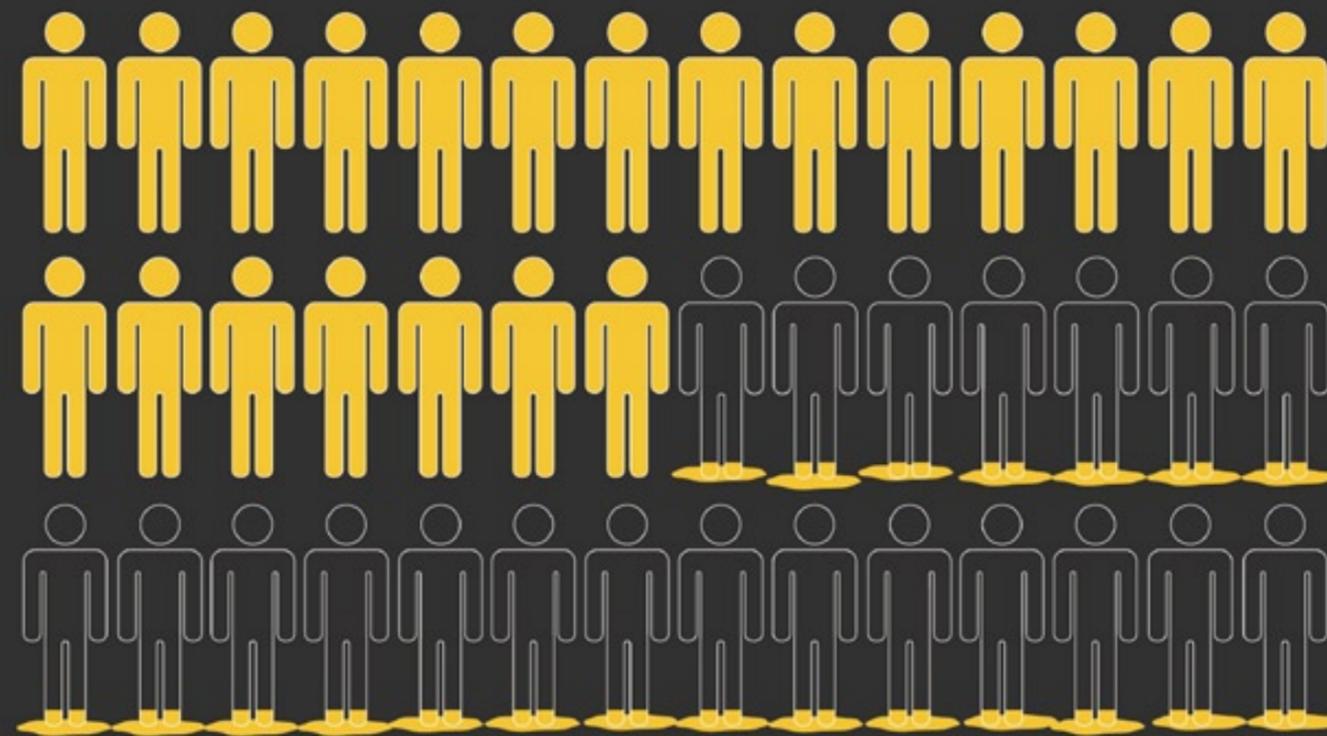
Para este año, en lo que respecta a tecnología, Luis Vielma adelantó que la empresa proyecta invertir en roll out masivo de DOCSIS 3.0, set top boxes con capacidad de HD, VOD y seguirá trabajando en proyectar el Bundle de triple play. Confirmó el lanzamiento de los servicios de VOD y OTT están programados para este año.

Finalmente, en relación al escenario de competencia actual en la República Mexicana, el ejecutivo manifestó: ‘Nos importa darle los mejores productos a los clientes a los mejores precios’.



Luis Vielma Ordoñez

LLEGÓ EL CANAL QUE HIZO QUE EL 50% DE LOS ESTADOUNIDENSES PERDIERAN EL CONTROL DE SUS FUNCIONES CORPORALES.



WWW.COMEDYCENTRAL.LA

COMEDY CENTRAL

VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS

THE AMERICAS
BET* COMEDY CENTRAL* Paramount nickelodeon Vi*

VENTAS AFILIADOS: LAURA PÉREZ, VP OF DISTRIBUTION MEXICO, CA, CARIBE laura.perez@vimn.com.mx (52)55 50 80 17 16
VENTAS PUBLICITARIAS: CARMINA GARCÍA, VP ADSALES carmina.garcia@beviacom.com.mx (52)55 50 80 17 20

Una instalación sin problemas depende de...

Seleccione un conector que es parte de la solución, no del problema.

SignalTight™

PPC 6176 East Molloy Rd, E. Syracuse NY 13057
pppc-online.com • 315-431-7200

Instalación sencilla

Mantiene la continuidad y previene ingress a la red aun estando flojo

Nut Post Continuity Member

Continuidad eléctrica

El conector de continuidad más aceptado en el mercado

Confiable

El conector de instalación más fácil y seguro según los técnicos

Universalidad

DISH MÉXICO SUMA 2,5 MILLONES DE SUSCRIPTORES

SE EXPANDE CON INTENSIDAD EN UN CONTEXTO COMPETITIVO

Con cerca de 2,5 millones de suscriptores, Dish México se sigue expandiendo con intensidad, aunque en un contexto mucho más competitivo que el inicial, por las propuestas de Sky y el paquete Triple Play Yoo, de varios cableoperadores.

Dish México es una asociación de EchoStar de Estados Unidos, dirigida por Charlie Ergen, y MVS Comunicaciones de México, que tiene como agente comercial a la telco Telmex, que se ocupa de parte de la venta y cobranza y tiene una opción para ingresar como socia a la empresa en caso de que las autoridades mexicanas autoricen la modificación de su título de concesión y le permitan ofrecer televisión. MVS, por su parte, tiene pendiente con el gobierno la renovación de algunas de sus concesiones de espectro en la banda de 2,5 MHz, situación en la que no se ha logrado una definición que le permita concretar un proyecto de banda ancha móvil que le permitiría contribuir a mejorar el panorama de las telecomunicaciones móviles en México.

Hace algunas semanas, se divulgó que Quetzsat 1, un satélite que EchoStar iba a destinar para Dish México, va a ser ubicado en una posición correspondiente a Brasil que Hughes, otra división de EchoStar –al igual que Dish Network de los Estados Unidos; comprada a General Motors por Charlie Ergen– adquirió y piensa utilizar para lanzar el servicio en ese país. Se estudia algún tipo de combinación por la cual el servicio DTH en México se vea mejorado tecnológicamente como consecuencia de este reacomodamiento, incluyendo el lanzamiento de más canales HD,

que se sumen a los 16 actualmente ofrecidos, del total de 87 canales.

La otra preocupación de Ernesto Vargas Guajardo, CEO de Dish México y de MVS Televisión, es lograr un cambio en la regulación que permita a Dish contar con los canales broadcast de México y también poder anunciar sus servicios en ellos. Vargas afirma que ‘esto nos obliga a ir de pueblo en pueblo, plantar nuestras banderitas y convencer a la gente para que se suscriba’ en lugar de poder atraer consumidores a través de campañas de publicidad en televisión abierta. En reciente reportaje con Gabriel Sosa Plata, Vargas insistía en que ‘se corre el peligro de que suceda con Dish lo que sucedió con DirecTV en México, que se tornó inviable por no contar con los canales broadcast, en tanto Sky sí los tenía’.

A su juicio, el éxito logrado con Dish se debe a que ‘decidimos comenzar por la base de la pirámide de consumidores, con los estratos más bajos --D+--, y ello nos obligó a ser muy eficientes’, lo cual resultó en poder ‘ofrecer precios más bajos que la competencia’. Esto fue posible ‘porque en realidad llevamos 23 años de operación, incluyendo un momento en que ofrecimos el servicio MVS Digital, con 24 canales satelitales y una antena de 3,5 metros de diámetro y que tenía un costo de 3 mil 500 dólares al suscriptor, y también nuestra experiencia con MásTV, 31 canales analógicos que ocupan 190 MHz (6 MHz cada uno) y que tuvo su máximo auge entre 2003 y 2008’ y que sigue en operación, aunque, por ser analógico con una oferta de programación insuficiente para competir con el cable y el



Ernesto Vargas Guajardo

satélite, lo que nos llevó a Dish’. La opción de digitalizar MásTV resultaba más costosa y compleja que optar por migrar el foco a un servicio DTH. En la actualidad, de acuerdo a Vargas, un 50% de los suscriptores de Dish México pertenecen a los estratos ABC+, lo cual demuestra a su entender la aceptación de la propuesta.

MVS tiene también lo que Vargas denomina “canales complementarios” de la TV abierta, en particular el canal 52MX de TV UHF de aire pero codificada, que también se transmite en los Estados Unidos, y los canales de TV paga EXA, Cine Latino, Multipremier, Zaz y MC cuya distribución se hace en TV de paga en toda América Latina y en el mercado hispano de los Estados Unidos, así como la distribución del canal español Antena 3; en las instalaciones de MVS cerca del aeropuerto de la Ciudad de México se pueden producir programas de televisión empresarial y canales a pedido, pero, el foco de actividad en México está puesto actualmente en Dish México y en continuar su expansión.

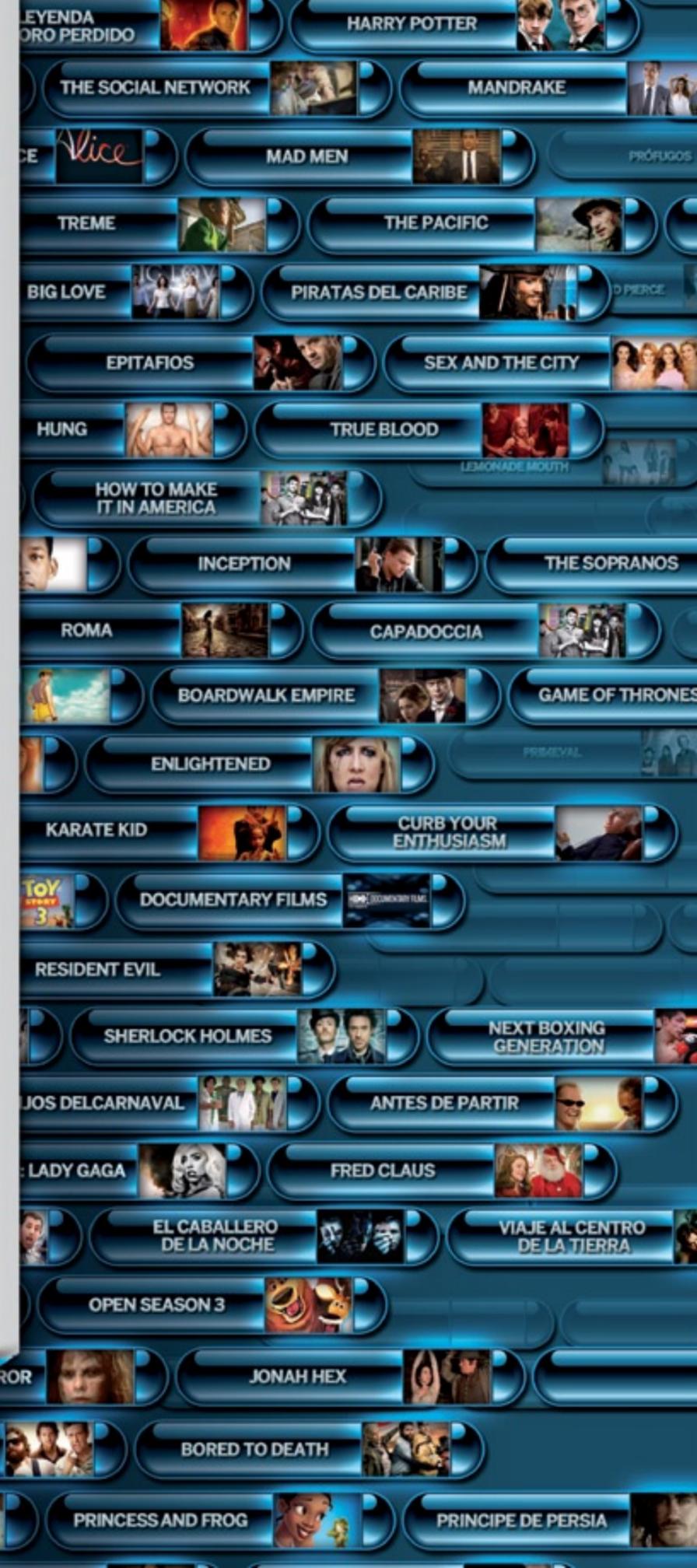
LA MÁXIMA EXPRESIÓN
DE LA CREATIVIDAD,
UNA COLECCIÓN DE LO QUE DEFINE
EL ESTILO NARRATIVO
DE LA MARCA HBO

PELÍCULAS
SERIES
DOCUMENTALES
MÚSICA
DEPORTES

HBO
SIGNATURE®
CALIDAD ORIGINAL

DESCÚBRELO
WWW.HBOMAX.TV

Disponible a partir del 1° de febrero en el paquete HBO MAX



El sitio web de **Prensario** para agencias de publicidad, centrales de medios y clientes directos

LatinAdSales.com

TOTAL PLAY SUMA VALOR AGREGADO A SU SERVICIO IPTV EN MÉXICO

Víctor Teuhtli Estrada, director de producto de Total Play, destacó su slogan *Vive el futuro*, como primera empresa de IPTV de México. A través de la fibra óptica, puede ofrecer más servicios que el estándar del mercado. Dos años atrás el estándar era 2 Mbps, y ahora ofrece hasta 100 Mbps de velocidad para usuarios y corporativo, para subidas a la red de productoras y agencias de publicidad, donde le ha ido especialmente bien.

También ofrece los servicios de video en 3D y HD que aumentarán hasta 23 veces entre 2009 y 2014. Ya tiene un canal lineal en 3D, y

VOD/Catch up TV con su servicio Anytime TV, y graba en la nube 12 canales x 6 días; diez SD y dos HD, siendo la primera compañía de Latinoamérica en dar un servicio de estas características. También ofrece TV interactiva con comida a domicilio y Twitter en TV, y está avanzando en la multiplataforma con los móviles y servicios OTT, con el servicio TotalMovie, que según dice, 'es mejor que Netflix'.

Sobre telefonía, comentó que 'a veces el público sólo necesita double play, pues ya tiene su móvil, y que la telefonía fija comienza a interactuar con la TV. Todo esto con tarifas



Víctor Teuhtli Estrada

bajas y llamadas ilimitadas.

Como retos del cuádruple play involucrados con Usacel, comentó que tiene que tener 'muy robusto el CRM', un back end unificado, facturación integrada (evitar el cross selling) y mayor responsabilidad con los clientes.

MAXCOM: ÉXITO Y CRECIMIENTO DE LA PLATAFORMA YUZU TV

INCORPORA TORNEOS DE FÚTBOL ARGENTINO A SU OFERTA DE CONTENIDO PREMIUM

Ricardo Ortiz, director de Yuzu TV y Desarrollo de Negocios de Maxcom Telecomunicaciones, comentó a PENSARIO el estado actual de las sus redes en México: 'Maxcom tiene una participación muy importante en Puebla, donde mantiene cerca del 40% del market share. En cuanto a infraestructura de transporte, cuenta con un anillo de fibra óptica de 6.421 kilómetros de longitud'.

En relación a los servicios, explicó: 'Maxcom fue el primero en ofrecer un double play a través de DSL y fue el primer operador de IPTV en América Latina, a lo que luego fue agregando servicios de telefonía celular. Las nuevas tendencias mundiales apuntan a los servicios Over the Top (OTT), oportunidad que identificamos desde hace ya algunos años, cuando liberamos el producto de voz sobre IP llamado i-Line, que ahora trasciende las fronteras de nuestro país y se comercializa en Estados Unidos bajo la marca de Mezcalls'.

En septiembre de 2011, Maxcom lanzó la plataforma Yuzu TV, un servicio online de alquiler de video y TV en vivo, que puede operar con un ancho de banda reducido. Sobre su desempeño, Ortiz afirmó: 'Yuzu ha ido

creciendo y hemos agregado más contenido haciéndolo más atractivo para nuestros clientes. La tecnología, innovación y nuevas tendencias mundiales no esperan a nadie y nosotros trabajamos constantemente para encontrarnos en la punta de lanza en la oferta de nuevos servicios y productos para nuestros clientes y para México', completó.

Maxcom seguirá reforzando el producto de Yuzu. 'Hace un año, temas como TV, OTT o TV Everywhere eran desconocidos para muchos, y ahora hay varios competidores en el mercado, lo que nos obliga a mantenernos al día. También estamos reforzando nuestra oferta de IPTV para poder ampliar las zonas de cobertura en las que actualmente participamos. Buscamos mejorar la competitividad de la oferta existente y que más clientes encuentren en nuestro producto una opción de entretenimiento para sus familias'.

'Consideramos que es un producto importante para el desarrollo y la estrategia de Maxcom a mediano y largo plazo. Somos la única oferta de esta naturaleza, ya que hay muchos competidores que ofrecen series y películas a sus clientes bajo el formato de VoD,



Ricardo Ortiz, director de Yuzu TV y Desarrollo de Negocios de Maxcom

pero sólo nosotros le ofrecemos la posibilidad a los usuarios de tener contenido televisivo en vivo en sus dispositivos, en cualquier lugar y en cualquier momento que lo deseen'.

'El contenido Premium que ofrecemos en vivo va desde las grandes cadenas nacionales, noticieros, contenido para la familia y hasta un canal de contenido para adulto, que ha resultado muy atractivo para un sector de nuestra audiencia', añadió.

Finalmente, el ejecutivo comunicó la última novedad de la compañía: 'Acabamos de firmar contrato con el canal T&C Deportes, por lo que estaremos agregando la liga Argentina de Fútbol a Yuzu, que se suma al contenido deportivo selecto'. Para aquellos que no hayan probado nuestra plataforma, ofrecemos el producto sin costo durante el primer mes'.



Disney & ESPN Media Networks Latin America

AMÉRICA LATINA, AMÉRICA CENTRAL Y CARIBE	BRASIL	MÉXICO	ARGENTINA
Tel: (5411) 5031-0800 ventasafiliadosla@espn.com	Marcelo Zeni Tel: (5511) 3677-7604 marcello.zeni@espn.com	Arturo Flores Tel: (5255) 5258 - 1963 arturo.flores@disney.com	Sebastián López Tel: (5411) 5031 - 0800 ventasafiliadosla@espn.com

Disney media+ Soluciones únicas para oportunidades múltiples

PUBLICIDAD & PROMOCIONES

PANREGIONAL	BRASIL	CONO SUR	MÉXICO
Kattia Quintanilla Tel: (001) 305-476-2108 kattia.quintanilla@disney.com	Mauricio Jacob Tel: (5511) 5504 - 9449 mauricio.jacob@disney.com	Daniel Degand-Löb Tel: (5411) 5777 - 7055 daniel.degand-lob@disney.com	Leopoldo Valdés Tel: (5255) 5258 - 1914 leopoldo.valdes@disney.com

TELMEX-AMÉRICA MÓVIL: CONTINÚA EL CRECIMIENTO EN INTERNET Y MÓVIL, CAEN LÍNEAS FIJAS

Teléfonos de México (Telmex), la telco controlada por el Ing. Carlos Slim en México a través de **América Móvil**, obtuvo ingresos por 26.582 millones de pesos (USD 1.966 millones) durante el primer trimestre de 2012, una disminución del 3,5% respecto al mismo periodo del año anterior, según publicó en su primer reporte financiero de 2012.

La baja se debe a que el aumento en los ingresos de los negocios de datos (3,6%), 'no fueron suficientes' para compensar las caídas en los ingresos de interconexión (-41,5%), los servicios de larga distancia nacional (-8,2%) y los servicios locales (-3,1%).

Al 31 de marzo de 2012, Telmex totalizaba 14,58 millones de líneas fijas (12,4 millones residenciales; 1,48 millones en zonas rurales y prepago; 686 mil de telefonía pública), con una caída del 6,3% frente al inventario al cierre del primer trimestre de 2011.

En cuanto a banda ancha, el servicio **Infinitum** alcanzó los 8,08 millones de clientes. Al respecto, la empresa informa que en el primer trimestre de 2012 han continuado 'mejorando el portafolio de servicios e integrando diversos planes por una renta mensual con precios preferenciales'.

TELCEL

Telcel, la operación de telefonía móvil en México propiedad de América Móvil, tuvo ingresos por 41.298 millones de pesos (USD 3.054 millones) entre enero y marzo de 2012, alcanzando un 6,6% de crecimiento respecto

del mismo período en 2011.

La empresa incorporó 1,1 millones de nuevos suscriptores en el primer trimestre del año. Del total, 317 mil fueron clientes de postpago, con lo que la base de suscriptores en México llegó a 66,7 millones, y un crecimiento del 17,3% respecto del año anterior.

En un apartado sobre portabilidad

numérica, Telcel informa que las adiciones derivadas de su implementación 'se han acelerado', sumando 298 mil en el primer trimestre de 2012.

Los ingresos por telefonía móvil representan el 62,4% del total de ingresos de América Móvil en México. Los ingresos por voz móvil disminuyeron 4,3% 'como resultado de una reducción del 18,6% en nuestro precio promedio por minuto'. Los ingresos por datos móviles continúan incrementando su participación de los ingresos móviles, ya representan 30,9%', completa el informe.

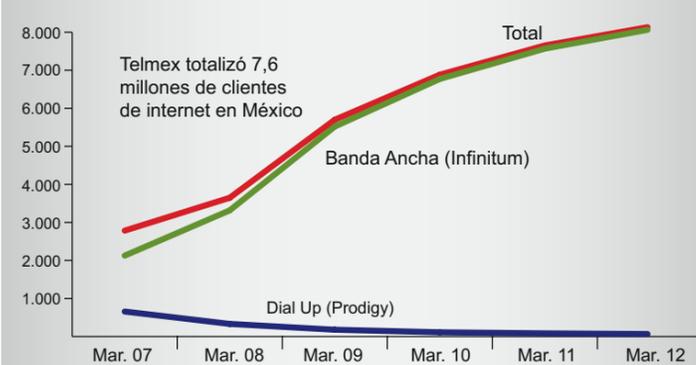
AMÉRICA MÓVIL

América Móvil, propietaria de Telmex, tuvo ingresos por 192.000 millones de pesos (USD 14.202 millones) en el primer trimestre del año, con un crecimiento del 12,4% respecto del mismo período en 2011. Los ingresos de línea fija cayeron 7,1% y los ingresos móviles 15,8%.

'Los ingresos por datos móviles se incrementaron 31%, seguidos por los ingresos de televisión paga (25%) y los ingresos por los datos fijos (9%). Varias de nuestras subsidiarias registraron incrementos de doble dígito en ingresos, en su moneda local', completa el reporte.

El 62,5% de los ingresos totales de América Móvil corresponden a operaciones móviles de sus subsidiarias **Telcel** en México, **Claro** en Argentina, Chile, Brasil, Chile, Dominicana, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua,

TELMEX: CUENTAS DE INTERNET, POR TECNOLOGÍA (MARZO 2007 - MARZO 2012)



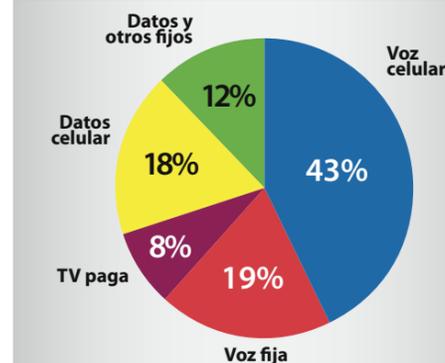
Fuente: Reporte financiero trimestral de Telmex

Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico y Uruguay, **Comcel** en Colombia, **Porta** en Ecuador y **Tracfone** en EE.UU.

La empresa cerró el primer trimestre de 2012 con 306 millones de accesos, registrando un crecimiento del 7,7% respecto del mismo período del año anterior. El total comprende 246 millones de clientes móviles, 30 millones de líneas fijas, 16 millones de accesos de banda ancha y 14 millones de suscriptores de TV paga.

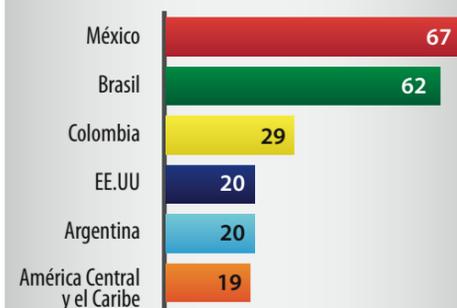
En cuanto al desempeño por países, América Móvil informó que Brasil se ha convertido en el operador más grande de telefonía fija, con 25,2 millones de líneas. En la plataforma móvil, ese país captó 1,2 millones de nuevos suscriptores en el periodo, y México 1,1 millones, mientras que América Central y el Caribe tuvieron 529 mil adiciones netas, y Perú y EE.UU. captaron alrededor de 360 mil clientes cada uno.

AMÉRICA MÓVIL: INGRESO DE SERVICIOS 1T12



Fuente: Reporte financiero trimestral de América Móvil

AMÉRICA MÓVIL: SUSCRIPTORES MÓVILES POR REGIONES (A MAR. 2011)



Fuente: Reporte financiero trimestral de América Móvil

LOS MEJORES PROGRAMAS. MUCHAS OPCIONES. MAXIMA CALIDAD, SIEMPRE JUNTOS.

Telefe Internacional es el primer canal de TV paga de la Argentina que se emite internacionalmente, las 24 horas del día y 100% en español. Ofrece programas en vivo y propuestas orientadas a toda la familia: entretenimiento, deportes, programas musicales, series, telenovelas, series infantiles y juveniles, comedias, realities, magazines y noticias. Muchas opciones para disfrutar. Siempre juntos.

Tel (54 11) 4102 - 5810 / Fax (54 11) 4587-4349
 sales@telefeinternacional.com.ar / www.telefeinternacional.com.ar



PCTV: NUEVAS SEÑALES, CONTENIDO TEMÁTICO Y SABOR LOCAL

Julio Di-Bella, CEO de PCTV, destacó a PRENSARIO el buen desempeño durante 2011 de TVC Networks, la división televisiva de la compañía, que llega tanto por aire como por cable a los estados de California, Texas y Nueva York. 'Lanzamos dos nuevos canales, Pánico y TVC+Latino, que se suman a nuestra meta de brindar al televidente una televisión de contenido temático'.

Pánico es una señal 24 horas de películas de miedo, series, cápsulas, dibujos animados y fillers de terror y sus subgéneros, para público mayor de 18 años. 'Es único en su género en la TV mexicana, viene a reemplazar a Platino Plus'.

Sobre TVC+Latino afirmó: 'Es un canal hecho por mexicanos para mexicanos, que transmite la identidad nacional, su sabor y su música. Es una apuesta por la que hemos trabajado desde hace más de un año'.

Los dos lanzamientos se suman a los canales TVC, TVC Deportes, Platino, Cine Mexicano y arTVC, 'con el objetivo de ampliar la oferta televisiva temática, responder a las demandas de los televidentes'.

TECNOLOGÍA

Sobre la tecnología, Julio Di-Bella señaló: 'Adquirimos una nueva librería robótica Spec-

traLogic y su controlador Front Porch DIVA, que permiten almacenar cerca de 100.000 horas de video en SD en un formato muy compacto (380 cintas en medio rack). Esta librería sustituye a la anterior (StorageTek y controlador Avalon) que almacenaban 20.000 horas en tres racks completos y se encontraban al final de su vida útil'.

Añadió: 'PCTV cuenta con una unidad móvil en HD, que se sumará a la flota de unidades digitales para cubrir eventos y ofertar servicios de producción externos. La unidad está lista para trabajar con seis cámaras, y podrá hacerlo hasta con 12 cámaras totalmente en HD'.

'Los equipos técnicos y los recursos de nueva adquisición han sido utilizados para la producción de campañas internas y de spots publicitarios con altos estándares de calidad en formato HD'.

El ejecutivo contó que el año pasado la empresa incorporó 12 cámaras portátiles, equipos complementarios de iluminación, microfónica y almacenamiento de equipos.

EXPECTATIVAS PARA 2012

'TVC es nuestro canal ancla y toda la barra matutina hasta las 17:30 contiene contenidos propios producidos en nuestros estudios. Platino renovará su estructura, concepto e imagen

POR ÁNGELES PÉREZ AGUIRRE



Julio Di-Bella, CEO de PCTV

en los próximos meses. En TVC Deportes, apostamos por la cobertura más amplia de la 30ª edición de los Juegos Olímpicos en tres canales. Y TVC+Latino lleva lo mejor de nuestras programaciones a la audiencia de Estados Unidos tanto por aire como por cable'.

Finalmente, adelantó sobre Canitec: 'Representa la oportunidad de reunirnos todos los concesionarios de la industria de telecomunicación, nos encontramos, acordamos nuevos proyectos. Son muchos negocios nacionales e internacionales, hay programadores de todo el mundo, Canitec es punto de cierre de negociaciones que se han ido trabajando durante todo el año'.

'También le da la oportunidad a PCTV, que da servicio a más de 1100 ciudades, de atender a nuestros cable operadores del país, es allí donde me puedo sentar a platicar con estos sistemas de cable de manera directa', concluyó.

TVC DEPORTES PRESENTA LONDRES TOTAL

TVC Deportes realizará la cobertura de los próximos Juegos Olímpicos desde Londres, adonde viajará su equipo especializado para analizar el acontecimiento, transmitiendo más de 1200 horas de contenidos.

Gerardo Vázquez de León, director de la señal deportiva de PCTV, comentó: 'La programación olímpica incluirá programas especializados, repeticiones de eventos destacados, y 700 horas de transmisión de eventos deportivos en vivo'.

Por su parte, Fidela Navarro, directora de TVC Networks, afirmó: 'Apostamos por un trabajo con tendrá debate y crítica en Internet y sus redes sociales, que estarán abiertas para que el público opine y se retroalimente. PCTV está presente en 750 cableoperadores alrededor

de México, y sus suscriptores podrán seguir de cerca TVC y estar abiertos a opinar'.

Rafael Ocampo, comentarista deportivo de TVC, opinó: 'Se buscará dar a conocer los comentarios. Se trata de poner a comentaristas deportivos que realmente saben de qué hablan. No es una televisora que tenga línea, sino que se trata de atreverse a criticar. En TVC no filtramos los comentarios de la gente, se leen los Twitts tal como llegan'.

Cada jornada de los Juegos, se repararán desde las 18 horas, los momentos más importantes del día. Luego se emitirá el programa estelar *Londres Total*, que comenzará a las 20, con la conducción de Gerardo Vázquez de León, quien retomará de manera analítica lo que se vivió en Londres. Contará con la compañía de



El equipo de TVC Deportes: Rafael Ocampo, Cristina Millán (clavadista y comentarista), Gerardo Vázquez de León, Fidela Navarro y Juan Manuel Rotter

Nelson Vargas, Rafael Ocampo, Juan Manuel Rotter y Alejandro Gómez'.

Años anteriores, la señal deportiva de PCTV cubrió Beijing 2008, el mundial de fútbol Sudáfrica 2010, los Juegos Panamericanos Guadalajara 2011.

artear
Más contenidos, más calidad.

EN TODA
LATINOAMÉRICA

Primera productora de Argentina
en generar Contenidos en Alta Definición.

el trece | T HD | P

Departamento Venta Señales Internacionales
5411 4370 1351 | 5411 4339 1541

www.artear.com +

TELEVISA NETWORKS: GRAN ANFITRIÓN EN ACAPULCO

SU FIESTA DE BIENVENIDA ES EN LA DISCO PURE

DE LA ZONA DIAMANTE

Fernando Muñiz, director de Comercialización de **Televisa Networks**, confirmó a **PRENSARIO** que en el marco de la expo Canitec de Acapulco, Televisa volverá a ocupar su tradicional rol de anfitrión para representantes de la industria que llegan desde todo el país y de la región, con una fiesta de bienvenida. Esta vez, el evento tendrá lugar el miércoles 30 de mayo a las 20 en la disco Pure Night, Pure, una elegante discoteca ubicada en la avenida principal de la Zona Diamante de Acapulco, justo frente a hoteles sede. El show contará con la actuación de Fanny Lu, 3BallMTY y Germán Montero como artistas invitados.

Televisa tendrá el protagonismo de siempre en su stand central en la expo, donde pasarán los talentos del Grupo Televisa y nuevamente será el lugar de concentración de público local con regalos y otras atracciones.

Entre las novedades de la compañía, Muñiz

mencionó de principios de año el acuerdo cerrado con **Cablecom** para la distribución de **TDN 2.0** en México, que también incluye la señal **Telemundo**. Además, contó que uno de los proyectos 'más fuertes' para este año es el lanzamiento de **El Canal de las Estrellas**

HD, que se empezó a preparar en Andina Link y espera tenerlo listo para Tepal. Actualmente, las señales HD con las que cuenta Televisa Networks son **Golden HD**, **TDN**, **De Película** y **Telehit**, además de las señales abiertas de México. Como siempre en la fiesta de Canitec habrá novedades para seguir.

También comentó a **PRENSARIO** que comenzó a funcionar nueva modalidad para



Soraya Ramírez, Carlos Cabrera, Fernando Muñiz, José Elizalde, Carolina Morán, Bruce Boren y Cristian Cuadra, de Televisa Networks

su equipo de ventas en Latinoamérica en cada territorio, cuya instrumentación se llevó a cabo en febrero durante una reunión de toda el área en la sede de la compañía en Colonia de Santa Fe. 'La estructura será más lineal y menos vertical', comentó.

Uno de los conceptos desarrollados fue el involucramiento de todos los directores regionales en más áreas, como la atención a hoteles y todo lo que genere la OTT. En ese sentido, Muñiz resaltó que recibirá la ayuda de **Hugh McCarthy** para la toma de decisiones. 'Estamos viendo posibles políticas que van más allá de Televisa Networks y alcanzan a todo el Grupo Televisa', agregó Muñiz.

El ejecutivo destacó que **José Elizalde** se enfoca en el desarrollo de Centroamérica y **Telmex** panregional, **Carlos Cabrera** conservará sus territorios andinos pero reporta directamente a Fernando Muñiz, al igual que **Marcelo Bresca** en el Cono Sur. **Valentina Lauria** sigue abocada a Europa y África y ahora sumó Canadá, y **Daniel Picazzo** seguirá manejando México y **DirectTV** Latinoamérica. **Telefónica** se ve por separado en cada región.

'Hoy nuestros ingresos de Latinoamérica sin México ocupan el 25% del total de la facturación de Televisa Networks y quiero que sigan creciendo al 40%', remarcó Muñiz.

En cuanto a las ferias, Muñiz expresó que en **MIPTV** de Francia se promovió el canal **TiiN**, ya que encuentra interés en el mercado. 'Es un canal que puede funcionar bien, tiene buena proyección en África y Brasil', y completó: 'Explotaremos la posibilidad de salir con nuevas señales, porque es un mercado grande y con oportunidades'.

ACUERDO DE GRUPO TELEVISIVA CON GLOBOMEDIA



José Bastón, presidente de Televisión y Contenidos del Grupo Televisa

Entre las novedades del Grupo Televisa, se destaca el acuerdo cerrado con **Globomedia** de España para la constitución de una productora conjunta que desarrollará contenidos para televisión dirigidos al mercado español e internacional.

La alianza es el resultado directo del ingreso en diciembre del año pasado de **Televisa** como accionista de **Imagina Media Audiovisual** (se hizo con un 14,5% de las acciones), grupo español al cual también pertenece **Globomedia**.

José Bastón, presidente de Televisión y Contenidos de Grupo Televisa, destacó: 'El

acuerdo con **Globomedia** es un paso importante para consolidar la presencia de Grupo en el mundo de habla hispana y en Europa, de la mano de un gran socio, ya que en el negocio de los contenidos una parte fundamental del crecimiento está en las ventas de formatos, los acuerdos de co-producción y las sinergias con expertos'.

La nueva productora tendrá los derechos de adaptación del catálogo de Televisa para España, lo que incluye los derechos para el país de las propiedades de ficción de Sony, a partir del reciente acuerdo que firmó Televisa con esta productora. Además, podrá generar proyectos originales.

Daniel Écija, presidente de **Globomedia**, señaló que este acuerdo 'facilita un acceso preferente a dos de los mejores catálogos de la ficción mundial, el de Grupo Televisa y el de la estadounidense **Sony Pictures**'.

Pero además, y no menos importante, **Globomedia** podrá a partir del trabajo conjunto con Televisa en la nueva productora 'potenciar la expansión internacional de **Globomedia**'

LIGHTS, CAMERA, LONDON

LONDON CALLING

Durante el 2012, la BBC se enfoca en la ciudad de Londres en una gran temporada de televisión, radio e internet. De Sherlock hasta Shakespeare, documentales, drama y comedia inspirados por los juegos olímpicos, hasta las celebraciones del Jubileo Diamante de la Reina Isabel II.

**LONDON CALLING – LA CIUDAD DEL 2012 TRAIDA
HASTA USTEDES POR LA BBC**

bbc.com/londoncalling

**BBC
WORLD
NEWS**

TELEFÓRMULA: MAYOR COBERTURA Y CRECIMIENTO TECNOLÓGICO

Telefórmula nació hace nueve años y desde entonces ha venido creciendo, incorporando a los principales líderes de opinión de México en sus programas. Hoy, es una señal que pelea por los primeros lugares en niveles de rating.

El canal se sintoniza a través del canal 121 de **Cablevisión DF**, de **Sky** y en **Total Play**, 'esto ayuda a incrementar los niveles de audiencia y permite a los suscriptores a tener una señal más cercana y con mejores niveles de rating, ya que se encuentra entre los canales de TV abierta. Es el gran logro de este año', afirmó **Salvador Pérez Habib**, VP y Director General en **Grupo Fórmula** a PENSARIO.

La señal tiene una cobertura global y se suma a **PCTV**, que incluye 420 plazas al interior del país. 'Con esta nomenclatura del canal vamos a fortalecer además los fines de semana, que-remos refrescar con programas en vivo con talento de la magnitud de los líderes de opinión con que se cuenta de lunes a viernes. Uno de nuestros éxitos es contar en el grupo a comunicadores como **Ciro Gómez Leyva**, **Denise Maerker**, **Pepe Cárdenas**, **Raúl Orvañanos**,

Maxine Woodside, estamos haciendo mucha y muy buena producción', afirmó Pérez Habib.

Telefórmula inaugurará un set innovador de TV con tecnología de punta, que refrescará el canal y donde grabará los programas de fin de semana, con los que fortalecerá la barra de programación.

Además, el ejecutivo destacó la calidad de los contenidos. 'Es muy importante tener la frescura y la prontitud de la radio en la TV y tener de "viva voz" la noticia, como dice nuestro slogan, *todo lo que pasa a nivel nacional y mundial lo decimos*. Tenemos una serie de reporteros a nivel nacional que pocos lo tienen en TV paga, nuestros noticieros siguen estando sumamente fuertes'.

Y completó: 'Otro factor relevante es que seguimos aumentando ratings, estamos entre los primeros 10 de los 100 canales nacionales que hay'.

En las elecciones de los estados, Telefórmula



Salvador Pérez Habib, VP y Director General en Grupo Fórmula

ha tenido enlaces satelitales a través de las cámaras 3G, lo que les permite tener la prontitud de la radio con la inmediatez de la TV.

Salvador Pérez Habib contó que la señal llega al US Hispanic a través de **Comcats**, **Dish** y **Time Warner**, y próximamente se incorporará a la grilla de **DirecTV** y **Verizon**.

En relación al HD, el ejecutivo comentó que la señal lleva un 90% de transición, y que en un año completará el proceso. Para completar la tecnología que requiere el traspaso al HD, Pérez Habib destacó su presencia en eventos como la NAB. 'Ver los equipos en estado sólido y ver cómo ha crecido y migrado todo al HD es impresionante, sin duda la NAB es el mejor escaparate que puede haber'.

RT: CRECE EL NÚMERO DE ESPECTADORES EN TODO EL MUNDO



Victoria Vorontsova, directora de RT en español

RT, la señal informativa internacional, fue lanzada en los paquetes de cableoperadores mexicanos en verano de 2012, y ya está disponible para 530 millones de espectadores en todo el mundo, es decir, para más de una cuarta parte de todos los usuarios de televisión por cable.

RT emite ininterrumpidamente en inglés, español y árabe desde los estudios en Moscú y Washington. La señal es transmitida por 24 satélites y más de 330 operadoras, lo que le permite llegar a más de 85 millones de ciudadanos de las principales ciudades de EE.UU. en inglés y español. En México, RT en español está disponible las 24 horas en los paquetes de

operadoras por cable **TV Kabel** y **Mina TV**.

Otro punto a destacar son sus más de 700 millones de visitas en YouTube, superando a algunos de los principales canales de noticias internacionales. Además, RT está disponible en 2 millones de habitaciones de los hoteles más prestigiosos del mundo.

Victoria Vorontsova, directora de RT en español, señaló que la intención del canal es ampliar de forma activa su presencia en las redes por cable en el país. 'México es uno de los mercados televisivos en español más importantes, y ahora estamos negociando activamente su expansión allí'.

Entre los últimos proyectos del canal está el debut del fundador de **Julian Assange**, creador de **WikiLeaks** en *El mundo del mañana*, un programa en el que conversa con grandes figuras que componen la agenda internacional. 'El lanzamiento del programa en RT en tres idiomas a la vez, causó repercusión y se convirtió en el tema principal para los mayores medios

de comunicación. Solo el día del estreno el programa estuvo cuatro veces entre los temas más vistos de Twitter', añadió Vorontsova.

El canal RT en español empezó a emitir en diciembre de 2009 y se convirtió en el primer canal en Rusia que emite en español en todo el mundo. Ha sido premiado en el concurso británico **Broadcast Digital Awards 2010**, en la categoría Mejor Lanzamiento de Canal. En menos de un año, el canal celebró entrevistas exclusivas con jefes de diez estados latinoamericanos, entre ellos los presidentes de Venezuela y Ecuador, **Hugo Chávez** y **Rafael Correa**.

Hasta el momento decenas de millones de espectadores en Europa, América central, del norte y del sur reciben la señal a través de los satélites y operadoras por cable. El canal tiene corresponsalías en La Habana, Buenos Aires y Miami. 'RT es transmitida por más de 130 operadoras de televisión por cable en todo el mundo, y el número sigue creciendo', concluyó la ejecutiva.



DREAMHOUSE

Entertainment

Ofrecemos las mejores Alternativas de Canales de Televisión para el Mercado Hispano de Estados Unidos y Latinoamérica.

Siendo líderes, con ideas originales, siempre a la vanguardia, asegurámos un presente sólido y un futuro exitoso.



Tele-Romántica

info@dreamhouseentertainment.com
113 Almeria Ave, Coral Gables, FL 33134
786 . 220 . 1114

DISCOVERY MÉXICO PRESENTÓ DOCUMENTAL SOBRE LA BATALLA DE PUEBLA

Discovery Channel presentó en México el documental *5 de mayo, un día de gloria*, una coproducción realizada con Puebla TV sobre la Batalla de Puebla, que se estrenó el pasado 29 de abril al cumplirse 150 años del acontecimiento histórico de ese país.

Dirigido por Gerardo Tort y Andrea Martínez, esta producción contó con locaciones en el Estado de Puebla como la Hacienda Micuautla, el Fuerte de Guadalupe y el Museo del Alfeñique,

lugares que se ocuparon para recrear los sucesos bélicos del 5 de mayo.

En voz de reconocidos investigadores de la historia nacional y con recreaciones épicas, el explica las causas que desembocaron en el conflicto bélico y culminaron con el inesperado triunfo del ejército mexicano.



Allan Navarrete VP y DG de Discovery Networks México junto con el gobernador del Estado de Puebla Dr. Rafael Moreno Valle Michela Giorelli, productora ejecutiva de Discovery Channel en Español entre otros acompañantes en el presidium de la presentación del documental

La presentación contó con la presencia del gobernador de Puebla, Rafael Moreno Valle, y de Allan Navarrete, VP y director general para México de Discovery Networks, además de directores y otras personalidades del estado.

‘La Batalla es un Día de Gloria y como mexicano me siento orgulloso de presentar este documental que muestra una imagen admirable de nuestro país, es una historia que debe ser contada a las nuevas generaciones. En Discovery realizamos una investigación de calidad, respaldada por reconocidos historiadores



Gerardo Tort y Andrea Martínez, Directores del documental; y Michela Giorelli, Vicepresidenta de Producción y Desarrollo para Discovery Networks Latin America/US Hispanic

y estudiosos en el tema’, señaló Navarrete.

Por su lado, Michela Giorelli, VP de Producción y Desarrollo para Discovery Networks Latin America/US Hispanic, señaló: ‘Buscamos presentar contenidos que sean de interés y satisfagan la curiosidad de nuestra audiencia. La Batalla de Puebla es uno de los acontecimientos icónicos de México que no habíamos abordado, y la celebración en este año del 150º aniversario, nos dio las razones para desarrollar esta producción al reunir las características propias de nuestras producciones originales.’

El documental será transmitido en Discovery con repeticiones, y se transmitirá el 4 de mayo a través del canal del estado Puebla TV. Luego se programará en 150 ventanas adicionales entre las que se encuentran, escuelas y museos.

5 de mayo, un día de gloria cuenta con el apoyo del Gobierno del Estado de Puebla y de la Secretaría de la Defensa Nacional, por medio de la Dirección General de Archivo e Historia.

DMX200

58% ESCUCHA MAS DE UNA HORA POR DIA DE MUSICA

80 MILLONES DE PERSONAS ESCUCHAN DIARIAMENTE MUSICA ONLINE

20% DEL GASTO EN ENTRETENIMIENTO DE LA GENTE ES EN MUSICA

100% de DMX dedicado a programar la mejor música

Para más información: Alejandro Cociola, GM - DMX Media. alejandro.cociola@dmx.com

www.dmx.com / info@dmx.com



26

PERSONAS PARA SALVAR AL MUNDO

2DA TEMPORADA

EL MUNDO ES DEMASIADO GRANDE PARA ENCONTRARLAS EN UNA SOLA TEMPORADA.

UNA PRODUCCIÓN ORIGINAL EN ESTRENO EXCLUSIVO.

INF INFINITO
REALIDAD QUE SUPERA LA FICCIÓN.

ARGENTINA / BOLIVIA / CHILE / PARAGUAY / URUGUAY

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / PAÍSES ANDINOS / CARIBE

BRASIL

• WHIT RICHARDSON
whit.richardson@turner.com
Tel: (5411) 4318-3100
Fax: (5411) 4318-3205

• LUIS BOLIO
luis.bolio@turner.com
Tel: (5255) 5089-3556
Fax: (5255) 5089-6280

• ANTHONY DOYLE
anthony.doyle@turner.com
Tel: (5511) 5501-6700
Fax: (5511) 5507-7082

E!: CONTENIDOS MULTIPLATAFORMA COMPLEMENTAN EL ÉXITO EN TV



Jorge Murillo, Country Manager de E!

Jorge Murillo, Country Manager de E! Entertainment Television, destacó a PENSARIO que este año se han incrementado los ratings en TV paga, y que E! no ha sido la excepción en este contexto. Sin embargo, aclaró: 'Nuestra bandera siempre es brindar una experiencia a los clientes que optan por contenidos multiplataforma, tanto en pantalla como en medios digitales e incluso hasta en elementos On Site. De esta manera, los impactos son medidos en diferentes instancias y no sólo por lo que un sistema de análisis de audiencia en TV puede otorgar'.

En relación a las ventas publicitarias para este año, Murillo señaló que toda la industria tuvo el desafío de revalorizar los costos individuales de las tarifas. 'Esto pudo haber creado cierto retraso en las inversiones de



Pasarela Mexico ELLE Diseña

nuestros anunciantes. Pero la estrategia de E! siempre ha sido apoyar a la industria, dando opciones donde no necesariamente tengamos que utilizar nuestros espacios comerciales de spoteo



regular, sino promover el producto integrado. En ese rubro, me atrevo a decir, somos uno de los canales líderes en México, y esto favorece a que nuestra comercialización no haya sufrido estragos'.

El ejecutivo destacó la importancia de la inauguración de oficinas propias en México, tanto para la comercialización, como para gran parte de la operación en el país. 'Esto nos ha beneficiado en primera instancia, porque logramos dar una experiencia mucho más personalizada a nuestros anunciantes, tanto en ventas como en la implementación de sus campañas'.

Y completó: 'El hecho de que la mayoría de la producción esté basada en México, al igual que las personas que la operamos, favorece esa inmediatez de la que tanto nos jactamos de ofrecer a nuestros anunciantes y audiencia'.

En términos de audiencia, Murillo afirmó que los programas de mayor éxito han sido las 'muy queridas y polémicas Kardashians', que estrenan su nueva temporada en septiembre; 'con gran sorpresa podemos ver que en México *La Sopa*, conducido por Eduardo Videgaray, ha sido nuestro programa bandera de producción original (ahora los viernes a las 22)'.

También destacó *Zona Trendy*, con Max Villegas. 'Nuestros eventos en vivo con los Red Carpets en el primer trimestre nos dieron espectaculares resultados, incluso superando los que tuvimos en 2011. *Project Runway* con su nueva IV temporada, y en las últimas semanas maravillosas sorpresas con *Pasarela Mexico ELLE Diseña*, ahora con 13 capítulos en alianza con Grupo Expansion'. 'En México somos de los pocos networks con estudios permanentes que realizan semanalmente y durante todo el año producción original, tales como *La Sopa* (Eduardo Videgaray), *E! Latin News* / *E! Latin Bites* (John Paul Os-



Zona Trendy, con Max Villegas

pina), *Zona Trendy* (Max Villegas), especiales importantes como *Fashion Weeks*, *Historias Reales*, etc. Incluso, algunos capítulos de *Coffee Break* (Patricia Zavala). En todos teniendo grandes resultados, una mejor tropicalización de nuestra señal a nuestra audiencia mexicana e incrementando esas experiencias comerciales a nuestra audiencia'.

'Desde finales del 2011 E! incrementó su producción original, como resultado de las grandes experiencias que hemos tenido con ellas, y siguen los planes de lanzar productos especiales. En mayo iniciamos con la promoción que tanto éxito ha tenido ya en centro y sur de América'.

Y completó: 'Este año se busca a la Chica E! México, quien será una protagonista del canal, una chica entre 18 y 25 años con todos los talentos requeridos para ser una digna representante de E!. Buscaremos en todos los rincones del país para dar a conocer en septiembre a esta afortunada ganadora. En este mismo mes E! lanzará un espectacular cambio de imagen, que vendrá reforzada de nueva y refrescante programación, información que sin duda, compartiremos en su momento' Finalmente, el ejecutivo destacó el buen desempeño de la señal en las redes sociales. 'Nuestras visitas mensuales, así como seguidores se incrementan exponencialmente mes a mes, y esto es un resultado de los contenidos que ofrecemos tanto a la audiencia como a los anunciantes'. Con respecto a la expo Canitec de Acapulco, Jorge Murillo confirmó la presencia de la señal.



V I V E L A N U E V A E R A

neon

Primer servicio multiplataforma de VOD por suscripción en América Latina

Los estrenos del cine directamente a tu pantalla

Las mejores series, infantiles, música, deportes extremos, documentales y mucho más...

Acción, comedia, aventura, romance, drama, terror: ¡Entretenimiento para todos!

NEON: ¡Lo que quieras ver sin límite!

www.myneon.tv

Powered by
DLA

Para más información comunicarse a dlatvinfo@dlatv.net • Tel: +1 305 894 3532

DISNEY PRESENTÓ EN MÉXICO LA NUEVA SERIE VIOLETTA



Ernesto Sánchez, gerente Senior de Mercadeo de Disney Media Networks

Disney Media Networks presentó en México su nueva producción *Violetta*, durante una conferencia en la que destacó los resultados obtenidos en los últimos meses y adelantó las novedades para este 2012.

Como parte de las novedades para este segun-

do trimestre, la compañía destaca el lanzamiento de una nueva telenovela juvenil, que denominada *Violetta*, se estrenará en la región el 14 de mayo.

Es una coproducción entre Disney Channel Latinoamérica y Disney Channel Europa, en colaboración con la productora argentina Polka, y reúne a un elenco integrado por talentos provenientes de mercados diversos como México, Brasil, España, Italia y Argentina.

La serie sigue la historia de una adolescente solitaria y talentosa que, tras vivir varios años en Europa, regresa con su padre a su Argentina natal. En Buenos Aires, encontrará verdaderos amigos, hallará el amor y descubrirá su vocación

innata por la música.

Violetta tiene una gran voz, aunque ella aún no lo sabe.

De cara a este lanzamiento, Disney Media Networks desplegó una importante estrategia publicitaria, que integra una campaña de publicidad muy agresiva, para que los jóvenes sigan la serie en su formato diario. Entre las acciones, se encuentran anuncios en vía pública, espacios en centros comerciales, y anuncios dentro y fuera de la pantalla.

SEÑALES DE DISNEY, LÍDERES DE AUDIENCIA EN MÉXICO Y LATAM

Ernesto Sánchez, gerente Senior de Mercadeo de Disney Media Networks, destacó ante medios y anunciantes del mercado local que para acompañar los estrenos de las señales Disney Channel, Disney Junior y Disney XD, la compañía está dando gran relevancia al sitio de Internet Disneylatino.com, donde ahora los televidentes podrán seguir de cerca sus series favoritas, obteniendo información adicional sobre cada capítulo, además de interactuar a través de las redes sociales.

En lo que va de este 2012, Disney se posiciona, por sexto año consecutivo, como el canal número uno de los canales de TV de paga a nivel panregional, entre todos los segmentos de este tipo, llegando a más de 20 millones de hogares en 19 países.



Violetta

'Los números y la audiencia muestran un gran respaldo del público hacia nuestros canales, y por eso registran un desempeño extraordinario'. Para el ejecutivo, este es el resultado de que 'el contenido de las producciones de Disney siempre están bien cuidadas, ya que esto es parte de los valores inherentes a la marca'.

Con respecto a lo que ocurre en México, Sánchez destacó que las propiedades de Disney 'también están en primer lugar entre las niñas de 4 a 11 años', y en el caso de Disney XD, 'estamos muy destacados entre los niños varones en el segmento de 4 a 11 -de enero a marzo- y todo gracias a los contenidos'.

Por su parte, Disney Junior 'acaba de cumplir en abril un año al aire, y a lo largo de los últimos meses hemos invitado a los niños, papás y abuelos a vivir las historias que cuentan nuestros personajes'. En lo relativo a lo Digital, dijo que 'cada vez cobra mayor relevancia', por lo que han dedicado un gran esfuerzo en México a desarrollarlo: 'Disneylatino.com llegó en marzo a 1,6 millones de usuarios únicos en el país, lo que significa un incremento del 9% con respecto a febrero.

'Esto también es consecuencia del contenido diferenciado para la plataforma online; todas nuestras series y películas están hechas para experiencias más allá de la pantalla, a través de videos, juegos y otros tipos de interacción', mencionó Sánchez.

CNN EN ESPAÑOL PRESENTÓ SU PROGRAMACIÓN 2012

CNN en Español realizó un evento con toda su clientela VIP en el Hotel Gansevoort, en Nueva York, donde presentó los logros del año pasado y adelantó la programación para 2012.

Estuvieron presentes Cynthia Hudson, VP y directora general de CNN en Español, y Greg D'Alba, presidente de CNN News Networks & Turner Digital Ad Sales y Marketing, junto al equipo principal de de CNN en Español, que incluyó a Marisa Azaret, Ismael Cala, Fernando del Rincón, Juan Carlos López, Lucía Navarro y Mercedes Soler.

'Estamos muy contentos con el crecimiento del canal durante el año pasado. Seguimos invirtiendo en nuevos talentos y en la programación para asegurarnos que proveemos a nuestros televidentes con la más relevante y

cautivante información y noticias en español que esté disponible', señaló Hudson.

Katrina Cukaj, EVP de Ventas de Publicidad de CNN, agradeció a las agencias de publicidad presentes por el apoyo brindado. También comentó que la demanda de CNN en Español es 'saludable y que el canal pronostica un upfront 2012-2013 más robustecido'.

La programación 2012 incluye *Los Influyentes*, el espacio donde Claudia Palacios explora los eventos que están cambiando la historia de América Latina, EE.UU. y el mundo desde sus protagonistas.

Además, se destacan el programa semanal de René Solorio, *Trending Topics*, *Latinoamérica Opina*, un

debate virtual sobre los problemas actuales, *Destinos* con Claudia Palacios, y *Oppenheimer Presenta*, un programa de análisis sobre los temas de la actualidad política, económica y social conducido por el periodista Andrés Oppenheimer.



Isabel Bucaram, Juan Carlos López, Samuel Burke, Lucía Navarro, María Santana, Cynthia Hudson, Fernando del Rincón, Eduardo Suarez, Marisa Azaret, Adriana Hauser, Ismael Cala y Mercedes Soler

LA VIDA ES ENTRETENIMIENTO

En A&E Ole Networks, le damos vida a historias humanas, que cautivan a la audiencia, a través de nuestras plataformas. Somos una fuente de contenido auténtico, provocador y emocionante.

THE GLADES

GENE SIMMONS JOYAS DE FAMILIA

SUPERHUMANOS LATINOAMÉRICA

EL LUCHADOR

EL PRECIO DE LA HISTORIA

RUTAS MORTALES

BIO ÍCONOS: RICARDO ARJONA

¿QUIÉN DA MÁS?

A&E OLE NETWORKS

Distribuido por HBO LATIN AMERICA

A&E bio. HISTORY A&E HD bio. HD HISTORY



Javier López Casella, VP de Ventas y Servicios a Afiliados

DLA: CRECIMIENTO EN LA DISTRIBUCIÓN, CON EL RESPALDO DE AMÉRICA MÓVIL

Javier López Casella, VP de Ventas y Servicios a Afiliados de Digital Latin America (DLA), afirmó a PRENSARIO que desde su nacimiento, hace diez años, la compañía ha mantenido un crecimiento sostenido, y que en 2011, año en el que se incorporaron a América Móvil, las cifras obtenidas superaron en un 10% a las proyectadas.

‘Comenzar a formar parte de América Móvil nos ha dado un respaldo que no teníamos, garantizando a los clientes que hay una empresa sólida detrás de nuestro servicio. Se generó un aumento significativo de la distribución porque comenzamos a formar parte de un Grupo que tiene una llegada al 70% del mercado de TV paga’, completó.

El año pasado DLA lanzó al mercado el Proyecto Neon, un sistema VOD que brinda no sólo un conjunto de planes y paquetes al operador, sino además una plataforma online completa para proveedores de banda ancha.

López Casella detalló: ‘El proyecto Neon consiste de dos sistemas por suscripción y uno

por alquiler o transacción. Los paquetes por suscripción pueden ser el Básico, que incluye películas, documentales, series, karaoke y música de productoras independientes, y el paquete Premium, que brinda el mismo género de contenido, pero producido por los estudios mayor’.

‘El sistema por transacción implica que el abonado contrata cualquiera de los paquetes anteriores y además puede alquilar películas a la carta. Contamos con películas recién estrenadas en cine, nuestras premieres, que llegan apenas tres meses después de las salas. También tenemos material más antiguo que sólo puede verse por alquiler, y que es más económico que los estrenos’.

El ejecutivo aseguró que las operaciones con este nuevo servicio ‘ya son exitosas’, y que para este año DLA tiene programados más de 15 lanzamientos y confirmó: ‘duplicaremos el contenido disponible para VOD en red y broadband’.

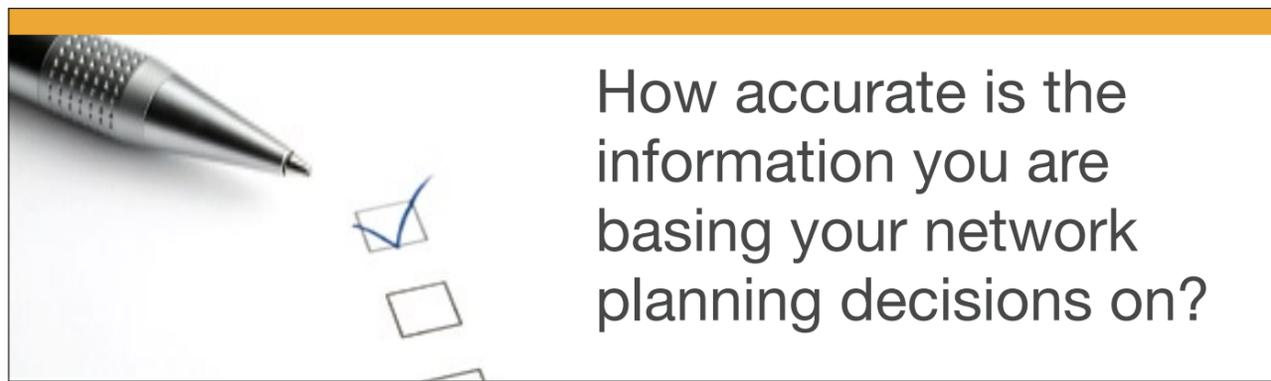
‘Buscamos más empresas que quieran trabajar con nosotros, clientes de TV paga tradicionales

pero también proveedores de broadband para ofrecerles contenidos como Neon, empresas de Internet que visualicen un potencial en este tipo de productos’, dijo.

López Casella añadió: ‘Ofrecemos una plataforma completa para cualquier servicio broadband. Incluye programación de calidad que puede verse desde cualquier pantalla para ver televisión por Internet’.

Sobre la presencia de DLA en Latinoamérica, manifestó: ‘En 2011 ampliamos la contratación en el equipo para Latinoamérica y en Miami. Tenemos oficinas exclusivas en Argentina, Colombia, Brasil, México y Miami, que maneja la distribución en el Caribe y Centroamérica’.

‘Además, el año pasado DLA implementó un departamento de Servicio al cliente, donde no sólo resuelven los problemas que se presentan sino que se anticipan, envían programación e información técnica, estableciendo un fuerte punto de contacto y feedback entre empresa y clientes’.



How accurate is the information you are basing your network planning decisions on?

Bandwidth Activity Reporter gives you actionable intelligence for:

- Monetizing Usage Behavior
- Optimizing Network Resources
- Capacity Planning
- Enhancing User Experience

Want to learn more? Visit us at: www.incognito.com

incognito®
software

Asia a la vista

NHK, la emisora pública de Japón, abre una ventana al continente asiático con su servicio en idioma inglés, ofreciendo noticias y una variedad de programas sobre tecnología, arte, cultura, el mundo empresarial y aspectos de la vida cotidiana.

Más información en :
www.nhk.or.jp/nhkworld/

Contacto : Miyuki Nomura
Representante de NHK WORLD para América Latina
mail@miyukinomura.com

DMX: '7 MILLONES DE ABONADOS ACCEDEN A MÁS DE 100 CANALES MULTIPLATAFORMA'

CRECIMIENTO DE PLATAFORMA DMX2GO

Alejandro Cacciola, director de Programación y Operaciones de DMX Latin America, habló con Prensario la empresa proveedora de señales de música, que ya lleva diez años de crecimiento en la región. 'El impulso que ha recibido DMX se debe no sólo a la calidad de sus productos, sino además al gran momento que la industria de la TV por suscripción en América Latina ha venido teniendo en los últimos años', afirmó.

'Hoy, los consumidores no se conforman con las opciones que ofrecen los servicios de TV paga tradicionales, sino que exigen los mejores contenidos disponibles en el mercado y en una variedad de plataformas (TV, PCs, tablets y celulares). DMX Media ofrece a los operadores de sistemas digitales en Latinoamérica y a las nuevas audiencias, un extenso catálogo de canales de música multiplataforma de calidad y en todos los géneros', completó.



una plataforma viable y de bajo costo para la distribución de contenidos lineales de TV. Esta característica única abre un hito importante en la industria del entretenimiento y ya está siendo aprovechada por algunos de los operadores más importantes de la región.

Entre las ventajas del sistema, remarcó: 'Los costos de envío y transmisión satelital constituyen una de las erogaciones más importantes de los programadores y los sistemas de televisión. El desarrollo propietario de DMX Media que conforma la espina dorsal de DMX2GO les brinda al operador y a los programadores de canales lineales de TV una innovadora herramienta que incrementa sus márgenes al facilitar la transmisión de contenidos a través del internet con importantes reducciones de tiempo y costos en relación a los métodos tradicionales'.

PRESENCIA REGIONAL

'DMX Media ha estado presente en la región por más de diez años y, de acuerdo a algunos estudios de mercado que hemos realizado, es ampliamente reconocida por los operadores como el líder en el desarrollo y distribución de contenidos musicales y servicios de valor agregado para plataformas digitales en América Latina y el Caribe. Hoy día, nuestra oferta multiplataforma de canales de música digital alcanza a más de 7 millones de abonados', destacó.

Acercas del equipo de trabajo en América Latina, Alejandro Cacciola manifestó: 'La formación de un equipo propio de distribución y ventas a afiliadas constituye un paso de trascendencia para DMX Media e ilustra el importante crecimiento que nuestra empresa ha venido experimentando en la región en los últimos años'.

'Por el momento seguimos trabajando de la mano de nuestro distribuidor tradicional DLA, pero nuestro objetivo en los próximos meses es la de conjuntar un equipo de ejecutivos experimentados que nos permita fortalecer aún más



Alejandro Cacciola, director de Programación y Operaciones

nuestra presencia en la región y atender mejor las necesidades de nuestra creciente cartera de clientes', agregó.

En cuanto al desempeño particular en México, el ejecutivo mencionó acuerdos cerrados en las últimas semanas con operadores locales, entre los que resaltó a **Cablevisión Monterrey**.

Y opinó en cuanto al mercado: 'México es uno de los mercados más importantes para la industria de los medios y el entretenimiento en América Latina, y tiene gran relevancia para la cartera de negocios de DMX Media. De acuerdo a los datos más recientes, la TV paga en México en el último año, ha tenido un crecimiento de más de 25%, con una penetración a más de 45%'.

'Este crecimiento genera importantes oportunidades de negocios para empresas como DMX Media, pues trae aparejado una creciente demanda para productos innovadores que le permiten al operador complementar su oferta de servicios de audio tradicional. En otras palabras, vemos en México un enorme potencial'.

Finalmente, Cacciola se refirió a Canitec y adelantó sus expectativas: 'Es un evento que nos ofrece una gran oportunidad para estrechar la ya de por sí excelente relación con nuestros afiliados, y para presentarles en un ambiente más distendido la amplia gama de herramientas, servicios y contenidos que DMX Media ha venido desarrollando a lo largo de este año. En particular, vemos a CANITEC como un excelente foro para subrayar las ventajas que ofrece DMX2GO, nuestro nuevo servicio multiplataforma'.

WOBI

World of Business Ideas

Televisión

Management TV se transforma a WOBI TV para ofrecer una mejor experiencia de entretenimiento y aprendizaje en televisión. Seguimos siendo el único canal especializado en negocios y lo sumamos a una plataforma multimedia que integra **Revista, Web y Eventos**.



Estrategia

Tendencias Globales

Sostenibilidad



Marketing



Liderazgo

24 horas de programación inteligente.

www.wobi.com



Latino américa: Alejo Idoyaga Molina – amolina@wobi.com – Tel (5255) 5002.3215
México: David Peredo – dperedo@wobi.com – Tel (5255) 5002.3250

GREG DREBIN, WARNER BROS.: 'EXPANDIR MÁS QUE CAMBIAR'

Greg Drebin, SVP de Programación y Marketing Internacional, TV/Branded de Warner Bros., destacó a PENSARIO el buen desempeño de la señal en la región y en especial en México, donde la comedia encuentra gran aceptación.

Entre las series de mejores niveles de audiencia mencionó *Two and a Half Men*, *Two Broke Girls*, *Mike and Molly* y *The Big Bang Theory* dentro de la comedia, y *Person of Interest*, como la serie de drama de gran éxito.

Drebin también comentó el 'fenómeno Alcatraz', una serie que ha logrado capitalizar la repercusión en las redes sociales a partir del estreno en Estados Unidos, al estrenarse



Dallas

en México y el resto de la región sólo seis días después. 'Esto ha fomentado la integración de nuestra audiencia de Latinoamérica, al permitirle ser parte del estreno casi al mismo tiempo que en EE.UU., pudiendo interactuar con otros usuarios espectadores a través de las redes sociales'.

El próximo 18 de junio Warner estrenará la serie *Dallas* en simultáneo entre EE.UU. y Latinoamérica, siguiendo el modelo de Alcatraz. 'Se trata del regreso de una gran historia que tuvo buena repercusión y fue exitosa en el pasado. Una trama de familia, traición, amor, pérdida y ambición con cuotas de suspenso que transcurren en imponentes contextos escenográficos'.

Dallas es un show nuevo que conserva los personajes de su primera emisión, con algunos de los mismos actores, sumando una nueva generación.

Greg Drebin comentó que la estrategia comunicacional de Warner estará centrada en promover y desarrollar las series y en especial la comedia, el género por excelencia de la señal



Greg Drebin, SVP de Programación y Marketing Internacional TV Branded

de TV paga.

'Estaremos enfocados en expandir más que en cambiar. Si bien

las películas muestran buenos resultados, hay numerosos canales especializados en este rubro y nuestra prioridad son las series'.

Y explicó que el foco principal estará puesto en los programas insignia de la señal, como las comedias mencionadas anteriormente.

En relación a la señal en alta definición, Warner HD, el ejecutivo explicó que el desarrollo de contenido localizado es el fuerte del sistema. 'Generamos programación estudiada para la audiencia a la que va dirigida. Tenemos el canal HD más importante del mercado'.

'La programación en alta definición requiere de grandes producciones de drama y comedia, se trata de shows con mucho contenido espectacular en lo visual para aprovechar las capacidades de la tecnología y Warner no se queda atrás en ese sentido', concluyó Drebin.

NHK, MAYOR PRESENCIA EN MÉXICO



El equipo de NHK, con Adriana Demjen de Multipole

NHK, la señal japonesa que está teniendo buena repercusión en Latinoamérica, sigue sumando eslabones a su estructura. Ya tiene presencia física en Argentina, Perú y México, ahora también en Brasil, donde firmó un acuerdo con Multipole para la distribución de la señal en inglés. Además, la compañía está instrumentando la incorporación de subtítulos en español y en portugués.

Según confirmó Miyuki Kamura a PENSARIO INTERNACIONAL

SARIO en Cartagena, asistirá a la Cumbre de APTC en Arequipa, Perú.

PROGRAMACIÓN DESTACADA DE MAYO

NHK estrenó en mayo su ciclo de programación *Viajes en Japón* que compartió distintos viajes a los más exóticos lugares de Japón.

Peregrinación OHENRO en Shikoku es una serie de ocho capítulos que recorre el paisaje de la isla de Shikoku, la cual alberga un camino de peregrinación de mil años de antigüedad. Además de conocer 88 templos de la isla, el programa presentará a los vecinos del lugar. Se emitió, desde el 8 de mayo, todos los martes a lo largo de cuatro capítulos de 28 minutos.

El ojo de Tokio presenta las numerosas facetas de la metrópolis más fascinante del mundo, incluidas las últimas tendencias, eventos y atracciones ocultas. Esto incluye frases



Viajes en Japón y El Ojo de Tokio

útiles en japonés para volverse un experto en pedir los famosos fideos *ramen* y además, ejemplos de resolución de problemas en caso de olvidar sus pertenencias en el metro. Se emitió los miércoles de mayo, en capítulos de 28 minutos.

CON EL PAQUETE ADULTOS DE CLAXSON, TIENES MÁS BENEFICIOS PARA TUS CLIENTES.

HOTGO

www.hotgo.tv



00:05/ 00:42

Ahora contratando el paquete adultos de Claxson tus clientes podrán acceder a HOT GO: la exclusiva plataforma que les permitirá disfrutar cuando y donde lo deseen, los mejores contenidos para adultos a través de internet sin costo adicional.

Descubre la manera de ofrecerle más a tus clientes y así aumentar el ARPU.

HOTGO CONTIENE

PLAYBOY TV

Venus

SEX TREME

PENTHOUSE

PRIVATE

THE EROTIC NETWORKS: ÉXITO EN MÉXICO

LABOR EDUCACIONAL PARA PROMOVERLO ADECUADAMENTE AL PÚBLICO

David Guerra, director para Latinoamérica de **The Erotic Networks**, remarcó el éxito de la señal en México y otros países, no sólo en cuanto a nuevos acuerdos sino en cuanto al crecimiento con su sistema de Revenue share. 'Creo que el mercado buscaba una alternativa como la nuestra y nos convertimos en el mejor opción de retorno al operador que invirtió en software y contenido. Lo importante es que retenemos al cliente y damos un mejor servicio.'

Y comentó que el sector adultos da el mejor retorno a la inversión. 'Al tener un modelo de negocios de revenue share, nos está yendo muy bien.'

Sobre México, destacó que 'es un país clave para entrar en Latinoamérica' y añadió: 'Tenemos una penetración importante, con presencia en **Cablevisión, Sky, Maxcom, Cablevisión Monterrey** y acabamos de cerrar con **Cablemás**. Estoy asesorando al cableoperador en el

posicionamiento y promoción del contenido de adultos. Si se hace de una manera sutil funciona y eso requiere de un arte. Tenemos 15 años de experiencia en el mercado americano donde somos líderes promoviendo control parental e incluso cuidado en la factura.'

'Es una labor de formación que no se había hecho antes en la región, pues no era importante para los proveedores existentes. Así hemos mejorado mucho la facturación a partir de los frutos de este trabajo. Hemos hecho una campaña con el control parental y la privacidad que va a hacer crecer a toda la categoría', agregó.

'Nuestro contenido está regulado mediante la ley 2257, para proteger al televidente de cualquier tipo de exposición negativa o alusiones a raza, religión, maltrato o discriminación de todo tipo.'

Guerra explicó que el contenido puede ser categorizado en 20 géneros que el operador

puede anunciar con el lenguaje que desee, y que hay un equipo dedicado al research que, de acuerdo a eso, promueve los envíos de contenido.

'Se promueven cuatro canales pornográficos --uno gay y otro tipo reality-- y a fin de mayo se lanzará uno nuevo de formato corto de 30 minutos'. En Canitec se hará un coctel con algunos clientes y amigos con vista a la Bahía de Acapulco.

Otra novedad es que **The Erotic Networks** entró en Brasil con **GVT**, el tercer operador telefónico, que salió a mediados de marzo, y con otro operador que está por lanzar.



David Guerra



Un Mondo di Colori, Sapori ed Emozioni



TOUGH TERRAIN.



When it absolutely, positively has to get there and back.
Wireless, Optical and RF solutions quickly connect the most discriminating operators with demanding end users all around the world.
Lindsay Broadband delivers right up to the last mile, and back.



TOUGH TECHNOLOGY.

Tough Wireless,
Optical and RF Solutions.

www.lindsaybroadbandinc.com

L'Italia è qui per la



América Latina & Caribe
Tel: +55-11-8480-8974
info@alltvla.com

TV5 MONDE: ÉXITO DE LAS 12 HORAS DE SUBTITULADO

PARTIÓ CON LAS SEÑALES DE THEMA, INÉDITAS EN LATINOAMÉRICA

Frederic Groll-Bourel, director regional de TV5 Monde, destacó el crecimiento de la señal en la región, a la que se dedica otra vez exclusivamente desde el año pasado cuando inauguró una nueva sede en Panamá para atender a Latinoamérica y el Caribe, después de haberse ocupado también de Europa del Este y África.

La señal, que lleva 16 años en la región, comienza una nueva etapa, con ubicación estratégica para el norte y el sur, cercana a los operadores y a todos los congresos, entre los que Groll-Bourel destacó Canitec de Acapulco, adonde asistirá junto a su equipo.

Respecto a TV5, el balance actual es 'muy positivo' en todos los mercados de América Latina. 'Estamos en todos lados salvo en DirecTV y, desde que empezamos, no hemos perdido ningún acuerdo'.

ÉXITO DE LAS 12 HORAS DE SUBTITULADO

Además hubo cambios muy beneficiosos en varios operadores importantes, producto de subtítular 12 horas en lugar de siete. 'Tuvimos buenos resultados de audiencia y nos ponen en tiers más masivos. En Cablevisión México triplicamos la cantidad de suscriptores llegando a un público más local. El subtítulado arranca

temprano a la mañana y termina a las 2 am, salvo los noticieros', comentó.

'Como canal generalista de cine y deportes, podemos ofrecer nuevos aspectos como el arte de vivir a la francesa y la gastronomía. En dos semanas tenemos un programa de gran calidad de cocina francesa en un bloque fuerte diario. Tenemos un programa con un chef mundialmente conocido, Guy Martin, que da clases en Japón y Estados Unidos. Producimos 35 capítulos con espacio para la fusión de las comidas', añadió.

En deportes se transmiten eventos de derechos muy caros como el Mundial de Rugby pasado, la Liga Francesa de Fútbol, el Tour de France y el Torneo de las Seis Naciones. Los bloques del arte de vivir a la francesa se ven enriquecidos con documentales de arte. En películas y series emitió *Carlos* en exclusiva. 'También estuvimos desarrollando aplicaciones para iPhone, para la Guía TV5, y en catch up se pueden ver las noticias durante un viaje e informa en qué hotel está disponible la señal'.

Groll-Bourel estuvo haciendo una ronda para tener VOD y SVOD para cerca de fin de año con sus clientes habituales. Se comercializará con los sistemas en *Corner TV5*, primero películas y luego documentales. Planifica lanzar HD para



Frederic Groll-Bourel

la segunda mitad de 2012.

DISTRIBUCIÓN DE NUEVAS SEÑALES DE THEMA

Esta nueva etapa de TV5 incluye la distribución exclusiva de nuevos canales del grupo **Thema** que no están en Latinoamérica; dos británicos y uno francés. **C-Music** es de música clásica, el único de su tipo para la región, con 24 horas en HD de conciertos, sinfonías, música de películas (*Gradiator*, *Señor de los Anillos*, etc.) y chill out.

MySen TV es un canal de relajación y paisajes en HD, que funciona muy bien con voz en español. También es único y se puede usar para dejarlo en la sala dentro de la nueva tendencia donde el televisor es como un cuadro.

El nuevo canal francés es **I Concerts** en SD, HD y VOD, sólo emite conciertos. Trae un catálogo de artistas muy grande con buena distribución en Europa, África y Medio Oriente. Va a de los 60s o 70s hasta la música de hoy.

WOBI EXPLORA EL MUNDO DE LOS NEGOCIOS



Alejo Idoyaga Molina

Alejo Idoyaga Molina, director de Afiliados de WOBI para Latinoamérica, comentó a **PRENSARIO**: 'Hemos experimentado una verdadera evolución del canal desde el pasado 1 de Marzo, cuando **Managementv** mostro su nueva versión, World of Business Ideas (WOBI), en el marco de Andina Link Cartagena'.

'Conscientes de la exigencias del mundo tecnológico y de las necesidades de las personas, hemos fortalecido la programación y tecnología

para llegar al suscriptor. Ahora, usuarios de iPad pueden acceder a la aplicación de WOBI por medio de una aplicación WOBI, y aquellos que gusten de la lectura podrán hacerlo a través de la revista impresa WOBI. Si quieren conocer personalmente a una de las estrellas del canal, podrán asistir a los eventos, y si quieren tener todo esto en un solo lugar puede meterse en nuestra página WOBI.com', detalló Molina.

Entre los principales programas, destacó: **Maratón Spotlight**, un compilado del programa en el que los mejores pensadores, presentan una idea para competir en el futuro; **Dream Lives for sale (El trabajo perfecto)**, un reality en el que 8 personas emprenden el nego-

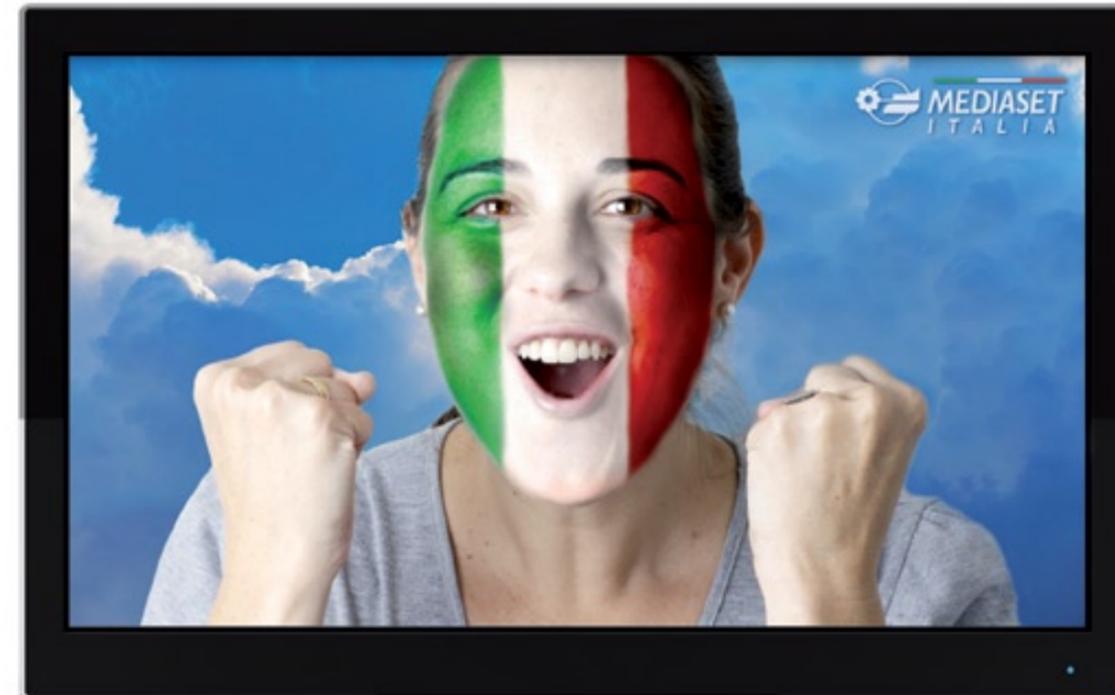
cio de sus sueños fuera de su país; capítulos estreno de **Mark it**; y una serie de documentales sobre los Juegos Olímpicos 2012.

Finalmente, remarcó: 'En México estamos agrandando el equipo de ventas afiliadas con nuestra mas reciente incorporación David Peredo. Tenemos una oferta de valor única en el mercado y los clientes están muy conscientes de los beneficios que tienen al contratar esta señal'.



Dream Lives for sale (El trabajo perfecto)

El corazón de Italia



Mediaset Italia. Italia como nunca antes la habias visto.

Dedicado a los 60 millones de italianos que viven en el mundo, Mediaset Italia es el canal italiano #1 en el mercado. Ofreciendo lo mejor de la programación de los principales canales del grupo en Italia, incluyendo

Entretenimiento



Actualidad



Ficción



Noticias



Cultura



Cine



MEDIASET
ITALIA

El canal italiano #1

Distribuidores

comarex
International Sales Representative
México, Andes, Centro América

allTV
Brasil

AG Corp.
Cano Sur

www.mediasetdistribution.com - internationalsales@mediaset.it

KW LANZA NUEVA PROGRAMACIÓN



Joel Zarco, director de Operaciones de KW

KW es una señal de TV por cable que llega al DF a través de **Cablevisión**, y al resto de los sistemas del país con **PCTV**, que está en miras de incorporarse a los sistemas DTH.

El canal anunció el lanzamiento de un nuevo noticiero que, con la conducción del periodista **Javier Solórzano**, replicará el programa que el conductor transmite por radio y se emitirá de lunes a viernes a las 13.

Rodolfo Bermejo, director general de

KW, afirmó a **PRENSARIO**: 'El noticiero es una propuesta que hizo **Ultra**—del Grupo **Ultravisión**—, que llama la atención por su formato, filosofía y alcance. Su línea editorial se acopla a la nuestra, con lo que la gente identifica a la señal.'

El programa tendrá enlaces y destacará lo más importante que sucede en México. Participará junto a Solórzano, el periodista **Guillermo Ortega**, quien se acercó al canal interesado por el nuevo noticiero. 'Ortega es un referente y, que nos haya buscado, afirma que el canal es visto y tiene repercusión. La filosofía del KW es bien aceptada por los seguidores del entretenimiento positivo. Él ya cuenta con un noticiero en TV y desea estar presente aquí por el alcance y la presencia de nuestra señal.'

La programación de KW incluye noticieros de producción original y contenidos enlatados de géneros de entretenimiento, noticias, arte, cine, literatura y música. Entre los principales programas se destacan: **Conexión W**, **Revelador de vidas**, **La semilla del frijol** y **Vivir sin límites**, que muestra logros de deportistas olímpicos con capacidades diferentes, con foco en el lado espiritual de los atletas.

La señal ha registrado un interesante crecimiento en las redes sociales. 'Estamos buscando unificar y crear un área de redes sociales para

POR ÁNGELES PÉREZ AGUIRRE



KW Noticias, con Rodolfo Bermejo y Ana Ocampo

unificar este mercado que cada vez crece más. Abrimos nuestras producciones originales a través de Internet en tiempo real, y se ven en dispositivos móviles. Hemos trabajado para desarrollar esta plataforma que ahí está, y que ya existe.'

KW está poniendo fuerza en la publicidad. En 2011 desarrolló un spot para **Espectaculares**, que tuvo buenos resultados, y ahora trabaja en **Cinemínuto**, una campaña que se proyecta en los cines de la cadena **Cinopolis** que durará todo el año y será aleatoria y estratégica. Su estreno se realizó con la película **Avengers** y muestra lo que es el canal, su progreso, su propuesta y comunica cómo acceder a él.

La campaña de publicidad de KW también se ve en revistas, cada mes en la **Cableguía** que edita **PCTV**, y tiene una alianza con **Editorial Televisa** donde también aparecerá estratégicamente.



Ultra Noticias, con Javier Solórzano

TELEFÉ INTERNACIONAL INCREMENTA DISTRIBUCIÓN CON FICCIONES DE ESTRENO Y CONTENIDO ORIGINAL

Telefé de Argentina continúa potenciando en el mercado regional su señal internacional que, en los últimos años, ha venido incrementando su distribución en grillas de TV paga en cada uno de los países de América Latina.

Daniel Otaola, gerente de Ventas de Señales Satelitales de Telefe, destacó a **PRENSARIO**: 'La aceptación por parte de los operadores de TV paga del canal 24 horas **Telefé Internacional** es el resultado de trabajo de profundización del cambio que empezamos a fines del 2011 respecto al contenido.'

Con ficciones y programas diversos originales y de estreno—todo producido en HD—, el objetivo de este trabajo, que este año planean intensificar, es 'hacer más simultáneo el contenido de la señal internacional con el contenido que se emite en la señal abierta de Argentina.'

Pero este contenido en simultáneo con la señal de Argentina, que se compone de ficciones que están al aire en Telefé, dando 'muy buenos resultados', se complementa con programación específicamente realizada para **Telefé Internacional**, lo que permite a los argentinos que viven en el exterior una programación que 'les da cercanía con el país, a la vez de generar contenidos relevantes para cada uno de los mercados en donde la señal está presente.'

Esto, según Otaola, es 'una estrategia que nos permite hablar de manera directa con el televidente de otros mercados, lo que fue muy bien recibido tanto por ellos como por los operadores de estos países. Este año se va a profundizar en este sentido. Estamos estrenando las nuevas ficciones que ya están al aire en Telefé y nos está dando buenos resultados.'



Daniel Otaola junto a Ariel Katz, Claudio Ipolitti y Meca Salado Pizzaro

Y concluyó: 'Tenemos buena distribución en Colombia y Venezuela, y estamos trabajando para incrementarla en Ecuador. Tenemos un año interesante, porque a partir del foco que le hemos puesto a la programación es natural que el desarrollo en distribución se intensifique.'

FREEVIDEO

Broadcast quality video for media professionals

Free access to exclusive RT videos
Scripts provided in multiple languages
Search in a growing interactive archive
HD and other formats available

Questions?

Contact us:

freevideo@rttv.ru

Tel.: +7 495 645 28 43

Download videos at freevideo.rtv.com



CLAXSON SUMA EL SERVICIO OTT *Hot Go* A SU OFERTA MULTIPLATAFORMA

Mariano Varela, EVP y gerente general de Claxson, habló con PENSARIO sobre *Hot Go*, un nuevo servicio OTT que completa su oferta multiplataforma. 'La desarrollamos para dar más herramientas comerciales a los operadores de TV paga', afirmó.

Hot Go es una plataforma de contenidos disponible para todo suscriptor que contrate el paquete adulto de Claxson, sin costo adicional. 'Nuestro principal objetivo es que nuestras marcas estén en todos los puntos de contacto con el suscriptor, y que éste pueda consumir las cuando lo dese

desde la plataforma que quiera.

'Buscamos partners tecnológicos y de distribución, como los operadores de TV, para llegar a los suscriptores con servicios de valor agregado, dándole la posibilidad de que puedan interactuar con nuestros contenidos de la forma que lo deseen. Esto le brinda al operador una herramienta fuerte de fidelización con sus clientes aumentando también el ARPU a través de la comercialización de una oferta integral de señales y contenidos', completó Varela.

El ejecutivo explicó que el proyecto *Hot Go* nació hace más de una año. Los usuarios, mediante un multidispositivo, acceden a distintos servicios con independencia de la terminal de acceso. 'Nuestra experiencia con las señales para adultos nos demuestra la alta aceptación de nuestras webs por lo que confiamos en que

los usuarios van a aprovechar mucho este beneficio', señaló.

Dentro de la plataforma *Hot Go*, el cliente puede encontrar el paquete de señales más completo de entretenimiento para adultos con toda la oferta de canales de Claxson que incluye **PlayboyTV, Venus, Sextreme, Penthouse** y **Private**.

'Ya tenemos varios acuerdos cerrados para el lanzamiento como con **Megacable, Cablemás** y **Cablecom** en México, **TV Cable Ecuador, Cablevisión Argentina** y **Cableonda** en Panamá, y hay muchos otros sumándose en este momento', adelantó Mariano Varela.

En relación a los paquetes en cada operador, destacó: 'En el caso de Megacable, acabamos de sumar **Playboy HD** y **Penthouse** al paquete adultos, fortaleciendo así la oferta de canales con producciones de alta calidad. También aquellos clientes que contraten el paquete adulto tienen sin cargo acceso a nuestra carpeta de SVOD y a partir de junio podrán acceder también a nuestra plataforma OTT, *Hot Go*, brindándole así un mayor valor agregado a nuestros clientes del paquete full'.

'En Cablevisión Monterrey incorporamos **Sextreme** y **Playboy HD**. Cablevisión estará lanzando en junio un nuevo pack de cuatro canales (**Playboy, Venus, Sextreme, Private**), además de **Playboy HD** y un pack de SVOD. En Cablecom estrenamos nuevo Pack con la incorporación de **Playboy HD** y **Penthouse** y estaremos lanzando los tres canales en modalidad PPV **Penthouse, Sextreme** y **Private**. Y **Grupo Hevi** estará lanzando también **Playboy HD**'.

'Hemos comprobado que nuestro Pack HD logra altos niveles de permanencia del abonado aumentando así el ARPU', agregó.

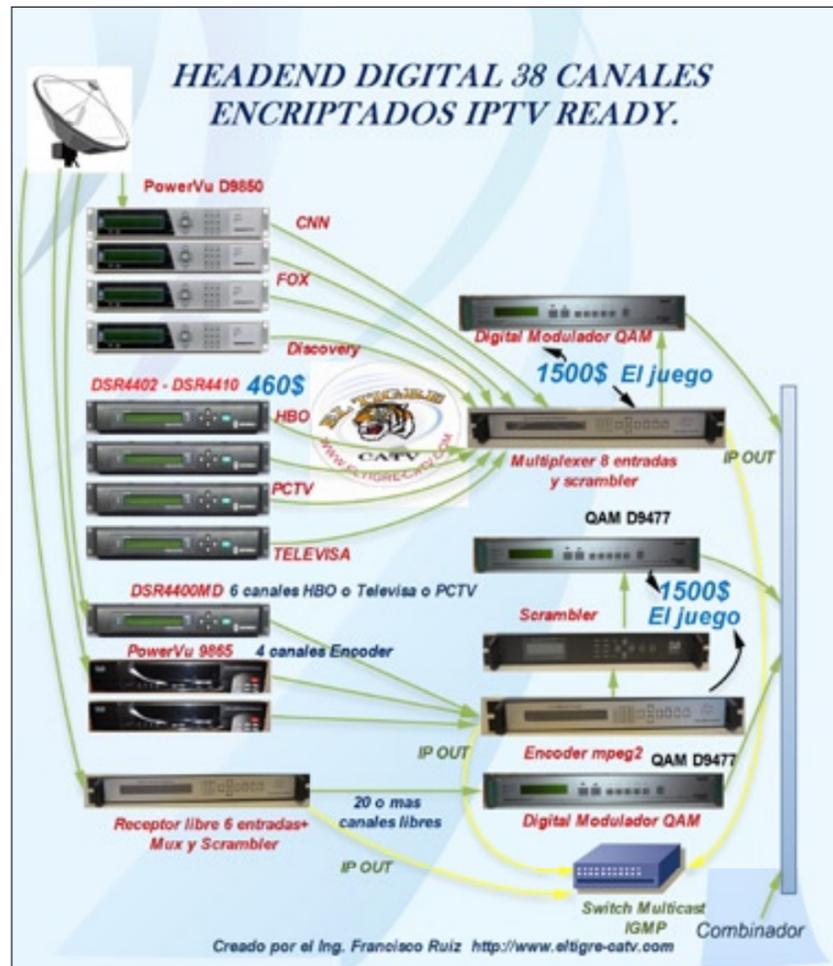
En cuanto negocio de VOD específicamente, mencionó. 'En todos los clientes viene creciendo este servicio, apoyado por el avance en la digitalización. Nuestro paquete adulto se está reforzando con una oferta de SVOD, además de estar creciendo con nuestros contenidos 3D. Y seguimos desarrollando contenido para nuestra marca **Hot Shots**, un formato especial de 20 minutos con escenas seleccionadas de acuerdo a las preferencias de la audiencia, también disponible en alta definición'.



Mariano Varela, EVP y gerente general de Claxson



Camp Playboy



CLAVES

Claves para entender un mundo globalizado

Latinoamérica crece y avanza rápidamente. ¿Cuáles son sus oportunidades y riesgos? Gonzalo Ernesto Cáceres y sus invitados analizan desde la perspectiva de la región los retos del siglo XXI y los temas candentes de América Latina y el mundo.

THE CABLE SHOW: STRONG LATIN AMERICAN ATTENDANCE EXPECTED



The 2012 edition of The Cable Show in Boston, Mass, on May 21-23 is expected to attract a strong Latin American delegation, especially from Brazil and Mexico, the two largest markets within the region.

There are several reasons for expecting such a turnover: on the one hand, Latin America, as other emerging regions in the world, is growing at a faster rate than the U.S., Europe and Japan, and has emerged relatively unscathed from the financial crunch started in 2007 and still causing effects in various industrialized nations. On the other hand, millions of Latin Americans --especially in Brazil-- are moving from "poverty" to "low middle class" socio-demographic categories, adding purchasing power to the economies. At first, disposable pocket money has been oriented towards mobile phones; now, with "teledensity" in Argentina at 139, in Brazil at 126 lines per 100 inhabitants, it is being oriented towards Internet access and television; people that in the past seemed contented with broadcast TV now appear requiring more diverse programming (or better technical quality reception), are willing to pay for a DTH or cable subscription. Official watchdog **Anatel** expects the Brazilian pay TV market to nearly double in three years, reaching 25 million by 2015; current expansion rate is around 30% per year. Some weeks ago, EchoStar appeared poised to launch **Dish** in Brazil, as it has in Mexico, where it has reached 2.3 million subscribers.

Some nations, such as Argentina, have reached a high level of pay TV penetration, in the order of 76% as national average but exceeding 80%-85% in regions where few terrestrial channels are available. In this country, the government has been working on developing a free Digital Terrestrial Television



Hernan Lopez, de Fox International Channels, Carolina Lightcap, de Disney Channels Worldwide, y Mark Hollinger, de Discovery Networks International



Michael Powell, presidente de la NCTA

system, complemented by satellite service where density of population is low, to reach the segments of the population deemed to be unable (or not willing) to pay for a TV subscription. So far, more than 1.3 million digital TV decoders have been given away to low-income households, and the government has launched a number of thematic channels that are also available on pay TV. As a result, the local cable operators are more oriented towards digitizing their systems, adding Internet access and improving access speed, which remains low on average compared to Chile, Mexico and Brazil. In Argentina, the major telcos are banned from delivering television, though phone cooperatives serving comparatively small communities may request permits.

In Mexico, Internet access penetration is expected to rise after the Federal government and several states launched programs to connect public buildings and finance the purchase of computers by low-income people. In Uruguay, the government has been distributing free laptops among school students, a move followed by Argentina, where the San Luis province offers public free hotspots throughout its territory. In Uruguay, State-owned telco Antel has a monopoly on wired telephony and Internet access, is now building a fiber optics network to deliver high-speed Internet in parts of this country.

Concerning digital wireline telephony, the Mexican cable operators project moderate increases, while dominant telco Telmex appears cutting down its inventory. A commercial Triple Play agreement among some of the operators, branded **Yoo**, allows subscribers of one of the participating systems to place free calls to any other subscriber affiliated to



Jerry Kent, Chairman y CEO de Suddenlink Communications, y David Zaslav, president y CEO de Discovery Communications

the program, or connect a smartphone or computer at any hotspot of the participating companies in various cities across the nation. In Argentina, cable MSOs **Telecentro** and **Supercanal** are offering Triple Play. Several smaller cable operators have also ventured into this, but major MSO Cablevision (4.5 million subscribers) has not been allowed to provide telephony.

High Definition is another ongoing race, with the major MSO's in the region and DTH's **DirecTV**, **Sky**, **Telefónica** and **Claro** deploying an increasing variety of channels as a way to get ready for Digital Terrestrial Television competition. Several providers (**HBO**, **Moviecity**, **ESPN** among them) are embracing OTT in various territories, while IPTV is still at an early expansion stage. In Brazil, Mexico and Argentina, Sky and DirecTV are offering Internet access in certain parts of the market through wireless (in Mexico, fiber optics) terrestrial networks; Dish Mexico customers may sign up for broadband services through telco **Telmex**. In Argentina, DirecTV is also allowed to sell Triple Play packages where telephony and broadband are provided by the telcos, a move objected by the cable industry but accepted by the government.

All in all, the Latin American participants at The Cable Show will be in an eager mood to become familiar with the latest technical developments, while most programming news are usually delivered at their headquarters doors by the cable networks. Their need to stay abreast of their competition and mostly favorable economy environments in their home countries allow observers to expect that a number of deals will be struck during the show or after it by those vendors paying attention to these customers' needs.



It's time to wow your subscribers again.

SEACHANGE® NUCLEUS™ SOFT BOX GATEWAY. THE MARKET DISRUPTOR.



SeaChange's Nucleus is here to ensure that video service providers can master the shift to personalized media consumption throughout the home. We call it Nucleus because it enables every device at home to connect and share all media. It works with QAM today and it's ready for IP tomorrow.

Spare the challenges. Secure your place in subscriber homes.

WHOLE HOME DVR | MEDIA SHARING THROUGH DLNA | SMARTPHONE AND TABLET AS REMOTE CONTROL | AND MUCH MORE

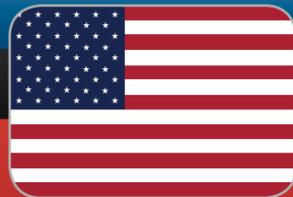
See Nucleus at THE CABLE SHOW Booth 1933 and at Canitec Expo 2012



INTELLIGENT VIDEO SOLUTIONS IN THE CLOUD



www.schange.com



NUEVOS CANALES E INNOVADORES ACUERDOS EN EL DINÁMICO U.S. HISPÁNICO

Con casi 50,5 millones de personas (16%), de acuerdo a CENSUS BUREAU de 2010, la hispana es la principal comunidad minoritaria en el país y el segmento que muestra el crecimiento más rápido de la economía local. Grandes niveles de consumo de medios y fuerte apego a las nuevas tecnologías son las claves para entender mejor al mercado.

Los grandes players del mercado son **Univision Communications**, con **Univision** y **Telefutura**, además de **Galavisión** (cable); **NBCUniversal/Comcast**, con **Telemundo** (segundo canal del mercado) y su canal de cable **Mun2**; **Azteca America** (Grupo Salinas), **Estrella TV** (Liberian Broadcasting) y **V-Me** (controlada por el español Grupo Prisa).

A ellos, se suman redes en los principales mercados hispanos, como **Canal 22** de Los Ángeles (re-portalizado en esta edición, ver aparte), estación insignia de **MundoFox** (ver debajo); **Spanish Broadcasting System** (con **Mega TV** en Miami y con cobertura nacional a través de **AT&T** y **DirecTV**), y con **Dish** en Puerto Rico), **HITN** de Nueva York, entre otras estaciones de cable y abiertas de la Unión.



De acuerdo a Nielsen, de los 50,5 millones de latinos en el país, un promedio de 29 millones (+2) miran televisión en español, mientras que el resto está más pendiente de la programación en inglés de las networks "mainstream". El 60% de la audiencia en español sintoniza **Univisión/Telefutura** en horario estelar (7pm-11pm) mientras que **Telemundo** le sigue con un 20% aproximadamente.

El 20% faltante queda conformado por el resto de las cadenas **Azteca América**, **Estrella TV**, las cadenas de cable, de **Univisión (Galavisión)** y **Telemundo (Mun2)**, entre otras.

UN ACERCAMIENTO AL MERCADO

El último reporte de Nielsen *State of the Hispanic Consumer: The Hispanic Market Imperative* indica que hay 52 millones de hispanos en Estados Unidos (un sexto de la población total) y su actividad está impactando en todos los aspectos del escenario nacional incluyendo cultura, trabajo, consumo, política e identidad.

El tamaño del mercado era de 1 trillón de dólares en 2010 y se espera que crezca a 1.5 trillones de dólares en 2015. 'Los latinos ya no son únicamente un subsegmento de la economía, sino un prominente jugador en todos los aspectos de la vida social', remarca.

Este crecimiento es acompañado por un fuerte incremento en el poder de compra de los latinos con hábitos de consumo únicos, especialmente en lo referido a tecnología y medios. 'El uso de TV, SmartPhones, redes sociales, video online, entre otros, lo convierten en uno de los targets más dinámicos y comprometidos. Reciben un promedio de 941 mensajes de texto por mes y hacen 13 llamadas por día, 40% más que el promedio nacional', resalta.

En relación a Internet, si bien los hispanos no suelen



Univisión: Carlos Bardasano, Jr., nuevo VP de programación y producción de Telefutura, con Luis Fernández, director de Univisión Studios

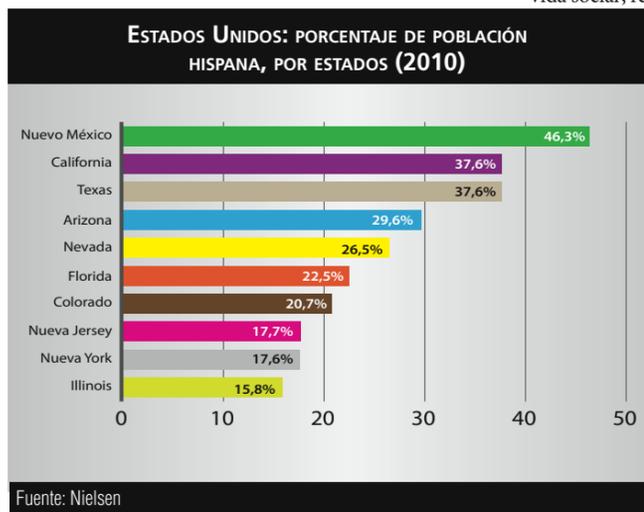
tener muchos accesos desde los hogares como el promedio general (62% frente a 76% a nivel nacional), el 14% de los hogares han sumado estos servicios en el último año, mientras que el uso general de la banda ancha sólo creció 6%. Pasan un 68% más de tiempo mirando videos online y 20% más accediendo desde sus teléfonos móviles en comparación con los no-hispanos.

Finalmente, sobre las redes sociales, se muestra una intensa actividad: son un 25% más leales a una marca; un 21% en postear links de artículos, videos y webs; un 17% en crear o actualizar un blog personal; y un 7% en tener al menos un perfil en una red social.

UNIVISION

Univision Communications planea lanzar en agosto un segundo canal dedicado a la telenovela, según anunció a fines del año pasado **José Bastón**, VP de Televisión y Contenidos del **Grupo Televisa**, y consejero suplente del Consejo de Administración de Univision.

Bastón explicó que la señal de telenovelas fue 'desarrollada desde cero', y que tiene el objetivo de 'llenar espacio vacío existente en la programación en español que se ofrece en la televisión de paga de Estados Unidos'. Compuesto principalmente por producciones realizadas por **Televisa Networks**, el canal de telenovelas, cuyo nombre todavía no fue oficializado, completará la oferta para el público de habla hispana de Univision, junto con una señal de deportes y otra de noticias, que saldrán al aire en el primer trimestre del 2012.



DLO Corp.

DLO solution that helps get the most out of your business with less.

DLO Money Saver

"DLO Money Saver" guarantees no leakage of money throughout the operational chain, interacting with your whole system while searching and reporting inconsistencies. Whichever your PROVISIONING, OSS, BSS, CRM or BILLING SYSTEM are, "DLO Money Saver System" will interact to assure your revenue.



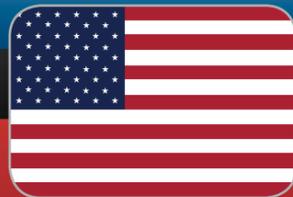
"Well, I think we found the source of your cash flow problems, Mr. Wallis!"

www.dlocorp.com



www.voiceovernetinc.com

NUEVOS CANALES E INNOVADORES ACUERDOS EN EL DINÁMICO U.S. HISPÁNICO



Andrés Nieto Serpa de la productora South Images Productions y Eric Conrad, VP Sports Programming de Univision y responsable del lanzamiento de un nuevo canal deportivo

Por otra parte, **Anne Sweeney**, presidenta de **Disney/ABC Television Group** y **César Conde**, presidente de las cadenas **Univision**, anunciaron una alianza entre **Noticias Univision** y **ABC News** para crear un servicio multiplataforma de noticias en inglés para los hispanos en Estados Unidos.

El lanzamiento de un sitio web, además de contenido para plataforma móvil y medios sociales, está pautado para el verano de 2012. Se estima que el canal de televisión, cuyo nombre todavía no se ha determinado, hará su debut en 2013. Será la primera cadena estadounidense dirigida a hispanos angloparlantes y bilingües, que integre distintas plataformas.

DEPORTE: UNO DE LOS DRIVERS

Con el advenimiento de los Juegos Olímpicos este año y el mundial de Brasil en 2014, dos importantes players del mercado estadounidense lanzaron señales deportivas en 2012.

Univision Communications estreñó a fines de marzo **Univision Deportes Network**, señal cuya programación será de **Televisa Deportes Network** (TDN), la señal deportiva de **Televisa Networks** (el **Grupo Televisa** tiene el 5% del paquete accionario de **Univision**). Está disponible en la plataforma **DishLATINO** y su paquete **America's Top 200**.

Eric Conrad, VP Sports Programming, quien participó de la edición de **SportelRIO** en Río de Janeiro, Brasil, de marzo, explica a **PRENSARIO**: 'Tenemos los derechos del mundial de Brasil 2014 y estamos reforzando la programación con otros contenidos deportivos.'

'Debido a la sociedad que tenemos con **PRENSARIO INTERNACIONAL**



Telemundo: Alina Falcón, EVP news & alternative programming; Adriana Ibáñez, programming director; Marcos Santana, presidente de Telemundo Internacional; María López Álvarez, SVP alternative programming, Telemundo. El broadcaster está muy activo a la búsqueda de ideas alternativas para el mercado local, pero sin perder de vista la distribución internacional

Televisa, gran parte de la programación será provista por **TDN**, aunque tendremos unas tres horas semanales de producción propia que desarrollaremos desde nuestros estudios en Miami, además de la cobertura exclusiva de eventos en vivo de la NFL, NBA, MLB y varios campeonatos mundiales de la FIFA en diferentes categorías', añadió.

En programación original, está el show **Fútbol central**, conducido por **Fernando Fiore** y **Univision Deportes Extra**, un programa diario realizado desde los estudios de Miami. De **TDN**, emite **Tribuna interactiva**, **Fútbol en serio**, **Pasión**, **Estadio total**, **Acción y Recortando la jornada**, entre otros.

El otro gran player es **Time Warner Cable Sports**, una división del **Time Warner Cable** dedicada al género. **PRENSARIO** supo que el grupo lanzará dos canales a partir de octubre: uno en español con más partidos de fútbol, 80 juegos de los **LA Lakers** y boxeo; y uno en inglés. 'Es la primera vez que una marca como **LA Lakers** se asocia a una cadena en español', destacaron fuentes del canal.

TELEMUNDO

El crecimiento del mercado también acerca productores y broadcasters de Latinoamérica a trabajar junto a cadenas hispanas. En la edición de **Natpe Miami** en enero, **Telemundo** anunció una sociedad con **Argos** para producir series y novelas en México, por ejemplo.

En la misma conferencia, el presidente de **Telemundo Internacional**, **Marcos Santana**,

junto a **Joshua Mintz**, SEVP de **Telemundo Entertainment**, y **Roberto Stopello**, VP de Desarrollo de Novelas de **Telemundo Studios**, destacaron un acuerdo de distribución mundial a partir de un deal de coproducciones (más de 600 horas en dos años) que prevén hacer en conjunto **Cadenatres México** y **Televen Venezuela**.

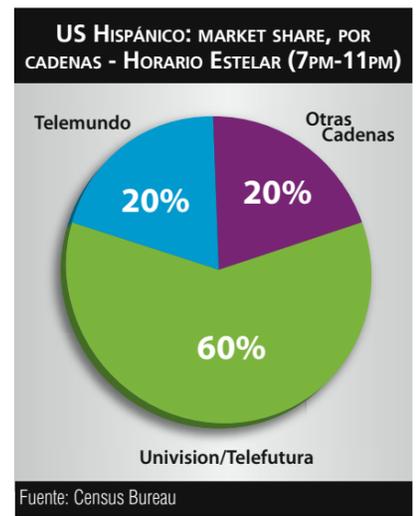
CABLE Y CANALES DIGITALES, TAMBIÉN

Fox International Channels (FIC) y **RCN Television Group** (RCN) anunciaron a comienzos de año el lanzamiento de **MundoFox**, una nueva cadena dirigida al mercado hispano en Estados Unidos que ya cerró acuerdos de asociación con 20 accesos directos (DMA) en marzo.

Hernán López, presidente y director ejecutivo de **FIC**, comenta: 'Estos acuerdos iniciales nos permitirán tener una penetración asegurada para su lanzamiento de casi el 40% en el mercado hispano de los Estados Unidos, esperando alcanzar el 75% pronto. En los últimos 20 años, ninguna cadena de transmisión de los Estados Unidos ha garantizado una presencia tan grande y de manera tan rápida sin la asistencia de las estaciones de su propiedad y administración (Owned and Operated, O&O).'

En tanto, **Gabriel Reyes**, presidente de **RCN**, señala: 'La respuesta positiva y el creciente interés de sus asociados es un verdadero testimonio de la meta de **MundoFox**, que es llenar el vacío en el entretenimiento Latino en los Estados Unidos.'

Los acuerdos firmados hasta el momento incluyen a la estación **KWHY** (Canal 22 de Los Ángeles) y **WJAN** (Canal 41) en Miami, de propiedad de **America CV Group**. También están confirmadas las estaciones en San Antonio, San Francisco, Phoenix, Sacramento, Fresno, Tampa,



ESPN3

3.0

DEPORTES DE ACCIÓN

SERIES & DOCUMENTALES

SERIES

LO MEJOR, RESUMIDO

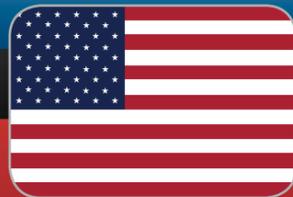
COMPACT

EVENTOS EN VIVO

NOW

BLOQUES

DONDE QUIERAS, CUANDO QUIERAS **ESPN3**



NUEVOS CANALES E INNOVADORES ACUERDOS EN EL DINÁMICO U.S. HISPÁNICO

Las Vegas, West Palm Beach, Bakersfield, Monterey, Fort Myers, Palm Springs, Odessa, Santa Bárbara, Lubbock, Boise, Abilene y San Angelo.

De acuerdo a los ejecutivos, todos los asociados en los 10 principales mercados son estaciones de máxima potencia o están totalmente distribuidos en cable y satélite. Y a ellos se le agregan asociados como **Hero Broadcasting, Cocola Broadcasting y Prime Time Partners.**

Otros ejemplos a destacar son el **rebranding** de **Casa Club TV** de **MGM Latin America** relanzado en el mercado hispanico como **Ella**. 'Con contenidos de entretenimiento y lifestyle, el target es 25-49 con claro foco en la mujer latina (que suma 23.5 millones), ya que es la principal tomadora de decisiones en relación a las compras. Hoy se distribuye por **Cablevisión** y **Comcast**, pero se está trabajando para ampliar la penetración', resalta **Melvin Pérez**, presidente de **MGM Latin America**.

DreamHouse (USA), que opera **Latele Novela Network**, anunció a comienzos de año el lanzamiento del canal digital **Tele Romántica**, para mujeres 19-35 con novelas, películas y animación. Planea lanzar tres señales más durante 2012, adelantaron sus ejecutivos en Natpe Miami.

SOMOS TV, empresa de **Luis Villanueva**, CEO, opera en el mercado hispano sus señales **ViendoMovies** (películas) y **Semillitas** (infantil) las cuales muestran un gran incremento en suscriptores y distribución. **Villanueva** destaca



Luis Villanueva, CEO grupo Somos, que opera VeneMovies, Semillitas y está por lanzar su tercer canal Pay TV con foco en hombres. Winter Horton, COO de Liberman Broadcasting, que opera Estrella TV y Martín Breidsprecher, CEO de Azteca America, cuarta y quinta cadenas hispanicas en Estados Unidos

que está en plan de lanzamiento de un tercer canal que se enfocará al público masculino.

ESTRELLA TV

La cadena, perteneciente a **Liberman Broadcasting**, sumó nuevas afiliadas: **WANN-TV** de Atlanta y **KOCY-TV** de Oklahoma City, y renovó con **KXAP-TV** de Tulsa, **KNRC-TV** de Reno y **KRET-TV** en Palm Springs, alcanzando 90 mercados en toda la Unión.

'Estrella TV está mostrando un gran crecimiento en audiencia alcanzando los primeros puestos frente a los principales competidores del mercado. Hoy somos cuartos —a veces terceros en algunos demográficos— con una oferta alternativa: programación musical, de variedades, comedia/drama, talk shows y game shows, dijeron desde la televisora', dice **Winter Horton**, COO de **Liberman Broadcasting**.

'Mientras que las principales cadenas hispanas emiten telenovelas de México y Latinoamérica, nosotros vamos un paso adelante con formatos populares que se adaptan al gusto de la población hispana. Se producen en nuestros estudios de Burbank, California, con altos valores de producción', añade.

AZTECA AMERICA

Martin Breidsprecher, CEO de **Azteca America**, describe la actualidad de la cuarta cadena televisiva del mercado hispano que, según el ejecutivo, está en un momento de 'transición' desde las telenovelas latinas hacia los formatos de entretenimiento, como realities/talent shows y series originales.

En entretenimiento, se destaca **La Academia**, un talent show musical creado por **TV Azteca México**, que incluye también la convivencia de los participantes. 'En prime time tenemos **Al Extremo**, un hosted clip show con notas amarillas

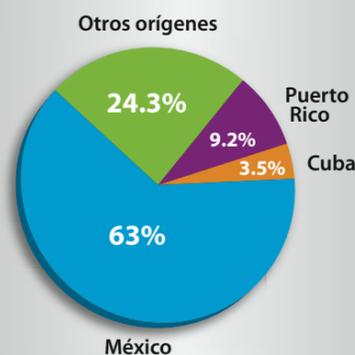
que se enfoca a hombres y mujeres mayores de edad; **Cosas de la Vida**, con la presentadora **Rocío Sánchez Asuara** que aconseja y modera conflictos entre familiares y conocidos; y **Ventaneando**, de espectáculos y farándula con **Paty Chapoy**, una de las personalidades más conocidas en el mundo de la televisión latinoamericana', explica el ejecutivo.

'Nuestro target es la comunidad mexicana, que suma el 76% de la población hispana. Contra-programamos alternativas para que nuestra audiencia tenga opciones que no existen en los canales hispanos tradicionales. Estamos en un momento de crecimiento, ya que adquirimos estaciones full power en Houston, Dallas y San Francisco a través de nuestro afiliado principal, **Una Vez Mas**', remarca **Breidsprecher**.

Sobre la comunidad hispana, describe: 'La convergencia entre TV, Internet y móvil se sigue acelerando y finalmente está logrando masa crítica. La comunidad hispana tiende a hacer lo que llamamos **Leap Frogging**. Nuestro televidente no suele ser el primero en adoptar nuevas tecnologías de comunicación, pero cuando la tecnología se vuelve más aceptada, la adoptan rápidamente y extensivamente'.

'Un ejemplo perfecto de este fenómeno son las redes sociales. Los hispanos en Estados Unidos están sobre-representados en el uso de redes sociales. Actualmente tenemos 2 millones de seguidores en nuestras redes sociales, que incluyen páginas de programas, talento y productos. Esto facilita oportunidades de producto integrado. Por ejemplo, nuestra sociedad entre **AT&T** y **Ventaneando**, donde la presentadora utiliza teléfonos de esa empresa para comunicarse con el televidente a través de **Twitter**. Estamos creciendo e innovando mucho en este área, y viendo estrategias y sociedades que nos ayuden a ofrecer más contenido por nuevos medios', finaliza.

ESTADOS UNIDOS: HISPANOS, POR PAÍS DE ORIGEN (2010)



Fuente: Census Bureau

UN CANAL.
TODO EL DEPORTE.



Los eventos deportivos más relevantes y la mejor y más amplia propuesta de programación con una gran variedad de programas de producción propia en diferentes formatos y estilos.

TyC Sports

Contacto Ventas Afiliadas: Hernán Chiofalo, hchiofalo@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3531.
Contacto Publicidad: Julio Franco, Gerente de Ventas Publicidad, jfranco@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3800.

WWW.TYCSPORTS.COM

MONDAY, MAY 21

7:30 AM - 3:00 PM
CABLE CENTER ACT FORUM
LOCATION: ROOM 254 EAST

7:30 AM - 5:00 PM
MEDIA REGISTRATION
LOCATION: MEDIA CENTER, ROOM 104 WEST
N/A

7:30 AM - 5:30 PM
EXHIBITOR & DELEGATE REGISTRATION
LOCATION: LEVEL 1, NORTH LOBBY
N/A

7:30 AM - 5:30 PM
CABLE COURTYARD
LOCATION: LEVEL 1, NORTH LOBBY
N/A

8:00 AM - 5:00 PM
INTERNATIONAL BUSINESS CENTER
LOCATION: ROOM 204 WEST
N/A

10:00 AM - 11:15 AM
GENERAL SESSION
LOCATION: GRAND BALLROOM

11:30 AM - 1:45 PM
NCTA FINANCE & OPERATIONS COMMITTEE MEETING
LOCATION: ROOM 258A EAST
COMMITTEE MEMBERS ONLY

11:45 AM - 12:30 PM
LIVE FROM IMAGINE PARK
02: PUTTING THE YOU IN UX: MEDIA GETS PERSONAL
LOCATION: IMAGINE PARK

11:45 AM - 1:45 PM
WICT SIGNATURE LUNCH
LOCATION: WESTIN WATERFRONT
SEPARATE TICKET PURCHASE REQUIRED

12:00 PM - 1:30 PM
A BROADBANDBREAKFAST.COM LUNCH PROGRAM
- "WILL BROADBAND SUCCEED IN CHANGING THE DNA OF UNIVERSITIES?"
LOCATION: ROOM 154 EAST

12:15 PM - 1:30 PM
SPRING TECHNICAL FORUM
03: YOUR WISH IS ITS COMMAND: NEW POSSIBILITIES FOR TECHNOLOGY INTERFACES
LOCATION: ROOM 157AB EAST

12:45 PM - 1:30 PM
LIVE FROM IMAGINE PARK
04: SPEED TO MARKET: ENABLING FASTER INNOVATION CYCLES
LOCATION: IMAGINE PARK

1:30 PM - 2:15 PM
LIVE FROM IMAGINE PARK
05: EVOLVE - TAKE 1: PUSHING PRODUCTS AND PLATFORMS TO NEW LEVELS
LOCATION: IMAGINE PARK

1:45 PM - 2:00 PM
NCTA ANNUAL MEMBERSHIP MEETING
LOCATION: ROOM 254A EAST
MEMBERS ONLY.

2:00 PM - 3:00 PM
NCTA BOARD MEETING
LOCATION: ROOM 253C EAST

BOARD MEMBERS ONLY.

2:00 PM - 3:00 PM
SPRING TECHNICAL FORUM
11: REDEFINING HIGH-DEFINITION: IMPLICATIONS OF ULTRA HD FOR CABLE PROVIDERS
LOCATION: ROOM 157AB EAST

2:00 PM - 3:00 PM
06: STREET SMARTS: INVESTMENT ANALYSTS ON THE STATE OF THE MEDIA...AND THE MARKETS
LOCATION: ROOM 151AB EAST

2:00 PM - 3:00 PM
PLENARY SESSION
08: GLASS ACT: VIDEO, VIEWERS AND TELEVISION'S CHANGING PICTURE
LOCATION: ROOM 153BC EAST

2:00 PM - 3:00 PM
07: VIEW FROM THE HILL: COMMERCE COMMITTEE STAFFERS ON COMMUNICATIONS POLICY
LOCATION: ROOM 153A EAST

2:00 PM - 3:00 PM
09: PLANET VIDEO: NEW DIRECTIONS IN TELEVISION CONTENT AND DELIVERY
LOCATION: ROOM 156AB EAST

2:00 PM - 3:00 PM
10: GLOBAL PERSPECTIVE: A CONVERSATION WITH AMBASSADOR PHIL VERVEER
LOCATION: ROOM 156C EAST

3:00 PM - 4:00 PM
NCTA CABLEPAC COMMITTEE MEETING
LOCATION: ROOM 255 EAST

3:00 PM - 4:00 PM
NCTA CORPORATE COUNSEL MEETING
LOCATION: ROOM 258B EAST

3:30 PM - 4:30 PM
14: IS THIS HOTSPOT TAKEN? NEW DIRECTIONS IN CABLE'S MOBILITY PLAY
LOCATION: ROOM 153BC EAST

3:30 PM - 4:30 PM
SPRING TECHNICAL FORUM
15: STRATEGY CENTRAL: THE INTERSECTION OF TECH, MONEY AND VISION
LOCATION: ROOM 156AB EAST

3:30 PM - 4:30 PM
17: OPPORTUNITY OF A LIFETIME: CREATING LONG-TERM VALUE THROUGH CUSTOMER OPTIMIZATION
LOCATION: ROOM 157AB

3:30 PM - 4:30 PM
13: VIEW FROM THE HILL: JUDICIARY COMMITTEE STAFFERS ON COMMUNICATIONS POLICY
LOCATION: ROOM 153A EAST

3:30 PM - 4:30 PM
16: CLASS ACT: DEEPENING THE EDUCATION CONNECTION
LOCATION: ROOM 156C EAST

4:00 PM - 5:00 PM
NCTA PROGRAMMER COMMITTEE MEETING
LOCATION: ROOM 254A EAST

4:00 PM - 5:00 PM
NCTA RSSO COMMITTEE MEETING
LOCATION: ROOM 254B EAST

4:30 PM - 5:00 PM
LIVE FROM IMAGINE PARK

18: STARTUP ALLEY: INSIDE BOSTON'S THRIVING INNOVATION DISTRICT
LOCATION: IMAGINE PARK

5:30 PM - 7:00 PM
THE CABLE SHOW INTERNATIONAL WELCOME RECEPTION
LOCATION: LOBBY ADJACENT TO ROOM 203 WEST
SPONSORED BY CISCO

5:30 PM - 10:30 PM
CABLE HALL OF FAME CELEBRATION
LOCATION: MARRIOTT COPLEY PLACE

TUESDAY, MAY 22

7:00 AM - 9:00 AM
MULTICHANNEL NEWS BREAKFAST
LOCATION: ROOM 205A WEST

7:00 AM - 5:00 PM
MEDIA REGISTRATION
LOCATION: MEDIA CENTER, ROOM 104 WEST

7:00 AM - 5:30 PM
EXHIBITOR & DELEGATE REGISTRATION
LOCATION: LEVEL 1, NORTH LOBBY

7:00 AM - 5:30 PM
CABLE COURTYARD
LOCATION: LEVEL 1, NORTH LOBBY

7:30 AM - 5:00 PM
INTERNATIONAL BUSINESS CENTER
LOCATION: ROOM 204 WEST, LEVEL 2

8:00 AM - 9:00 AM
CABLE EUROPE BREAKFAST
LOCATION: ROOM 154 EAST

8:00 AM - 9:00 AM
NCTA CABLEPAC BREAKFAST
LOCATION: ROOM 210 WEST

8:00 AM - 9:00 AM
SPRING TECHNICAL FORUM
19: HFC 2.0: THE EVOLUTION OF ARCHITECTURE
LOCATION: ROOM 157AB EAST

9:30 AM - 10:55 AM
GENERAL SESSION
20: TUESDAY GENERAL SESSION
LOCATION: GRAND BALLROOM

11:00 AM - 12:00 PM
SPRING TECHNICAL FORUM
26: WHERE THE WIRE ENDS: WIDENING CABLE'S WI-FI WORLD
LOCATION: ROOM 157AB EAST

11:00 AM - 12:00 PM
21: GETTING PHYSICAL: MARKETING BEYOND THE ELECTRONIC SCREEN
LOCATION: ROOM 151AB EAST

11:00 AM - 12:00 PM
PLENARY SESSION
23: DISPATCHES FROM SCREENLAND: CHANGING TECHNOLOGIES AND AUDIENCES
LOCATION: ROOM 153BC EAST

11:00 AM - 12:00 PM
22: LEGALLY SPEAKING: FCC ADVISORS ON LAW, POLICY, TELECOM AND THE FUTURE
LOCATION: ROOM 153A EAST

11:00 AM - 12:00 PM
24: THE NEXT BIG THING: IDEAS, INVENTIONS AND EMERGING TECH INNOVATIONS

novelísima



Tu canal con todo
el entretenimiento latino



VENEVISION
Continental

División de TV por suscripción



LOCATION: ROOM 156AB EAST

11:15 AM - 12:00 PM
LIVE FROM IMAGINE PARK
27: IDEAS IN ACTION: DRIVING BROADBAND ADOPTION IN AMERICA
LOCATION: IMAGINE PARK

12:15 PM - 1:00 PM
LIVE FROM IMAGINE PARK
28: CONTROL FREAK: NATURAL USER INTERFACES FIND THEIR WAY HOME
LOCATION: IMAGINE PARK

12:15 PM - 1:30 PM
SPRING TECHNICAL FORUM
29: THE GIGABIT NETWORK: NEW POSSIBILITIES IN HFC
LOCATION: ROOM 157AB EAST

12:15 PM - 1:45 PM
CTAM LUNCH WITH NEIL SMIT, COMCAST
LOCATION: ROOM 205C WEST

12:30 PM - 1:45 PM
PPL: NCTA PUBLIC POLICY LUNCH (INVITATION ONLY)
LOCATION: ROOM 210 WEST

12:30 PM - 3:00 PM
NCTA FINANCE & OPERATIONS COMMITTEE MEETING
LOCATION: ROOM 258A EAST
COMMITTEE MEMBERS ONLY.

1:15 PM - 2:00 PM
LIVE FROM IMAGINE PARK
30: SMART ENERGY: THE POWER OF BROADBAND
LOCATION: IMAGINE PARK

2:00 PM - 3:00 PM
SPRING TECHNICAL FORUM
36: STICKING TO THE PROTOCOL: IMPLEMENTING BEST-IN-CLASS IP VIDEO DELIVERY TECHNIQUES
LOCATION: ROOM 157AB EAST

2:00 PM - 3:00 PM
PLENARY SESSION
34: DAY-TO-DAY: PRIORITIES AND PROCESSES FOR MODERN CABLE MANAGEMENT
LOCATION: ROOM 156AB EAST

2:00 PM - 3:00 PM
33: SUBMIT YOUR APPLICATION: BUSINESS STRATEGIES FOR A NEW ERA OF CABLE INTERACTIVITY
LOCATION: ROOM 153BC EAST

2:00 PM - 3:00 PM
31: BUSTED: COMMON MYTHS ABOUT CABLE... AND HOW TO TOPPLE THEM FOR GOOD
LOCATION: ROOM 151AB EAST

2:00 PM - 3:00 PM
CIO.IT TRACK
35: THE CLOUD, SOA AND CABLE: CIO.IT COMPETITION SESSION 1
LOCATION: ROOM 156C EAST

2:00 PM - 3:00 PM
32: FROM THE TOP: FCC BUREAUS ON CABLE, COMMUNICATIONS AND CONSUMERS
LOCATION: ROOM 153A EAST

2:15 PM - 3:00 PM
LIVE FROM IMAGINE PARK
37: SECOND SCREENS: MAKING THE FIRST SCREEN INTERACTIVE AND FUN
LOCATION: IMAGINE PARK

3:00 PM - 3:45 PM
LIVE FROM IMAGINE PARK
38: IS CABLE DOING ENOUGH TO KEEP MILLENNIALS?
LOCATION: IMAGINE PARK

3:30 PM - 4:30 PM
SPRING TECHNICAL FORUM
44: WE ACCEPT CACHE: INTELLIGENT DESIGN FOR MEDIA STORAGE AND DELIVERY
LOCATION: ROOM 157AB EAST

3:30 PM - 4:30 PM
PLENARY SESSION
39: STRICTLY BUSINESS: PRODUCTS AND PLATFORMS FOR DRIVING CABLE'S GROWTH
LOCATION: ROOM 151AB EAST

3:30 PM - 4:30 PM
CIO.IT TRACK
43: THINKING BIG WITH DATA AND ANALYTICS: CIO.IT COMPETITION SESSION 2
LOCATION: ROOM 156C

3:30 PM - 4:30 PM
40: PRESTO, CHANGE-O: THE PUC ON THE NEW COMMUNICATIONS ENVIRONMENT
LOCATION: ROOM 153A EAST

3:30 PM - 4:30 PM
42: VIDEO THAT GOES 'CLICK': TV EVERYWHERE AND THE CONNECTED VIEWER
LOCATION: ROOM 156AB EAST

3:30 PM - 4:30 PM
PLENARY SESSION
41: TELEVISION WITHOUT BORDERS: NAVIGATING THE NEW CONSUMER VIDEO LANDSCAPE
LOCATION: ROOM 153BC EAST

4:30 PM - 5:30 PM
NCTA & CTAM BUSINESS SERVICES RECEPTION
LOCATION: ROOM 150 EAST.

5:15 PM - 6:30 PM
NCTA CHAIRMAN'S RECEPTION
LOCATION: LOBBY OF THE GRAND BALLROOM, LEVEL 3

WEDNESDAY, MAY 23

7:00 AM - 3:30 PM
CABLE COURTYARD
LOCATION: LEVEL 1, NORTH LOBBY

7:30 AM - 9:00 AM
NAMIC ANNUAL AWARDS BREAKFAST
LOCATION: WESTIN WATERFRONT

7:30 AM - 9:00 AM
COMMUNICATIONS TECHNOLOGY TECH BREAKFAST
LOCATION: ROOM 205A WEST

7:30 AM - 4:00 PM
INTERNATIONAL BUSINESS CENTER
LOCATION: ROOM 204 WEST, LEVEL 2

8:00 AM - 9:00 AM
CABLE ASIA BREAKFAST
LOCATION: ROOM 154 EAST

8:00 AM - 9:00 AM
MASTERMEDIA INTERNATIONAL SEMINAR
LOCATION: ROOM 160C EAST

9:30 AM - 10:55 AM
GENERAL SESSION
45: WEDNESDAY GENERAL SESSION
LOCATION: GRAND BALLROOM

11:00 AM - 12:00 PM
SPRING TECHNICAL FORUM
50: FLYING COLORS: PROVEN APPROACHES FOR NETWORK INVESTMENT AND IMPROVEMENT
LOCATION: ROOM 157AB EAST

11:00 AM - 12:00 PM
46: RIGHT AT HOME: WHAT'S NEW AND WHAT'S NEXT IN HOME AUTOMATION
LOCATION: ROOM 151AB EAST

11:00 AM - 12:00 PM
PLENARY SESSION
47: IT'S NICE TO SHARE: TELEVISION, SOCIAL MEDIA AND SECOND-SCREEN APPS
LOCATION: ROOM 153BC EAST

11:00 AM - 12:00 PM
CIO.IT TRACK
49: CIO.IT GENERAL SESSION: BIG DATA + PREDICTIVE ANALYTICS = BUSINESS SUCCESS
LOCATION: ROOM 156C EAST

11:00 AM - 12:00 PM
48: INDEPENDENTS DAY: STRATEGIES FOR SUCCESS FROM INDY CABLE PROGRAMMERS
LOCATION: ROOM 156AB EAST

11:15 AM - 12:00 PM
LIVE FROM IMAGINE PARK
51: CUSTOMER RELATIONS: TOOLS AND TECH FOR CUSTOMER CONVENIENCE
LOCATION: IMAGINE PARK

12:15 PM - 1:00 PM
LIVE FROM IMAGINE PARK
52: IMAGINE APP CHALLENGE: THE FINALS!
LOCATION: IMAGINE PARK

1:00 PM - 3:00 PM
NCTA VANGUARD AWARDS LUNCH & CEREMONY
LOCATION: BOSTON CONVENTION & EXHIBITION CENTER

1:15 PM - 2:00 PM
LIVE FROM IMAGINE PARK
53: EVOLVE - TAKE 2: PUSHING PRODUCTS AND PLATFORMS TO NEW LEVELS
LOCATION: IMAGINE PARK

3:00 PM - 3:50 PM
IPV6 WORKSHOP
IPV6 01: ADDRESSED FOR SUCCESS: IMPLICATIONS OF THE IPV6 TRANSITION
LOCATION: ROOM 157AB EAST

3:00 PM - 5:30 PM
IPV6 WORKSHOP
LOCATION: ROOM 157 EAST

3:55 PM - 4:40 PM
IPV6 WORKSHOP
IPV6 02: 3...2...1...LIFTOFF: CLOSING IN ON THE WORLD IPV6 LAUNCH
LOCATION: ROOM 157AB EAST

4:45 PM - 5:30 PM
IPV6 WORKSHOP
IPV6 03: KEEPING TABS: MEASUREMENT AND BENCHMARKING IPV6
LOCATION: ROOM 157AB EAST

THURSDAY, MAY 24

8:00 AM - 3:00 PM
CABLELABS LAW & TECHNOLOGY SEMINAR
LOCATION: WESTIN WATERFRONT

Una señal, para todo el mundo.



Información • Entretenimiento • Cultura

Comercializado por :



BRANDS WITH FANS

ARGENTINA: (5411) 4103 1100 / CENTROAMERICA: (502) 2247 2700 / CHILE: (562) 750 6600
COLOMBIA: (571) 610 7044 / MEXICO: (5255) 9138 6808 / VENEZUELA: (58212) 820 3200

HBO ESTRENA *HOUSE OF LIES*

HBO Latin America estrenó la primera temporada de serie de comedia *House of Lies* que, basada en el libro de **Martin Kihn** del mismo título, se emite desde el 23 de abril a las 22:00 para toda la región.



House of Lies

La serie muestra el día a día de los consultores de Galweather & Stearn, que son capaces de ir hasta el extremo con tal de cerrar un negocio. El protagonista, un seductor y muy inteligente consultor, interpretado por **Don Cheadle** (nominado al Oscar), cuenta con la compañía de su súper equipo de consultores con MBA dispuesto a todo por dinero. El reparto incluye también a **Kristen Bell** como Jeannie Van Der Hoyeen, una integrante del equipo que es brillante y con un futuro prometedor.

La serie es escrita por **Matthew Carnahan**, tiene la dirección de **Stephen Hopkins** y producción ejecutiva de **Jessika Borsiczky**.

El reparto de *House of Lies* cuenta con **Don Cheadle** como Marty Kaan; **Kristen Bell** como Jeannie Van Der Hooven; **Ben Schwartz** como Clyde Oberhol; **Josh Lawson** como Doug Guggenheim, el brillante integrante del equipo graduado de Harvard; **Dawn Olivieri** como Monica Talbot, ex esposa de Marty y madre de Roscoe, hijo de éste; **Donis Leonard Jr.** como Roscoe Kaan, el hijo menor de Marty y Monica; y **Glynn Turman** como Jeremiah Kaan, padre de Marty.

TYC SPORTS PRESENTA SU PROGRAMACIÓN DE JUNIO

TyC Sports presentó su programación de junio destacando el partido de fútbol **Argentina vs. Brasil**, que estará disponible en HD el próximo 9 de junio.

También emitirá las eliminatorias sudamericanas para Brasil 2014 en HD, dese el 2 al 10 de junio, con el desarrollo de la quinta y sexta fechas, que otorgan cuatro plazas directas al próximo mundial.

Siguiendo con el fútbol, TyC Sports transmitirá todas las instancias de Promoción del fútbol de ascenso de Argentina en las que los mejores equipos de las categorías inferiores buscarán arrebatarles el lugar a los más débiles de las divisiones superiores. Entre el 21 y el 30 de junio, para toda Argentina.

En atletismo internacional, la señal presenta la Diamond League en HD, donde los mejores atletas del planeta continúan con su preparación para los Juegos Olímpicos con el desarrollo de tres etapas de la serie anual más importante del atletismo internacional de la IAAF. Con la conducción de **Gonzalo Bonadeo**, se emitirá entre el 2 y el 9 de junio.

Entre el 18 y el 24 de junio, TyC Sports transmitirá el torneo de handball Panamericano De Buenos Aires, donde la Selección Argentina masculina buscará ratificar su gran momento en busca de tres lugares para el próximo mundial que se jugará en España 2013.

Finalmente, presenta Boxeo de primera todos los fines de semana, con la transmisión de las mejores veladas de boxeo internacional.



rfi Y LA NOTICIA
SE VUELVE
GLOBAL

Satélite **Galaxy 19** banda Ku y **Anik F1** banda C en América del Norte
Satélites **Hispasat 1C** banda Ku y **NSS 806** banda C en América del Sur

www.rfi.fr

dar™ **TV**

Tu ventana a **España**

CINE
SERIES
DOCUMENTALES
MUSICA
100% ESPAÑOL

Contáctenos en: sales@dar-tv.com Tel: +1 (305) 323 5141 www.dar-tv.com





C Music TV HD el canal de vídeos de música clásica, de cine y chill out



Representado por TV5MONDE America Latina, contacto Frederic Groll-Bourel, mail frederic.groll-bourel@tv5monde.org Más informaciones sobre www.thematv.com o www.cmusic.tv



**EL MEJOR CINE FRANCÉS.
CON SUBTÍTULOS.**



*En mayo por TV5MONDE

EL CANAL EN FRANCÉS PARA TI.
TV5MONDE

www.tv5monde.com/latina



MOVIECITY LANZA EN THE FILM ZONE HD

OPCIÓN EN ALTA DEFINICIÓN PARA TV PAGA BÁSICA

Moviecity lanzó en América Latina la versión en Alta Definición de su señal de TV paga básica **The Film Zone**, que ya está disponible en el satélite Intelsat 11 para todos los operadores de la región.

Edgar Spielmann, CEO y presidente de Moviecity, dijo: 'Con el lanzamiento de The Film Zone HD le damos a los suscriptores al sistema que ya cuentan con la tecnología HD en sus hogares, la posibilidad de ver nuestras películas y series en formato cine y en idioma original, con subtítulos en español.'

Con el lanzamiento de **The Film Zone HD**, la compañía completa su oferta de alta definición para el básico, ya que se suma a la señal **Cinecanal HD**, que está disponible en América Latina desde mayo del 2010.

The Film Zone HD cuenta con una renovada y amplia librería de películas taquilleras, series contemporáneas y producciones internacionales actuales y galardonadas, que



Edgar Spielmann

se exhiben en Alta Definición, con formato de cine y en idioma original y con subtítulos en español.

Además, cada mes el canal ofrecerá en exclusiva el Hit del Mes, un mes antes que en la versión SD del canal.

UTILÍSIMA ESTRENA TU VIDA MÁS SIMPLE

Utilísima, señal distribuida por **Fox Latin American Channels**, estrenó el pasado 16 de mayo su nueva producción original **Tu vida más simple**, un magazine diario que se emitirá para

América Latina y el US Hispanic.

Con la conducción de **Martín Llorens (Hola Martín)** y **Luz Blanchet (Luz en Casa)**, el ciclo reunirá a los más destacados talentos

del canal que, a lo largo de 60 episodios, brindarán tips relacionados con temáticas cotidianas como familia, salud, cocina, decoración, belleza, finanzas y manualidades.

Participará el diseñador y decorador **Eduardo Xol**, quien hará propuestas para los diversos ambientes de la casa. En materia de dinero, estará la experta en finanzas **Julie Stav**.

En la cocina estarán a cargo de la portorriqueña **Doreen Colondres (Boricuas)** y el chef mexicano **Toño de Livier (Hombres en la Cocina)**, quienes compartirán sus recetas. Otros conductores serán **Jackie Castañeda (Hogar Express)**, **Carmen de la Paz (Be Handy**



Luz Blanchet y Eduardo Xol

con **Carmen**) y la mexicana **Maggie Hegyi (Tienda de Diseño)**.

Otras secciones irán de la mano de **Laura Posada (Manual de Supervivencia)**, y del doctor **Claudio Aldunate (Salud Emocional)**, la psicóloga **Blanca Almeyda**, **Jorge Luna** con ejercicios de yoga en exteriores, y **Luana Hervier** con propuestas de gimnasia para hacer en casa.



Maggie Hegyi participará en la sección de diseño

GLOBAL MEDIA TELECOMUNICACIONES

Canales exclusivos
con programación 24 horas dedicados a la información, entretenimiento, educación y el esparcimiento

CABLE NOTICIAS TV Agro Nostalgia Kumbia NOVA

Ventas:
Piedad Martínez
Tel (574) 448 25 00 Cel (57) 314 862 0814
pmartinez@globalmedia1.tv
www.globalmedia1.tv

CONSTRUIR TV

An Innovative Channel for the Building Industry

In **Construir TV** are those who work, those who plan, those who invest.

The great works, the small stories.

The strength of an industry on the move.



Meet us at



Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable

May 30, 31 and June 1, 2012
at Expo Mundo Imperial

Bldv de las Naciones esq. Bldv Barra Vieja, Col. Plan de los Amates
Acapulco, Guerrero, México



www.construirtv.com

Building a better tomorrow, today

iNOVO BROADBAND: 'EXPERTOS EN EL NEGOCIO DE CPE'

Fernando Mechetti, VP de Ventas para América Latina de iNovo Broadband, habló sobre la compañía, que fue fundada este año por Jack Miller y Himanshu Parikh –actuales CEO y CTO respectivamente– con el objetivo

de proveer al mercado la siguiente generación de CPE's. 'iNovo nació de



Fernando Mechetti

la mano de dos expertos en la industria como Jack Miller, fundador de N2 Broadband, que luego fue vendida a Tandberg Television por US\$ 130 millones. Por su parte Himanshu Parikh creó en el 2000 el negocio de cable módems en Scientific Atlanta, que fue luego adquirida por Cisco y que, en 11 años, generó más de un billón de dólares en ventas anuales junto con los set-tops IPTV, también bajo su responsabilidad', comentó Mechetti, que también tiene gran experiencia, con 12 años trabajando para empresas como Scientific Atlanta-Cisco.

En relación al negocio, señaló: 'Vemos que a nivel mundial el consumo de Set-Tops digitales (cable, DTH e IPTV) y cable módems continúa expandiéndose, con un mercado mayor a los US\$ 10 billones. iNovo va a ofrecer al mercado una línea full de productos CPE como cable módems DOCSIS 2.0 y 3.0 y gateways residenciales, Set-Tops digitales para operadores de cable, satélite e IPTV'.

'Estamos discutiendo nuestros productos con varios operadores de América Latina, estimando realizar nuestros primeros embarques para finales del tercer trimestre de este año. Brindamos al mercado y a los clientes nuestra experiencia de equipo combinada, desde la relación con las fábricas de CPE, los proveedores de CAS (acceso condicional), los proveedores de chips y nuestra excelente relación con los clientes', completó Mechetti.

El ejecutivo destacó que el equipo de iNovo está integrado por un grupo senior de Ingeniería y Marketing 'expertos en el negocio de CPE's', la mayoría proveniente de Scientific Atlanta-Cisco. 'Estamos para hacer crecer la empresa y para darle a nuestros clientes equipos con el precio y calidad que necesitan para ser exitosos', concluyó.



El Líder en la Fabricación de Herramientas para la Preparación de los Cables Coaxiales, Cables de Fibra óptica y Energía Eléctrica



Distribución **Telecom** **Energía** **Electrónica**
CATV **Fibra Óptica** **Transmisión**

Ripley
 46 Nooks Hill Road
 Cromwell, CT 06416 USA
 Corporate Office: +1 (860) 635-2200
 Latin America Office: +1 (954) 499-9203
 info@ripley-tools.com
 www.ripley-tools.com



Go Digital TV Solution

La mejor solución en América Latina para digitalizar e implementar tu operación de TV Paga.

ESTAMOS EN EXPO CANITEC
 VISÍTANOS EN EL STAND 313



Transforma tu negocio

Da el gran salto y dile adiós a las redes analógicas limitadas. Con nuestra solución integral de TV Paga, tu empresa podrá:

- ▶ Digitalizar su servicio.
- ▶ Diferenciarse de sus competidores.
- ▶ Incluir más canales en sus paquetes.
- ▶ Diversificar su oferta y segmentar a sus clientes.
- ▶ Ofrecer canales HD y Premium.

media networks

www.medianetworks.net



INCOGNITO SOFTWARE: 'LA INTELIGENCIA DE RED ES IMPERATIVA'

POR STEPHANE BOURQUE, CEO, PRESIDENT & FOUNDER DE INCOGNITO SOFTWARE INC.



Stephane Bourque

El crecimiento exponencial de los dispositivos IP, suscriptores y la demanda por mayor velocidad, hace que se espere un crecimiento de tráfico de 250 exabytes en 2010 a casi 1 zettabyte (996 exabytes) por año para el 2015. Operando en la segunda región con el crecimiento más rápido de 48% CAGR, los operadores en Latinoamérica deben reanalizar su planeamiento de capacidad para mantener satisfechos a sus suscriptores.

El ancho de banda se está convirtiendo en un canal de video para mayores velocidades y compresión avanzada. Desde que Netflix entró en el mercado en otoño del 2011, casi 20 servicios de transmisión de video over-the-top se han lanzado en Latinoamérica. Se prevé que el número de usuarios de video IP se incremente a 12.8 millones en el 2015.

Este incremento en el tráfico provoca congestión y degrada la Calidad de la Experiencia (QoE) lo cual provoca frustración en suscrip-

tores e incremento de llamadas a servicio al cliente. Sin información detallada acerca del CPE, los CTMS y la red, estas llamadas serán ineficientes y costosas

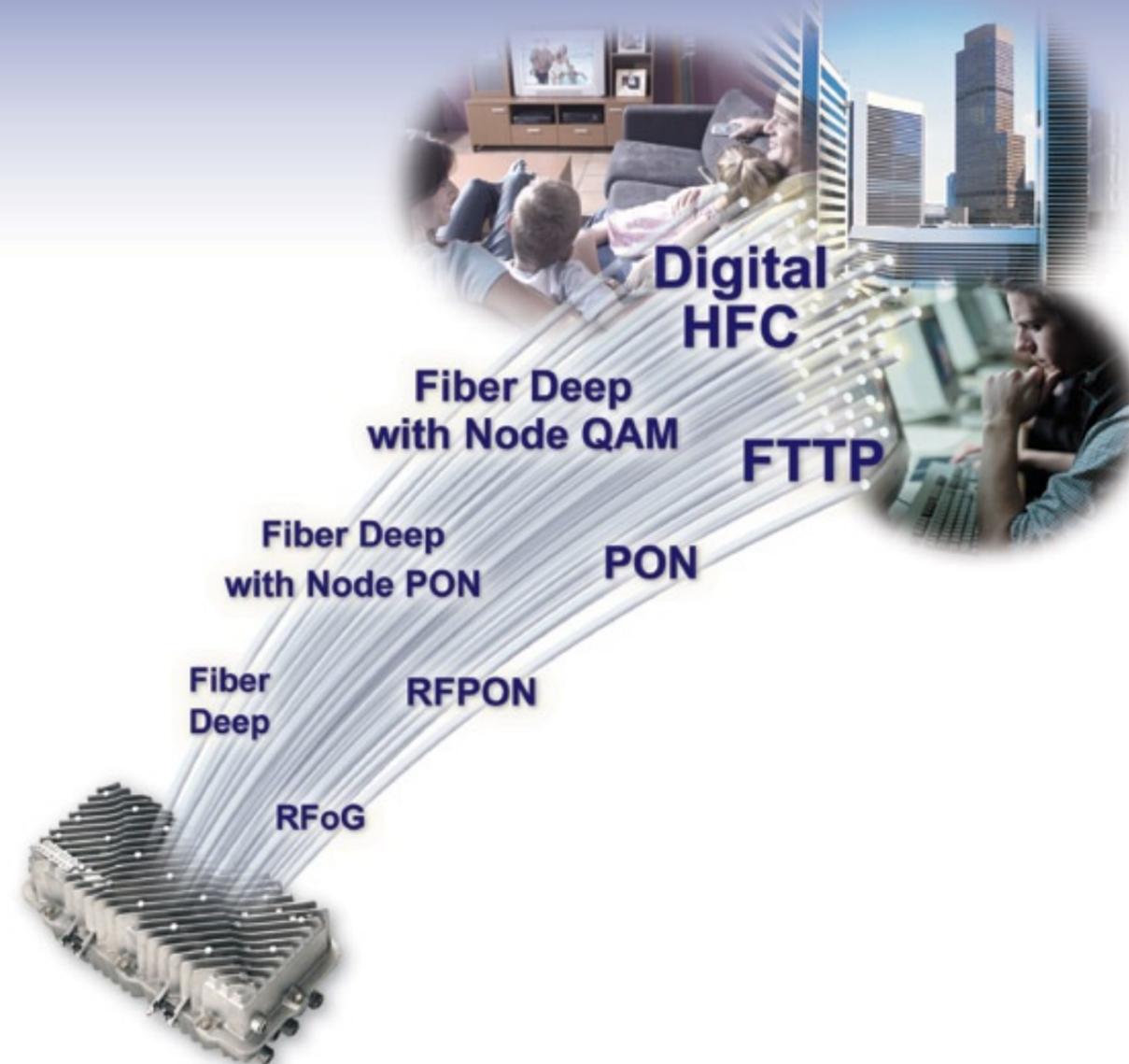
Adicionalmente, así como los suscriptores incrementan la carga en la red, los proveedores de servicio tienen el reto de mantener sus márgenes de ganancia. La renuencia de los suscriptores a pagar mayores precios por el ancho de banda, obliga a que sean los operadores quienes absorban estos gastos. A menos que los proveedores optimicen la capacidad de su red y desplieguen nuevos servicios, se enfrentarán a una disminución de sus márgenes.

La inteligencia brindada por IPDR (Internet Protocol Detail Record) y el tomar decisiones basadas en esta información puede ser una de las armas más efectivas para combatir la congestión del tráfico y monetizar su crecimiento. Incorporado en DOCSIS, IPDR colecta información de la

utilización de la red, permitiendo así a los operadores optimizar el tráfico de su red y los recursos existentes. El personal de soporte técnico puede utilizar la información del CPE, clase de servicio activo y del CMTS para mejorar sus diagnósticos. Tener la información detallada de cómo y dónde se está utilizando el ancho de banda, ayuda a los operadores a tomar mejores de decisiones en relación al planeamiento de capacidad.

La información respecto a la calidad de servicio de los suscriptores facilita la gestión de la red, así mismo la habilidad de lanzar nuevos servicios según sus preferencias convierte el incremento de tráfico en una oportunidad.

Breaking Access Barriers



Aurora Networks ofrece soluciones "ideales" de transporte óptico diseñadas para los operadores de cable. Nuestros nodos son una plataforma de acceso probada, optimizada para ampliar el ancho de banda de cada suscriptor y soportar múltiples tecnologías de segmentación (LcWDM®, DWDM, CWDM). Con una innovadora arquitectura Fiber Deep, retorno digital actualizable, tecnologías xWDM de espectro total que permiten futuras implementaciones de CCAP, la exclusiva herramienta de ampliación de capacidad coaxial BitCoax™ (EPoC), RFoG, RFPON (RFoG más PON) y Nodo PON™ junto con soluciones de migración al mundo IP Trident7™, Aurora Networks ofrece soluciones rentables y efectivas para el desarrollo de la industria del cable. Elija Aurora Networks hoy mismo.



A whole new light, growing brighter!

www.aurora.com | +1 408.235.7000

tecnix

Líder mundial no desenvolvimento de produtos e soluções de infra-estrutura de telecomunicações de banda larga.

- Equipos de gestão de cabeça de rede
- Sistemas de localização de ingress.
- Redução de ruído pela tecnologia de Ingress Safe
- Tecnologia Modem Safe para evitar picos de corrente
- Membros da Aliança MoCA®
- Temos equipes desde a cabeça de rede até a última milha.
- Somos especializados em modernização e adaptação de equipamentos
- Desenvolvemos soluções especiais para os clientes.

Produtos inovadores e soluções projetadas para reduzir custos operacionais e de manutenção.

Mais de 20 anos de experiência no mercado

Visitenos en CANITEC 2012 Stand # 829

www.technetix.com info-cala@technetix.com

© Technetix Group Limited 2011. Technetix, Ingress Safe, Modem Safe, CPD Safe and the logos are trademarks or registered trademarks of Technetix Group Limited in the UK and certain other countries. The Ingress Safe and Modem Safe technologies are protected by patents registered in Europe and certain other countries. MoCA is a registered trademark of the Multimedia Over Coax Alliance.



OPTIMIZANDO SEGURIDAD HLS PARA CONSUMIDORES Y PROVEEDORES DE SERVICIOS

POR STEVE CHRISTIAN, VICE PRESIDENTE DE MARKETING DE VERIMATRIX

El protocolo de flujo adaptativo, HLS (HTTP Live Streaming), está ganando impulso rápidamente como el formato estándar de streaming para servicios de video OTT, a con variedad de dispositivos. Sin embargo, mientras el protocolo HLS incorpora un modelo de seguridad de línea de base para servicios de entrega, no define por sí mismo una solución completa para streaming de contenido protegido. Mientras el protocolo, tal como está escrito, incluye un mecanismo de encriptación estandarizado para cada parte de media que emplea encriptación AES-128 CBC de potencia industrial y una estructura para obtener las claves asociadas, esto no es suficiente para la protección de contenido Premium. Específicamente, no hay preocupación sobre el uso de AES para encriptación de media, pero el protocolo básico para gestión de claves es muy ligero y no está sujeto a ningún tipo de régimen de robustez que pueda proteger media valiosa.

Entonces, ¿cuáles son las soluciones disponibles? Proteger la entrega de claves usando una conexión básica de HTTPS/SSL tal como se ha propugnado en los sistemas de entrega de las implementaciones sencillas de primera generación, tiene poca correlación con las expectativas, tanto de los proveedores de servicios como los consumidores de contenido. A pesar de la encriptación de la clave durante el transporte, cualquier persona que pueda aislar un URL relacionado con el servidor de claves tendrá acceso a las mismas, puesto que no hay autenticación del cliente. Este es el resultado del diseño SSL (secure socket layer), que requiere autenticación del servidor, pero no del cliente.

Desde un punto de vista estructural, una conexión sencilla SSL con autenticación de certificados del servidor solamente, es una mala combinación para asegurar servicios de contenido de video Premium,

puesto que fue diseñado para asegurar transacciones donde el cliente tenía que asegurarse que estaba en comunicación con un servidor de confianza antes de transmitir información secreta. Al imponer la protección de claves e identificaciones en este mecanismo, condenamos al consumidor a un ciclo de sesiones de transacciones.

La estructura de HLS, tal como está definida en las propuestas IETF, abrió el protocolo para extensiones de seguridad. Es decir, que HLS tiene la capacidad de extenderse con técnicas de seguridad innovadora para calificar para licencias de contenido Premium y para proteger servicios de TV paga para dispositivos de iOS y Android, y las plataformas de computación de Windows y Mac OS, TVs y STBs conectados, etc.

Las técnicas de seguridad más esenciales usadas con frecuencia en otros sistemas de TV paga son la autenticación de dispositivos clientes y la gestión de derechos del suscriptor. Específicamente, parece que existe la tendencia de apalancar las técnicas de autenticación de dispositivos en combinación con información de autenticación existente, para mejorar la seguridad del consumidor y asegurar una experiencia de visualización sin fricción para el consumidor.

APALANCANDO LA AUTENTICACIÓN DE DISPOSITIVOS PARA HLS

Los mecanismos de autenticación para servicios de video comercial están fundados en dos principios: determinar la integridad de la entidad que pide la autenticación, y la autenticidad del dispositivo cliente. Típicamente, esta verificación sólo se tiene que ejercer una sola vez – puesto que el dispositivo está asociado con la cuenta del cliente – y puede ser semipermanente a través de la generación de un certificado único local.

La autenticación asegura que los dispositivos clientes están atados a clientes que pagan, y ayuda a garantizar que sólo los suscriptores verdaderos puedan ver el contenido protegido. Después que el contenido específico es seleccionado por el consumidor, ocurre una transacción simultánea que obtiene las claves necesarias, en la cual el certificado único local verifica la identidad del cliente específico involucrado. Si

las claves legítimas están disponibles, la entrega del flujo protegido puede ser decodificada para su visualización.

La persistencia de autenticación entre sesiones de visualización lleva a la industria de TV por Internet mas allá de los modelos anticuados de control de visualización centrados en la computadora, de sesiones basadas en usuario y clave, y proporciona un modelo más natural para gestionar la seguridad en dispositivos que no tienen teclado nativo (TVs, STBs, etc.). El acercamiento también se puede apalancar de manera conveniente en tabletas centradas en aplicaciones y dispositivos móviles.

Una ventaja adicional es asegurar que las credenciales de los suscriptores no se están compartiendo de manera ilegal. La autenticación robusta de capacidades de dispositivos cumplirá con los requisitos de licencias que exigen más y más contar y limitar el número de dispositivos autenticados conjuntamente contra la cuenta de un suscriptor. Esto no limita a los suscriptores legítimos.

Cuando se combina la autenticación de un dispositivo con un número PIN, se crea una técnica de autenticación doble. Las técnicas de autenticación doble son especialmente útiles cuando los suscriptores desean anular la configuración existente de una cuenta (por ejemplo, anular la configuración de control parental, o comprar una película Premium fuera de su suscripción existente).

MEJORANDO LA SEGURIDAD DE CONTENIDO Y LA SEGURIDAD DE INGRESOS

Mientras el mercado de video OTT sigue madurando, y mientras los operadores trabajan para combinar OTT con sus servicios tradicionales, la funcionalidad de seguridad HLS mejorada se requiere para asegurar control efectivo y eficiente a través de la entrega de contenido Premium para dispositivos OTT. Un acercamiento proactivo a la seguridad HLS no sólo pone a los operadores en una posición para negociar mejorada, sino también permite a los operadores optimizar el contenido para varias plataformas, dispositivos de consumidores y clientes. Por lo tanto, optimizar la seguridad HLS para la distribución de video OTT protege no sólo el contenido, sino ayuda a mejorar el servicio de ingresos.



CONVERGENCE ENABLED

www.arrisi.com

NO CORRA RIESGOS

Diense

EN ARRIS



Para conocer más acerca de las soluciones de última generación de ARRIS, visítenos en Expo CANITEC Stand #403, del 30 de Mayo al 1 de Junio del 2012, Expo Mundo Imperial Acapulco México.

VIACCESS SUMÓ A RICARDO PIROLA A SU EQUIPO PARA LATINOAMÉRICA

ESCALADA DE SU APUESTA A LA REGIÓN



Claudio Less junto a Ricardo Pirola en la NAB

Uno de los países del año en los equipos para Latinoamérica es el de **Ricardo Pirola** y su gente, de **Conax** a **Viaccess**. Ya representando a la empresa francesa en NAB, destacó que tiene soluciones end to end y que no depende de muchos fabricantes para la nueva era, como la de la OTT con su propia

encriptación y protocolo DRM, disponibles para equipos móviles y tablets de **Windows**, **Android** y toda clase de computadores.

Su nuevo producto de OTT permite entrar en el mundo de las redes sociales y competir con **Netflix** en películas, destacando un middleware abierto que se transformó en prácticamente un estándar en Europa, muy simple para interactuar mosaicos con servicios de VOD y de otro tipo, todo gráfico.

Viaccess cuenta también con soluciones con tarjeta y sin tarjeta, y la plataforma de IPTV más grande que existe en el mundo, la de **Orange** de Francia, con 5 millones de abonados. Por eso mismo, su experiencia para lo que se está haciendo en Latinoamérica es muy importante, donde ya tiene la plataforma integrada de **UNE** en Colombia, que sólo tiene algo externo con la parte de seguridad de **Verimatrix**. Sumado al servicio de middleware propio, tiene una solución completa tanto de broadcast, como de IPTV.

La mudanza fue realmente de todo el equipo que lo acompaña en **Conax** en Sao Paulo, con lo cual Viaccess ha crecido dramáticamente en su servicio para la región, con tres ingenieros junto a **Claudio Lessa** y al soporte de marketing y administración de **Marcia Castilho**.

RGB NETWORKS: HIGH END EN TV EVERYWHERE

Henrique Etrusco de **RGB Networks** destacó tres puntos importantes de su presentación en la NAB que llevará ahora a Canitec de México. Primero, que RGB es la primera compañía a entregar el nuevo estándar para TV Everywhere, con el formato **Mpeg-DASH** que viene de un grupo de trabajo que incluye empresas como **Microsoft** y **Adobe**. RGB es la primera en tener disponible este formato en la salida de su **Transact Packager** y nadie más tiene esto en este momento.



Henrique Etrusco y Lou Mastrocola

En segundo lugar, aparece el **Adaptive Bitrate Ad Insertion**, que trata justamente de la inserción de anuncios en la multipantalla.

Sirve para difundir diferentes anuncios entre provincias, ciudades y hasta dispositivos diferentes. El high end conseguido es que cada usuario puede recibir un anuncio diferente de acuerdo a su perfil de consumo, customizando la publicidad y empezando a rentabilizar la inversión en **Multiscream**, algo que nadie ha podido hacer hasta ahora.

El tercer punto es el **Just In Time Packaging**, que permite al operador ahorrar en almacenamiento y transporte de los varios formatos disponibles (Apple HLS, Microsoft Smooth Streaming, Adobe HDS y mpeg-DASH). El operador almacena solamente los diferentes bitrates y resoluciones y solamente genera los varios formatos cuando son efectivamente ordenados por el usuario.



Introduciendo Rovi DTA Guide

Sus suscriptores disfrutaran de:

Lista de TV por hora

Detalles completos de programas

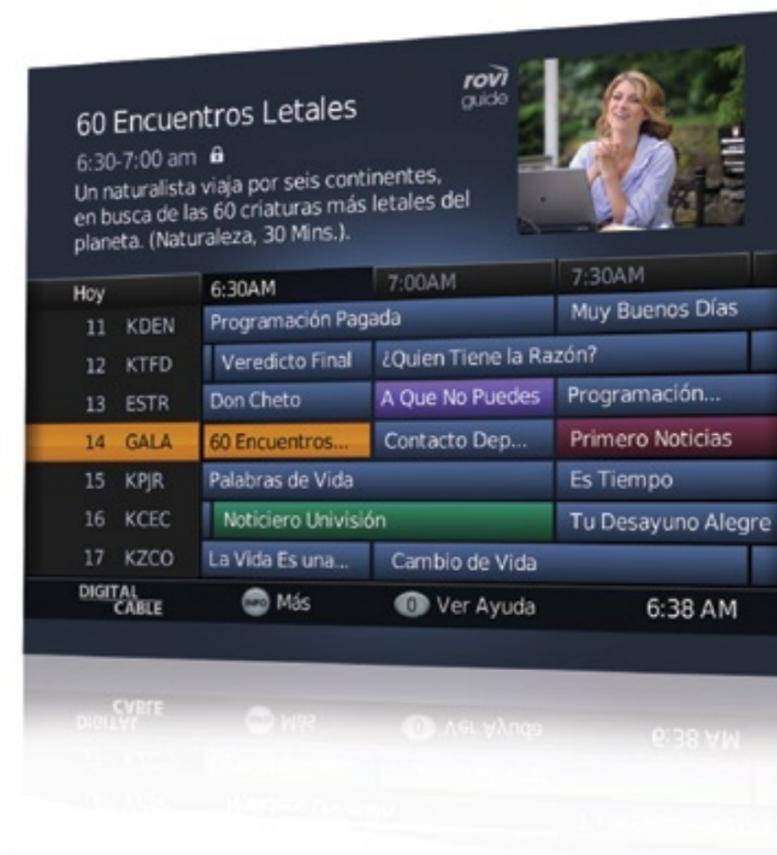
Barra ver Ahora y Siguiente

Control Familiar

Listado de programación de 24 horas

Otras soluciones incluyen:

- Passport® Guide | Bill Reminder |
- ShowRunner VOD | Multiroom DVR |
- Remote DVR Scheduling | Home Portal |
- Integrated VOD Search | Global Messaging |



VISÍTENOS
Para una demostración
Canitec 2012
Stand #118

Karl Misling | 702-480-2478
karl.misling@rovicorp.com

LA BESTIA AMARILLA
llega a Latinoamérica

La Nueva Generación de Tejedoras de cables para tendidos aéreos, con el mejor precio y todas las características necesarias para el mercado latino

AMP
American Manufacturing Products

Contacto: administracion@cisset.com.mx



MULTICOM: AMBICIOSOS PLANES PARA LATINOAMÉRICA

FUERTE PRESENCIA EN SHOWS DEL TRADE EN 2012

Fundada hace 30 años en Orlando, Florida, **Multicom** es un fabricante y distribuidor de toda la línea media para la integración de soluciones de comunicación. Posee un portafolio de más de 13.000 productos provenientes de los 270 principales fabricantes del mundo, incluidos los productos de marca propia.

Previo a Canitec de México, Prensario dialogó con **Gilberto Caicedo**, International Sales VP de Multicom, acerca de la experiencia de la compañía, su trabajo y sus planes de expansión en Latinoamérica.

‘Hemos participado activamente con nuestros socios en más de 22 países de América Latina por más de 25 años. La presencia de ingenieros de Multicom y la realización de seminarios destinados a la formación técnica para educar al personal y seminarios en línea gratuitos dedicados a educar a los clientes buscan innovar e impulsar el éxito en los negocios’, remarcó.

FUERTE PRESENCIA REGIONAL

La compañía participa de diversas ferias y conferencias en los distintos mercados de la

industria de TV de paga, incluyendo Andina Link Colombia, donde sus productos tuvieron buena repercusión, y Andina Link Centroamérica. En mayo asistieron a la Cumbre APTC de Arequipa, y ahora estarán en Canitec de México. También participarán de Tepal en República Dominicana, ABTA de Brasil y Jornadas Internacionales de Argentina.

Para Caicedo, la presencia física le permite ‘entender las necesidades del mercado’ y sus negocios, y así avanzar con los principales clientes ofreciendo tecnología de última generación.

‘Estamos muy conformes con la posición que hemos logrado, aunque siempre ambicionamos llegar a más territorios y clientes. Hoy ofrecemos una propuesta de servicios y productos únicos, con un staff profesional, facilidades y capacidades que brindan nuestros socios, seleccionados cuidadosamente para hacer frente con rapidez y ejecutar nuevos requerimientos a los clientes de la región’, subrayó el ejecutivo.

Antes de aliarse, Caicedo explicó que los



Carlos Shterenberg, de Pico Digital y Gilberto Caicedo, de Multicom

socios son ‘ampliamente evaluados y seleccionados por sus contribuciones a la industria y al crecimiento de su país a través de la innovación y un servicio que refleja los valores de la compañía.’

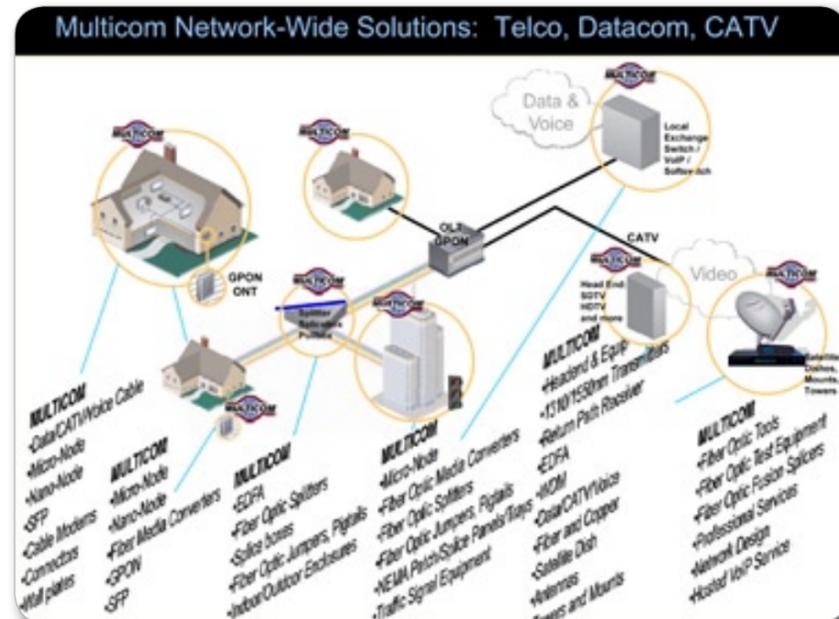


EXPANSIÓN COMERCIAL

Sumada a la presencia regional en los mercados del trade, el objetivo de Multicom se completa con la expansión comercial de su línea de productos para CATV y los servicios. Destacó entre ellos los taps, nodos, amplificadores, conectores troncales y, ahora, lanza los conectores de compresión F, que promocionará fuertemente en Canitec.

También está desarrollándose como fabricante y distribuidor de productos para redes FTTH, datacoms y otros productos para la industria, como la línea completa de transmisores ópticos 1310nm, el transmisor óptico de 1550nm, el receptor óptico de Return Path, la óptica Micro Nodo, entre otros.

Para 2012, espera anunciar nuevas alianzas y productos. ‘Estos son tiempos verdaderamente interesantes para Multicom y sus socios en toda América Latina. Estamos contentos con el reconocimiento regional de la marca. Buscaremos sumar aliados en cada país, tanto de la industria de TV de paga como de telecomunicaciones, las cuales siguen expandiéndose a partir de sumar servicios y clientes en sus diversos segmentos de negocios’, completó.



YOUR GLOBAL PARTNER FOR REMOTES & ACCESSORIES



UEI designs, develops, and delivers innovative solutions that enable consumers to control entertainment devices, digital media, and home systems - all on a global level.



FOR MORE INFORMATION ON HOW WE CAN BE YOUR PARTNER VISIT: WWW.UEI.COM/LATAM



PICO: FUERTE CRECIMIENTO EN DIGITAL

Pico Digital tuvo una muy positiva segunda experiencia exponiendo en la NAB de Las Vegas. Su director, **Carlos Shterenberg**, destacó a Prensario que recibió visitas y consultas de empresas de Argentina, Ecuador, México, Japón y otros países.

Además la marca organizó una cena con las estaciones de radio de Estados Unidos en el restaurante Maestros del City Center, para más de 30 personas.

Participaron del evento las redes de radio nacionales, que concentran básicamente el 80% del mercado de radio de USA. Todos adoptaron la tecnología digital que está promoviendo ahora Pico y X Digital.

Ya hace casi dos años que se formó Pico Digital y Carlos Shterenberg resaltó que el

año pasado 'fue muy exitoso, con un gran crecimiento' y definitivamente migraron a ser una compañía más digital.

'Seguimos trabajando lo analógico, pero el empuje es hacia las nuevas tecnologías digitales. Los clientes están contentos con estas nuevas plataformas, si bien algunos las adoptan más rápido que otros. Hay nuevos equipos de transmodulación y encriptación que están funcionando muy bien. Vale destacar además que el personal de Pico Digital aumentó un 30% este año en sus oficinas de San Diego', añadió.

'En Latinoamérica este año vemos una aceleración respecto al año pasado, llevada adelante con los mismos aliados estratégicos de siempre. Tuvimos un excelente año en Brasil, que fue récord de ventas, lo mismo en México',



Staff completo de Pico Digital en la NAB

explicó el ejecutivo.

Ahora Pico se alista para estar presente en la Cumbre de APTC Arequipa junto a **Hugo Valenzuela**, y con todo el equipo en Canitec de Acapulco.

Entre las novedades de la compañía, se destaca la integración de sus plataformas con **Samsung**, la gente de **Channel Island**, de **Lynks** y que llevan cerca de dos años con una plataforma de **LG** de **Provideon**. Ahora están por introducir la nueva línea de **Encoders ENC**.

TSL, BUENAS PERSPECTIVAS EN LATINOAMÉRICA

Chris Exelby de TSL destacó a Prensario en la NAB, las grandes perspectivas de la marca en Latinoamérica. 'Hemos recibido una cantidad de visitas muy importante, tanto desde los sectores de ingeniería como de creativos ambiciosos de cosas nuevas, con mayor demanda

especialmente de Brasil', remarcó.

TSL es una compañía soluciones de monitoreo en alta tecnología con imágenes en HD y ya tiene una red de representantes que incluye a **Video Company** en Brasil, **FDM** en Argentina o **AMTEC** en México.

Exelby espera asistir al SET, CAPER e IBC, además de otras ferias Worldwide en Europa y Asia. 'La mejor ventaja de nuestras soluciones es que son expandibles y simples para los usuarios, entre los que ya se distinguen **TV Globo** y **Bandeirantes**', finalizó.

Soluciones de Codificación con Salida IP... en paquetes disponibles para TODAS las aplicaciones



Patente Pendiente

IDEALES PARA:

- Codificación Costo-eficiente, Multiplexación y Transmisión IP en Cabeceras y Hubs
- Consolidación de Cabeceras: Backhaul IP de Contenido Local
- Backhaul IP de Contenido PEG
- Inserción de Contenido Local en Ambientes Basados en IPTV

- Codificación SD/HD, MPEG-2/H.264
- Escalabilidad por medio de plug-ins (1-2, 1-4, 1-8 programas)
- Montajes de pared y rack

- Fácil de mantener y administrar (VLAN de administración de dispositivos en una misma red de distribución de contenidos)
- Opciones para red de cobre y/o transmisión óptica (SFP)

+506-8850-2379
bcastro@atxnetworks.com
www.atxnetworks.com/IPc


Hemos hecho el mejor incluso mejor! Nuevo transmisor de alta potencia R&S®THU9.

Este transmisor de alta potencia de Rohde & Schwarz impone nuevos estándares de rendimiento: eficiencia máxima – costos de operación mínimos.

El R&S®THU9 tiene mucho que ofrecer:

- La mejor eficiencia en el mercado de transmisores de televisión de estado sólido
- Configuración flexible de sistemas de transmisión simple o múltiple en un solo rack
- La más alta densidad de potencia por rack de transmisor en el mercado
- Interfaz gráfica de usuario amigable con pantalla táctil

Siempre al aire, con soluciones de radiodifusión de Rohde & Schwarz.

www.rohde-schwarz.com/ad/thu9-p



ALPHA PRESENTA NUEVA FUENTE DE PODER *XM3-HP CableUPS*

Alpha Technologies anunció el lanzamiento de su fuente de poder de última generación para la planta externa en las redes de banda ancha, *Alpha XM3-HP CableUPS*, para cumplir con el constante crecimiento de las demandas de energía en las sofisticadas redes de comunicación actuales.

Los avances tecnológicos significativos en toda la plataforma de tecnología eléctrica se centran en la eficiencia mejorada, el rendimiento optimizado y la reducción de los costos de operación. Esta solución presenta un diseño renovado del transformador y la integración de un dispositivo de interfaz más intuitivo y fácil de usar.

Drew Zogby, presidente y director ejecutivo de Operaciones de Alpha, comentó: 'El diseño avanzado de la fuente *XM3-HP* establece un nuevo estándar en la tecnología eléctrica y se centra en la reducción de los costos de operación y en la optimización del componente de energía de la red. A través de un avanzado monitoreo remoto, los administradores de la red pueden acceder a información detallada que incluye la vida útil restante de la batería, un reporte profundo del desempeño de la red eléctrica y la capacidad de tiempo de operación en forma de respaldo, todo, desde un centro de operación de la red'.

Entre las principales cualidades de la

plataforma nueva de Alpha se destacan:

Reducción del Uso de Energía de la Empresa Eléctrica: Es posible a través del diseño innovador del transformador y una regulación más precisa de la ventana de salida. Esta eficiencia se traduce en menos consumo de electricidad de la red pública y ahorros directos en los gastos de operación de la red. Los operadores ahorrarán literalmente millones de dólares a lo largo de la vida útil del equipo, y estos ahorros se vuelven especialmente benéficos en los sistemas con gran cantidad de fuentes instaladas y/o regiones con altos costos de la energía eléctrica.

Reducción de Visitas de Servicio Técnico y Costos de Mantenimiento Preventivo Asociados: Esto permite a los operadores reducir aún más los gastos globales de operación. La capacidad de la fuente *XM3-HP* de suministrar datos que permiten tomar decisiones de manera remota con la información específica sobre el estado del sistema de energía, permite reducir las costosas visitas del servicio técnico en el campo y la capacidad de utilizar los recursos de la compañía de manera más eficiente.

Optimización de la Vida Útil y el Rendimiento de las Baterías: Esto puede influir positivamente sobre la reducción de los gastos de capital, además de reducir los costos de operación. La tecnología de cinco etapas para la carga de las baterías unida al compensador de baterías interno *AlphaGuard* optimiza la expectativa de vida útil de ambas. La captura de datos de parámetros fundamentales en

tiempo real, junto con los informes analíticos que proporciona la tarjeta *AlphaApps*, ofrece respuestas fundamentales para predecir los intervalos de servicio y los cronogramas de reemplazo de las baterías.

La fuente *XM3-HP* también ofrece datos de carácter predictivo, que permite a los usuarios reducir considerablemente los costos anuales de operación y los gastos de capital durante toda su vida útil.

'La información predictiva le otorga a los usuarios el poder de reducir y minimizar las visitas de servicio técnico, optimizar la vida útil de las baterías y reducir el uso de electricidad de la red pública por medio de una adecuada selección de cada fuente de acuerdo al volumen de carga', completó Zogby.

La *Alpha XM3-HP* está disponible en varios modelos para soportar aplicaciones tanto nacionales como internacionales. El diseño del producto también incluye muchas mejoras operativas, como un menor dimensionamiento que le permite caber en gabinetes de generación anterior con capacidad vertical limitada y permite a los operadores actualizar su equipo con el menor costo posible. Otra significativa es el módulo del inversor y del transpondedor que permite el cambio en caliente y también, de esta manera, el mantenimiento o la actualización de la fuente de poder sin necesidad de desconectar el suministro eléctrico.

La fuente se puede configurar con un transpondedor DOCSIS incorporado, un compensador de batería *AlphaGuard* completamente integrado y una tarjeta de aplicación interna que se puede adaptar según las necesidades para un uso óptimo.

Alpha además ofrece una línea completa de gabinetes especializados para montaje en poste o de piso, así como la batería *AlphaCell*, que ofrece tanto protección como energía de respaldo fundamental a la red.



La nueva fuente *XM3-HP CableUPS* de Alpha



products@tsl.co.uk



sergio@videocompany.com.br

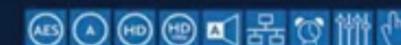
Innovation, Harmonisation, Simplification

TSL designs and manufactures leading edge Audio Monitoring Solutions to enhance your workflow and to help make program creation easier.

NEW Audio Monitor AVM-T-MIX

AVM-T-MIX is the world's first Touchscreen based rackmount audio monitor. Designed for use in creative operational locations throughout the TV Station or Outside Broadcast Truck; Now Producers, Directors, Editors, VT Operations, Production Assistants, Journalists and Talent have instant access to the audio they need at their fingertips.

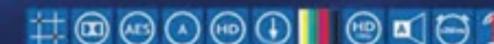
- 'Touch to Hear' User Interface
- Instant Snapshot Recall
- Snapshot 'Save and Clone' via USB Memory Device
- Audio Channel Mixing
- SDI, AES and Analog inputs
- Mono, Stereo and Multichannel Format Compatible



Precision Audio Monitoring - PAM Product Family

With more than a thousand PAM units in use around the globe, the PAM 1-3G8, PAM1-3G16 and PAM2-3G16 have become the audio confidence monitor of choice for many of the world's leading Broadcasters. Now available with a common feature set across all three models, PAM delivers both the technical analysis tools and audio fidelity required to ensure that your program content complies with local and international regulations.

- ITU-R BS1770-2 Loudness measurement as standard
- 8 or 16 Channel Bargraphs
- User Selectable Video Monitoring option with Metadata
- Downmixing
- SDI, AES and Analog Inputs
- Multichannel Audio Outputs

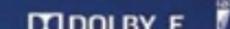


Audio Monitoring, Tally Systems and Power Management solutions

All products available from Video Company stock. Email: sergio@videocompany.com.br

Please contact our partner, Video Company for more information

Email: sergio@videocompany.com.br Tel: +55 21 2552 9666



To speak to TSL direct, please contact us: Email products@tsl.co.uk Tel: +44 (0)1628 676 221

NOVEL-SUPER TV: 60% DE MARKET SHARE EN CHINA, 4TO EN EL MUNDO

Tracy Yue Qian, CEO de Novel-SuperTV, afirmó a Prensario: 'Novel-SuperTV es el proveedor líder de CAS en China, con un 60% del market share, y ocupa el cuarto lugar a nivel mundial. Nuestra expansión en mercados extranjeros comenzó en 2009, pero estamos teniendo éxito con la expansión del mercado global de DVB CAS'.

Sobre la infraestructura de la empresa en el país asiático, Yue Qian destacó: 'Contamos con casi 700 empleados, la mitad de los cuales son desarrolladores de software y más de 150 ingenieros y técnicos en el equipo de soporte técnico. Estamos muy bien posicionados para sostener el crecimiento de nuestros negocios en el exterior. Sabemos que tenemos que desarro-

llar infraestructura local para proveer el nivel de soporte que nuestros clientes requieren'.

La ejecutiva señaló que los sistemas CAS de Novel-SuperTV son 'extremadamente seguros y robustos', y que están soportando operadores con millones de suscriptores—uno, incluso, con 8 millones— sin inconvenientes.

Entre sus ventajas añadió: 'Somos expertos en Simulcrypt, tenemos sistemas operando en esta modalidad. Además, hemos integrado más de 400 STBs de más de 200 fabricantes diferentes, lo que le brinda al operador un rango de opciones muy amplio en STBs, que van desde las cajas interactivas high-end, hasta las básicas de menor costo'.

'Nuestros equipos de desarrollo de software



Tracy Yue Qian, CEO de Novel-SuperTV

permiten realizar integraciones según las necesidades de cada cliente a tiempo y costos razonables. También proveemos EPG y SMS integrados y otras soluciones, pero el negocio principal es CAS'.

Sobre Latinoamérica, la ejecutiva afirmó: 'Vemos un gran potencial en la región a medida que los operadores continúan incorporando soluciones DVB CAS'.

Finalmente, la ejecutiva adelantó que estará asistiendo a Canitec en México, y se presentará en la ABTA de San Pablo.

PIT TELECOM INAUGURA SUCURSAL EN COSTA RICA



Jorge Boza

PIT Telecom, compañía con sede en Chile dirigida por Jorge Boza, anunció la construcción de un nuevo edificio corporativo compuesto por tres plantas y más de 900 m² de oficinas, para atender a toda la región.

La empresa completa

tres edificios en Chile, una oficina comercial en Perú y para los primeros meses de 2012 destacó la apertura de una sucursal en Costa Rica, para atender el mercado Centroamericano con más cercanía.

Jorge Boza comentó que desde hace 16 años, PIT Telecom es el brazo comercial en Latinoamérica de Hansen, cuyos productos conforman su oferta principal para toda la gama de TV por cable y DTH. Hansen es el fabricante chino líder en fabricación de cables

coaxiales de 75 y 50 ohm en toda Asia. 'Gracias a la representación de Pit, se ha posicionado como una de las marcas de prestigio entre los primeros lugares, junto a las marcas tradicionales. Eso en la unión de tener buen precio, calidad de producto y el servicio del equipo de PIT Telecom brinda para dar cubrir toda la región', destacó.

Entre las novedades de la empresa, Boza destacó la incorporación de Bull, marca de accesorios para la TV por cable y telefonía.

AMP: NUEVA GENERACIÓN DE TEJEDORAS EN LATAM

American Manufacturing Products (AMP) fabricante y distribuidor de alambre de acero inoxidable para su uso en equipos de tejido de cables, anunció el lanzamiento de una nueva generación de tejedoras con funciones y especificaciones para cubrir las necesidades del mercado latinoamericano a la que denominaron *La Bestia Amarilla*.

Este producto, desarrollado por AMP durante cinco años con un grupo de ingenieros, cuenta con cualidades para facilitar el trabajo de los usuarios.

Se trata de un equipo de 17 Kg, cuyas dimensiones son 48cm x 30cm x 28cm. Trabaja en mensajeros hasta 1/2" y permite realizar un tejido doble y sencillo gracias a su doble porta carrete. Permite tejer cable sencillo o grupos

hasta 76.2 mm (3 pulgadas).

Posee tracción en cualquier dirección, lo que hace que el operador pueda tirarla o jalarla sin problema desde cualquier dirección. También incorpora un sistema de rotación por arrastre del alambre, hace que este no requiera de la tensión de la máquina hacia abajo ya que solamente la tensión del alambre hace que rote con suavidad y genere la tensión adecuada.

Utiliza alambres de 1.14 -1.65 mm (0.045" -0.065") de diámetro y una longitud de 365 mt. (1.200 ft.), y su diseño cónico la hace fácil en su paso a través de ramas de árboles y arboustos. No requiere de mano de obra especializada para su reparación y mantenimiento.

Además, La Bestia Amarilla constará de un kit de reparación y de un explícito manual,

con el fin de eliminar la dependencia de un técnico especializado. Sin embargo, cuenta con asistencia garantizada en español para resolverle cualquier eventual problema.

Incluye un maletín de lona de la más alta calidad con paredes de polietileno endurecido y tratado para fuertes impactos, haciéndolo duradero y portátil.

AMP tiene planificado el lanzamiento para la venta de esta maquinaria para finales de septiembre de 2012, 'con un precio por debajo de los precios de los actuales equipos en el mercado'. Los interesados podrán contactarse a su oficina de ventas en México.



PERFECT VISION[®]
MANUFACTURING

- ✓ CALIDAD
- ✓ VALOR
- ✓ DISPONIBILIDAD
- ✓ COMPATIBILIDAD

SOLUCIONES DE CABLE & WIRE,
SERVICIO PERSONALIZADO Y ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS,
PEDIDOS RÁPIDOS Y EL PRECIO MÁS CONVENIENTE

NUESTROS CENTROS DE OPERACIONES EN EL MUNDO

United States (Little Rock, AR Corporate Headquarters), Canada, Great Britain, Europe, Russia, China, Nepal, India, Pakistan, Afghanistan, Malaysia, Philippines, Indonesia, Australia, New Zealand, South Africa, Latin America.

Oficina Central de Latinoamérica: +1 (501) 251-5960
México: +52 1 (55) 5030 0240
Centro América y el Caribe: +1 (501) 626-5940
Sur América: +54 9 3783 28 8020
www.perfect-vision.com - info@perfect-vision.com

Visítenos en EXPO CANITEC 2012
Stand #110

INTERNEXA INICIA OPERACIONES EN ARGENTINA

FOCO EN EL DESARROLLO DE INTERNET EN LA REGIÓN

Internexa, compañía especializada en infraestructuras y soluciones de conectividad en telecomunicaciones, anunció el inicio de sus operaciones en Argentina, donde proveerá servicios de transporte nacional e internacional e Internet, soportados sobre una red de fibras ópticas terrestres de 2577 Km., con salidas hacia Chile y Brasil.

La empresa, que ya opera en Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Chile y Brasil, comunicó que para los primeros cinco años de vida del proyecto, estará invirtiendo cerca de 40 millones de dólares.

Internexa opera la única red terrestre totalmente abierta para todos los operadores, de forma continua a lo largo de siete países de Sudamérica. Así, genera condiciones competitivas en los mercados donde tiene presencia. Con el ingreso de Argentina, la empresa operará un total de 21.712 KM de fibras ópticas

terrestres y unirá la región andina con la costa atlántica del continente.

Genaro García Domínguez, gerente general de la empresa, destacó: 'Argentina es un territorio clave en la estrategia de contenidos de la compañía. Actualmente, para poder acceder a los contenidos digitales alojados fuera de la región, es preciso viajar por sistemas de interconexión internacional hacia los grandes centros de tráfico del mundo y por ende, la información debe recorrer distancias más largas.'

'Internexa abrevia ese camino al migrar a Centros de Datos en América del Sur contenidos digitales producidos por los grandes generadores de contenido mundial. Así, los usuarios finales podrán acceder a esa información de manera

muchísimo más veloz a comparación de los tiempos actuales y con mayor eficiencia en el transporte', completó.



Genaro García Domínguez, gerente general de Internexa

García Domínguez explicó que la infraestructura orientada a operadores permite ofrecer una Internet más rápida y accesible. 'Para bajar un video de Internet, por ejemplo, nuestra propuesta es que ese tiempo pase de horas a minutos', afirmó.

'Promoviendo las condiciones propicias para alentar una verdadera Internet latinoamericana, tenemos el potencial de impactar positivamente en la calidad de vida de más de 380 millones de habitantes del continente', concluyó el ejecutivo.



Septiembre 20/21/22
Buenos Aires
Argentina

El encuentro más importante de la Industria Documental de Latinoamérica

2012 DOC MEETING ARGENTINA

The First Step for your DOC

- El Foro de Co-Producción más grande de Latinoamérica
- Rondas de Negocios
- Workshops y Conferencias
- Proyecciones
- Mercado
- 30 Países Participantes
- Representantes Internacionales de las Principales Televisoras, Productoras y Distribuidoras de Cine y TV

abierta inscripción

inscribí tu proyecto
pitching forum & one-on-one meetings
fecha límite Agosto 1° 2012

www.docmeeting.com.ar

Lo Último en Generación de ENERGÍA

El PODER de la Inteligencia



XM3-HP CableUPS® de Alpha

El XM3-HP CableUPS de Alpha combina los productos de energía de Alpha que son muy robustos, confiables y probados a través del tiempo con la inteligencia interna requerida por las redes interactivas de comunicación de alta capacidad y alta velocidad.

- > Energía Lista e Inteligente para Optimizar el Rendimiento
- > Monitoreo Líder en la Industria para Reducir los Gastos de Operación
- > Diseño Avanzado e Innovador para Maximizar la Eficiencia

¡Visítenos en el Expo Canitec stand n° 331!



www.alpha.com 800-322-5742



LA INSERCIÓN DIGITAL DE PUBLICIDAD

POR PATRICIO S. LATINI, DIRECTOR DE INGENIERIA DE PREVENTAS DE ARRIS

Durante mucho tiempo, una fuente de ingreso alternativa muy importante para las empresas de TV por cable ha sido la proveniente de la inserción local de publicidad. Desde los tiempos de la televisión analógica han existido plataformas que permitan el agregado de spots publicitarios comercializados por el operador.

La clave de estos sistemas de inserción analógica está basada en que el proveedor de la señal envíe un aviso, justo momentos antes de que esté por comenzar el espacio publicitario. Este aviso típicamente es llamado "cue tone", el cual es un tono DTMF que en la mayoría de los casos es enviado en el canal de audio secundario. Una vez recibido este tono, un detector alerta a la plataforma de inserción que debe iniciar la reproducción del comercial y conmutar de

y plataformas que permiten una inserción de publicidad 100% digital y los cuales serán listados a continuación.

Con el objetivo de estandarizar el proceso de inserción de publicidad digital, la Sociedad de Ingenieros de Telecomunicaciones por Cable (SCTE), definió hace tiempo dos estándares, el SCTE 35 y el SCTE 30. El primero se ocupa de proveer un remplazo digital a los tonos DTMF analógicos, mientras que el segundo se encarga de definir la mensajería entre el multiplexor, que pasa a ser ahora el punto de inserción, también llamado splicer y el servidor que almacena las publicidades localmente.

Todos estos componentes unidos, tal como se los ve en la Figura 1, permiten una inserción digital de forma eficiente y manteniendo la



Patricio S. Latini

calidad de la señal a lo largo de toda la red del operador de TV por cable. Asimismo, otra de las ventajas que permite la inserción digital es la posibilidad de segmentar por regiones o zonas específicas la publicidad a ser emitida permitiendo direccionar ciertos spots a ciertos usuarios. También es importante destacar que muchos proveedores de contenidos no han migrado todavía a estos estándares, enviando aún tonos analógicos. A esos efectos existen encoders que pueden realizar la detección de estos tonos y generar los mensajes SCTE35 permitiendo así evitar detectores externos que complican significativamente el cableado y agregan puntos extra de fallas.

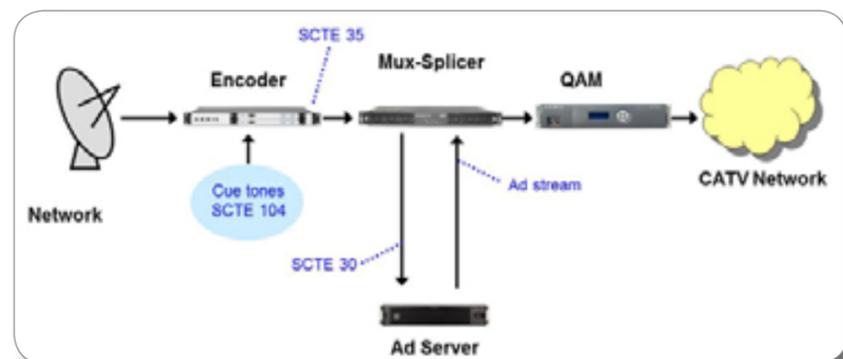
En conclusión, la inserción digital de publicidad es una alternativa muy interesante para operadores que han realizado o están considerando despliegues de televisión digital debido a que simplifica significativamente el proceso de implementación así como, al estar basado en estándares, permite la integración de diferentes vendedores reduciendo los costos del equipamiento.



Inserción Digital con mensajería SCTE35 desde Receptor Satelital

la fuente original a la fuente local. Un proceso similar ocurre para la conmutación de regreso a la fuente de origen.

En los últimos años la televisión digital ha ido ganando un terreno significativo por sobre la analógica y es completamente natural esperar tener la capacidad de insertar publicidad en estos canales digitales. A estos efectos y además con el objetivo de mantener un camino totalmente digital para las señales, sin necesidad de pasar por una etapa analógica de inserción, se han desarrollado estándares



Inserción Digital con Detección de tonos en el Encoder

PICO DIGITAL™ Soluciones Integrales



SVT Series | Multi-Format HD/SD, MPEG2/H.264 Transcoder

The **SVT Multi-Format Transcoder** is one of the most widely used transcoders in the world today. Processing thousands of channels, 24 hours a day, the SVT's proven performance and reliability meets or exceeds the demands of major broadcasters and service providers.

- Real time transcoding
- MPEG2/H.264, HD/SD television formats
- ASI and IP connectivity
- AFD, CC, DVB table pass-through
- Available in 2, 4, 6 or 8 channels models
- Front panel and Web Browser control
- Back up PSU option

Líder en los mercados de:

Telecomunicaciones, Banda Ancha, Satélite, Cable y Radio

Llámanos al **858-546-5050**
Número Gratuito **1-800-421-6511**

Visite nuestra página web para más información.

www.PICODIGITAL.com
sales@picodigital.com

ROHDE & SCHWARZ: PRECISIÓN, ECONOMÍA E INNOVACIÓN

Desde hace casi 80 años, **Rohde & Schwarz** destaca en la industria por sus cuatro pilares: Instrumentación electrónica, Radiodifusión, Comunicaciones seguras con Radiomonitorio y Radiolocalización, que atienden a diferentes segmentos del mercado. Líder en la fabricación de instrumentación electrónica para la telefonía móvil y CEM, provee también sistemas de transmisión y medición para la televisión digital terrestre.

Rohde & Schwarz cuenta con 8400 empleados y alcanzó en el ejercicio 2010/2011 (de julio hasta junio) una facturación de 1600 millones de euros.

Dave Benko comentó a PENSARIO durante la NAB de Las Vegas: 'Rohde & Schwarz es una empresa de alcance global, presente en más de 70 países a través de una tupida red de ventas y servicio de atención al cliente, lo que le permite estar siempre cerca de ellos. Su tasa de exportación ronda el 90%'.

La empresa mantiene su sede principal en Múnich (Alemania), y cuenta además con sendas oficinas regionales en EE.UU. (Columbia) y en Asia (Singapur) para la gestión complementaria del negocio. 'Como empresa de alta tecnología se nutre de la innovación. De ahí que dedique alrededor del 16 por ciento de la facturación anual a investigación y desarrollo', completó.

RADIODIFUSIÓN Y TECNOLOGÍA DE ESTUDIO

En la actualidad, prácticamente todas las redes de transmisión analógicas han sido reemplazadas por la radiodifusión digital terrestre.

Rohde & Schwarz se ha involucrado en este desarrollo desde sus inicios. La compañía está presente desde hace más de 60 años en el sector de radio y televisión. Más de 80 países utilizan sus transmisores e instrumentos de medición de para la televisión analógica y digital.

R&S soporta

los estándares digitales de radiodifusión más extendidos del mundo. 'En la región de América del Norte, por ejemplo, estamos presentes con el estándar de transmisión ATSC Mobile DTV, en Asia y América Latina con ISDB-T, y en Europa con DVB-T2. De cara a la televisión móvil, Rohde & Schwarz cuenta con la ventaja de poder combinar toda su experiencia y conocimientos en el ámbito de la radiodifusión y de la telefonía móvil'.

La empresa ofrece también instrumentos para la instalación, el mantenimiento y la supervisión de redes de radiodifusión, mercado que lidera con el analizador de TV R&S ETL. Rohde & Schwarz dispone además de las soluciones de medición adecuadas para los proveedores de TV vía satélite y por cable. 'Para los fabricantes de electrónica de entretenimiento, disponemos de equipamiento para el desarrollo y la producción de receptores satelitales y televisores, incluyendo también los nuevos formatos HD y 3D. La mitad de los decodificadores producidos en todo el mundo se someten a control con sistemas de Rohde & Schwarz', detalló Benko.

A fines de 2010, Rohde & Schwarz adquirió la empresa **DVS Digital Video Systems GmbH**, uno de los principales fabricantes de hardware y software para la postproducción profesional cinematográfica y de video del mundo. 'Una de las metas de esta cooperación es la transferencia tecnológica entre la tecnología de estudio y la de radiodifusión'. La experiencia y los recursos de ambas empresas conllevan además a formar grandes sinergias.

Con la adquisición en 2011 de **ipoque GmbH**, especialista en gestión de tráfico de Internet y monitoreo de redes, Rohde & Schwarz ha puesto pie en un nuevo segmento de mercado. Ipoque es un proveedor líder de soluciones de software que detectan, controlan y optimizan de forma eficaz aplicaciones de redes.

Otro de los especialistas en sistemas de Rohde & Schwarz es su afiliada **Gedis GmbH**. Gedis está especializada en sistemas de prueba automáticos (ATE) para pruebas de componentes y módulos electrónicos. La gama de productos abarca desde sistemas de prueba compactos para el control manual hasta sistemas en línea automatizados llave en mano.



Alejandro Cabrera, Ricardo Jiménez, Patricia Muhlbauer y Jurgen Nies de Rohde & Schwarz

En lo referente al área de radiodifusión, **Ricardo Jiménez**, gerente de ventas para Latinoamérica y el Caribe destacó: 'Estamos apostando muy fuerte en Latinoamérica, sobre todo en lo referido a mi división, Broadcast. Desde hace un año empezamos a trabajar muy de cerca con nuestros representantes y distribuidores y estamos comprometidos a pleno con el desarrollo de la región, de hecho se están por abrir dos fábricas para atender a América, una en Brasil y otra en Centroamérica. Estaremos en condiciones con ambas fábricas de asistir más rápidamente a nuestros clientes.'

'Para la región estamos presentando dos nuevas soluciones el transmisor de baja potencia: *R&S SLx8000*, y el transmisor de alta potencia *R&S THU9*. Estas familias de transmisores ofrecen al mercado latinoamericano unos de los productos más económicos y más eficientes (consumo energético) del mercado', comentó.

El transmisor de alta potencia *R&S THU9* ayuda a los operadores de red a trabajar de una forma más económica y a reducir los gastos energéticos y de infraestructura: logra un rendimiento de hasta un 28% mayor en la nueva versión ISDB-TB. Además, tiene el diseño de sistema más flexible de su clase. Con una potencia de salida de hasta 15 kW en un bastidor para ISDB-TB, el *R&S THU9* produce la densidad de potencia más alta existente actualmente en el mercado, ofreciendo máxima potencia de transmisión en poco espacio.'

'Ya se han vendido las primeras unidades en la región, a pesar de tener que importarlos, su precio es tan competitivo que rivaliza perfectamente con otros transmisores que ya son fabricados en la región, obteniendo un producto de máxima calidad a precios muy convenientes', concluyó Jiménez.



Transmisor ISDBTB



Headquarters de R&S en Munich

Multicom: una explosión de calidad y valor

Soluciones diseñadas para satisfacer sus necesidades en la industria

Linea de componentes activos y pasivos. Además fibra óptica Multicom, video HD, voz y datos de distribución para todas las redes



Cable de fibra óptica

ADSS • Armada • Tubo Suelto (Loose Tube)



Nodo óptico de 4-puertos exterior



Cables coaxiales y conectores



• RG-59, 6, 11 & Cable troncal • Cable con mensajero • Tri-Shield • 60, 90% Braid

Llame ahora a Multicom, donde podemos ayudarle con equipos desde la cabecera, redes de distribución hasta el usuario final. Siempre los mejores precios.



Multicom mantiene en stock más de 13000 productos provenientes de los 270 fabricantes principales de la industria. Estos productos se utilizan para adquirir, procesar, y distribuir señales de televisión, data, voz, seguridad y señales inalámbricas, a través de fibra óptica, cobre y coaxial.

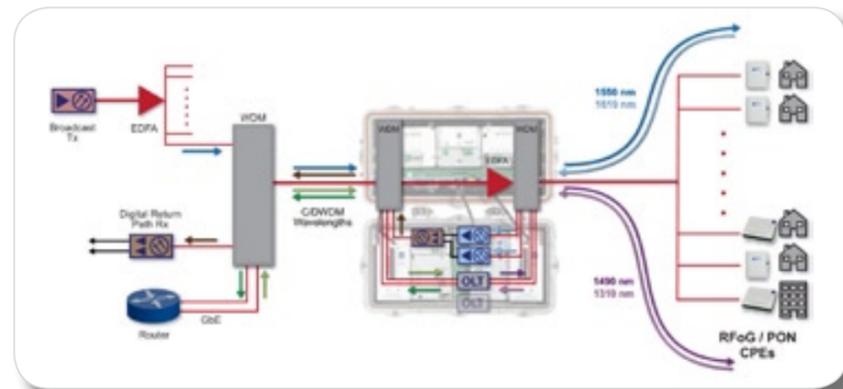
www.multicominc.com 407-331-7779

ENTREGANDO QoS Y QoE EN UN MUNDO LLENO DE SUSCRIPTORES CON CONOCIMIENTOS TECNOLÓGICOS



Humberto M. Valdes

POR HUMBERTO M. VALDES, LATIN AMERICA FIELD SERVICES MANAGER, AURORA NETWORKS



NEGOCIOS RIESGOSOS: MAYORES DEMANDAS Y DESAFÍOS DE QoS Y QoE

Si bien la calidad de servicio (QoS) es una expectativa de la industria y tiende a basarse en mediciones técnicas, los operadores han encontrado que la calidad de experiencia (QoE) que un abonado recibe depende en gran medida del entorno técnico actual. Al mismo tiempo, esto ha elevado el nivel de exigencia de los clientes en cuanto a calidad de servicio y calidad de la experiencia recibida por parte de los proveedores de servicios como resultado de la interactividad y el crecimiento de la combinación actual de servicios lineales y no lineales.

Este surgir de nuevos e innovadores servicios se ha traducido en el reconocimiento universal de que con el fin de reducir la pérdida de clientes y mantener su nivel de satisfacción, los operadores deben implementar procesos y sistemas para monitorear QoS y QoE. Adicional a esto, existen riesgos que los operadores podrían enfrentar si esto no se lleva a cabo. Estos riesgos van desde la publicidad negativa hasta la alta rotación de clientes y la disminución de rendimiento en la inversión en nuevos servicios y tecnología.

Un conflicto clave con respecto a calidad de servicio y calidad de experiencia es la forma en que los operadores de cable están enfrentando los desafíos del Upstream. El aumento del número de redes sociales en línea (por ejemplo, YouTube, Facebook) que se centran en el intercambio de fotos y videos ha aumentado la necesidad de velocidad para subir información. Esta necesidad se ha convertido en un requerimiento para que los proveedores

puedan mantener el nivel de satisfacción del cliente en relación con la calidad de servicio y calidad de experiencia. La percepción es que si los operadores no toman medidas para garantizar que los procesos adecuados y sistemas para vigilar las funciones de QoS y QoE, pronto se encontrarán en un abismo que puede incluir la pérdida de clientes así como su financiación.

ENTREGANDO Y CUMPLIENDO LAS DEMANDAS DE QoS / QoE

QoS y QoE están muy ligadas a la capacidad dedicada por abonado. Es crucial proporcionar ancho de banda suficiente para soportar el negocio, suministrar demasiadas cosas demasiado pronto, puede resultar muy costoso. Los avances en tecnologías de múltiples longitudes de onda de espectro completo han allanado el camino para que los operadores puedan explotar más su planta de fibra existente, sin necesidad de costosas construcciones (las cuales requieren de mayores tiempos de implementación). Sistemas de múltiples longitudes de onda de espectro completo en la banda "S" permiten a los operadores multiplicar (hasta ocho veces) la capacidad de difusión restringida de su planta de 1310 nm. Un mayor desarrollo ha permitido la introducción de una tecnología similar para la banda "C" de esta ventana. Ahora, con un máximo de 16 longitudes de onda y con soluciones comerciales tanto directamente moduladas, como moduladas

externamente disponibles en el mercado, los operadores tienen la opción de elegir exactamente lo que hace mas sentido para su red actual. Y, por supuesto, con una arquitectura de superposición con Broadcast / Narrowcast, los operadores tienen lo último en flexibilidad - hasta 40 longitudes de onda disponibles, con capacidad para grandes distancias.

El Upstream sigue siendo un desafío mayor para los operadores. De por sí, la ruta de retorno es limitada y las demandas sobre esta siguen creciendo. Con el crecimiento de aplicaciones bidireccionales más rápidas y más fiables, los operadores de cable han empezado realmente a desafiar al Upstream. Ya no se trata sólo de la capacidad, también es importante tener un alto rendimiento. Cada vez más operadores están implementando el retorno digital como estándar. Se ha visto que esta es la única tecnología que proporciona tanto el rendimiento como la flexibilidad hacia el futuro que se requiere en las redes. Hoy en día, nadie quiere implementar una solución que tendrá que ser "arrancada y sustituida" cuando sea necesario incrementar las velocidades de upstream, o cuando un nuevo servicio sea requerido. Y las últimas plataformas digitales de retorno son realmente a prueba de futuro, con actualizaciones sencillas para soportar un retorno mayor, de 5 a 85 MHz (e incluso más), soporte para 1024-QAM y un rendimiento de hasta 600 Mbps.

La percepción ha sido varias veces que el retorno digital es más caro que el analógico.

SU FUENTE DE INFORMACIÓN TOTAL

Mantenimiento de la Vía de Retorno

Guardian System II

Sistema integrado de Hardware y software que entrega un paquete increíblemente flexible de protección de redes a un precio muy accesible. Usted puede administrar completamente la Vía de Retorno de manera eficiente analizando la performance desde la casa del usuario hasta la cabecera del operador.



Administración de Detección de Fugas Automatizada



Seeker GPS System

La solución automatizada de Trilithic lo ayuda a mejorar la eficiencia de cada uno de los aspectos del proceso de administración de fugas de RF, desde el monitoreo de fugas a la detección y administración de datos, con reparación de manera rápida y eficiente de todos los procesos, mediante un preciso sistema de navegación GPS.



adelantese al futuro.

Latino America:
jvazquez@jpm-communications.com
Tel: 614.505.7800

México:
gleon@jpm-communications.com
Tel: 52.55.5396.1094

Colombia:
scorredor@instrumentacion.com.co
Tel: 57.1.612.1313 ext. 150

Peru:
ialvarez@telmarkperu.com
Tel: 51.1.225.5865 / 51.1.225.5826

Brasil:
hneumann@trilithic.com
Tel: 55.21.3353.1604 / 55.21.8126.3406

ENTREGANDO QoS Y QoE EN UN MUNDO LLENO DE SUSCRIPTORES CON CONOCIMIENTOS TECNOLÓGICOS



solución más rentable para implementar en las zonas urbanas y suburbanas, pero RFoG está optimizado para los entornos rurales.

RFoG es la solución más amigable con el cable de fibra hasta el hogar (FTTH). Sí, esta implica tender fibra hasta la ubicación del abonado, pero con RFoG, un operador puede seguir haciendo uso de todo el equipo de cabecera ya instalado - incluyendo toda la inversión en equipos DOCSIS y los sistemas de aprovisionamiento en back-office. El suscriptor recibirá los mismos servicios que los de actualmente recibe por la

red de cable coaxial tradicional, solo que a través de fibra.

Aprovechar algunas de las nuevas tecnologías que ayudan a optimizar la red es otra manera de afrontar el reto. Una de estas tecnologías es QAM Edge distribuido o QAM desde el nodo. QAM desde el nodo puede ofrecer hasta 158 canales de QAM de RF modulados desde el nodo. Esta tecnología es compatible con los objetivos de la Plataforma de Acceso Convergente de cable (CCAP), iniciativa puesta en marcha por CableLabs y que es una solución muy rentable. Adicional a esto, a medida que los Edge QAMS existentes alcanzan su capacidad, los operadores de cable ya no se necesitan implementar voluminosos y costosos equipamientos en su cabecera para garantizar el crecimiento. Usando módulos de QAM desde el nodo, QAMS pueden ser asignados y configurados en una base de nodo

por nodo, a medida que las necesidades del servicio surgen y cambian. Los operadores tienen la flexibilidad para reaccionar ante el crecimiento, independientemente de si se trata de IPTV, datos, contenidos de alta definición o vídeo bajo demanda.

Las tecnologías PON unificadas (EPON y GPON) son otra solución clave que permite a los operadores de cable ofrecer calidad de experiencia (QoE) y calidad de servicio (QoS) para el abonado comercial exigente. Estas tecnologías soportan aplicaciones de servicios empresariales altamente lucrativos a través de plataformas con cabeceras, hubs PON basado en nodo de ultra alta velocidad, por medio de una sola red. Con los módulos de PON diseñados para la plataforma del nodo, los operadores de cable pueden dirigirse de forma selectiva a los suscriptores comerciales, lo que resulta en una puesta en escena costo-efectiva y la implantación de un flujo de ingresos potencialmente nuevo.

LOGRANDO LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La creciente popularidad de los servicios de vanguardia ha dado lugar a clientes cada vez más exigentes en cuanto a la calidad de experiencia (QoE), con expectativas crecientes con respecto a la calidad de servicio y calidad de experiencia recibida de los proveedores de servicios. Dado que la calidad global toca directamente a los clientes, es importante que los operadores de cable utilicen las soluciones que ofrecen los más altos estándares de QoS y QoE. Los operadores necesitan continuar incrementando el ancho de banda por abonado, con el fin de prosperar, proporcionando una escalabilidad y flexibilidad de capacidad, de la manera más costo-efectiva.

ANTRONIX: LÍDER EN TAPS

Milton Ulua destacó a Prensario que Telefónica vino construyendo su red en Lima y Cusco en todo el 2011, y que toda la planta externa es de Antronix con sus taps. Otro cliente grande es Cablevisión del Distrito Federal de México, que hace la reconversión de su red también con la compañía.

En Brasil, otros dos clientes grandes que lo Prensario Internacional

eligieron son Net Servicios y Embratel. Ulua explicó que la ventaja de la marca como líder en taps es que permite acondicionar la señal de retorno, además que el precio es bastante competitivo. Eso con el aval de ser fabricantes y tener la calidad reconocida de siempre.

Antronix se presentará en Canitec, donde exhibirá su línea completa de taps.



Milton Ulua

Es fácil reconocer quien utiliza antenas PRG

Innovation



Modulador Adjacente 19"



Amplificador de Línea



Booster UHF Doble Voltage 26dB / 36dB



Extensor de Control Remoto



Mecclador



Conectores "F" Compresión



Divisores 1GHz Solder Block



Pinza de Compresión RG59 e RG6 Fechamento 20.3mm



Pinza Pelacable Ajustable RG59 e RG6 Ajustável



www.proeletronic.com.br

@proeletronic

Proeletronic



Antenas para TDT (Televisão Digital Terrestre)



Fabricante Argentino de cables coaxiales flexibles

Y la más completa línea de equipamiento para:

- Cabezales de CATV, Analógicos y Digitales
- Redes de Fibra Óptica
- Redes Coaxiales y todo su equipamiento
- Instalaciones domiciliarias.
- Internet



Sucursal Córdoba:
 Boulevard Los Granaderos 2722
 Córdoba
 Tel.: +54 0351 598 0084
 wtsucursalcordoba@arnet.com.ar

Casa Central:
 Domingo French 831 - Villa Martelli
 Pcia. de Buenos Aires
 Tel.: +54 11 4709 6650
 ventas@wiretechsa.com.ar

Wire Tech International Inc.:
 Ventas FOB
 vmarcarian@wiretechsa.com.ar
 Tel.: +54 11 4709 6650

www.wiretechsa.com.ar



Intraway

Provisioning Suite



CONOCEMOS LOS DESAFÍOS DE AMÉRICA LATINA

Encuentrenos en
Tepal
Booth #11

Provisioning y Gestión Integrada de Todos los Servicios



Visítenos hoy mismo en www.intraway.com

MEDIA NETWORKS: GO DIGITAL MUESTRA SU POTENCIAL EN CENTROAMÉRICA

SOLUCIÓN INTEGRAL PARA OPERADORES ANALÓGICOS

Media Networks Latin America (MNLA) presentó su solución integral *Go Digital* que favorece a los operadores en su salto a la digitalización, 'para concretarlo de manera rápida, eficiente y a costos competitivos', como lo describió Oscar Castillo, gerente de Comercialización de

MNLA, unidad B2B de Telefónica Digital que provee servicio mayorista de TV paga e Internet satelital, producción de contenidos y ad sales a operadoras de toda la región.

'*Go Digital* se enmarca dentro del modelo llave en mano de marca blanca de Media



Oscar Castillo, gerente de Comercialización de MNLA

Networks, que se ajusta a las necesidades de cada operador y permite a cada empresa usar su propia marca y desarrollar una estrategia comercial y de operaciones enfocada en sus clientes', completó.



Y añadió: 'La solución tiene un potencial enorme en la región, ya que las cableras tendrán la facilidad de digitalizar sus servicios bajo nuestra plataforma satelital, sin tener que invertir en un head-end propio sino a través de nuestra solución. Esto implica menor inversión tanto para implementar la plataforma como para el mantenimiento de ésta'.

'Entre otros beneficios, la digitalización permite a los operadores de cable liberar un espacio considerable de red para incluir más canales y les abre la posibilidad de ofrecer servicios Premium y HD'.

Por último, Oscar Castillo explicó que los operadores que eligen *Go Digital* tienen a su disposición un portafolio de valor flexible de más de 400 canales SD y HD, así como la gestión de la plataforma y la evolución del producto'.

Media Networks es una unidad B2B de Telefónica Digital que provee servicios a operadoras de TV paga e Internet Satelital de Brasil, México, Chile, Colombia, Argentina, Ecuador, Bolivia, Venezuela, Centroamérica y Perú, donde se encuentra su telepuerto regional.

Real World Security Solutions for Your DVB Network

erimatrix

www.verimatrix.com/DVB

verimatrix
Beyond Content Protection to Revenue Security™

Modems que zumban

Con Menos aleteo

Encienda su presupuesto con grandes resultados.

Antronix **E-Option** es la solución más económica y eficiente en el mercado de la señal de retorno acondicionado hoy día.

La flexibilidad en nuestros enchufes y el intercambio en las tapas permiten mitigar el ruido en su origen, obteniendo así niveles óptimos de la señal, mejora de C/N y una respuesta plana sin necesidad de interrumpir la red o con rediseños costosos. Ya sea con el legado de retorno en banda o cambios en el mañana, E-Option ofrece una gama de soluciones para mantener su módems zumbando ahora y en el futuro, con menos aleteo de su equipo de campo.

Porque los retornos felices hacen abonados de datos felices. Y los abonados de datos felices hacen retornos felices. **Que dulzura**

ANTRONIX
CONNECTING THE WORLD OF COMMUNICATIONS

1-901-409-3324 • 1-609-860-0160 • ventas@antronix.net • www.antronix.net



Entrega de Video IP Múltiple Pantalla

Transcoding. Packaging. Ad Insertion.

No importa si necesitas entregar video a smartphones, tablets, PCs, TVs o talvez a todos, RGB Networks puede ayudar a dejar tu despliegue mucho más sencillo minimizando posibles dolores de cabeza operacionales.

RGB ofrece la única solución con capacidad y escalabilidad para soportar las demandas de los proyectos en múltiple pantalla—grandes o pequeños. La confiabilidad y gerencia de la plataforma modular Video Multiprocessing Gateway (VMG) de RGB, combinada con una solución integrada para transcoding, empaquetamiento y capacidad de inserción de comerciales en bitrate adaptativo, proveen una solución ideal y transparente en la entrega y generación de ingresos en servicios de video de calidad premium.

Sus abonados están demandando por video en cualquier dispositivo. Aprenda como puedes entregarlos con la oferta única de RGB.



Aprenda más en nuestro website y blog: www.rgbnetworks.com/blog
Visítenos en Expo CANITEC booth #236 en Acapulco.

Aplicaciones - Edificios Multifamiliares, Hoteles & Condominios

Disponibles
en Inventario
en AMT!

Terrace 1200

* Terrace 600 Gateway Digital a Análogo

El Terrace 1200 & Terrace 600/600HF son unidades compactas y economicas que permiten recibir servicios QAM Encriptados, estos son Des-Encriptados utilizando CableCards, hasta un total de 72 servicios análogos en RF en el Terrace 1200 y un total de 36 servicios en RF análogo para el Terrace 600. El modelo Terrace 600HF ofrece una expansión adicional para 36 servicios extra al operarlo en conjunto con el Terrace 600.

Terrace QAM - Edge QAM

El Terrace QAM es ideal para operadores que requieran recibir servicios QAM Encriptados y entregar QAM Des-Encriptados utilizando CableCards. Se ofrecen dos versiones para 24 o 60 servicios.

Concierge IP a QAM Gateway

El convertidor de alta densidad Concierge IP a QAM es ideal para operaciones donde se necesiten entregar servicios Free to Guest, modulación QAM tradicional o servicios VOD ya sea SD o HD

CableVista - Edge Decoder

El CableVista IP a Análogo o Banda Base provee decodificación MPEG2, modulación y conversión hasta 24 canales NTSC en un chasis de una unidad de rack. Cuenta con varias opciones como módulos para redundancia.



Para mayor información, llame al 954.427.5711 o visite amt.com

PROGRAMADORES DEBATIERON SOBRE PIRATERÍA EN LA III CUMBRE CERTAL EN MIAMI

Certal junto a la Federación Latinoamericana de Magistrados (FLAM) y la Universidad de Miami realizaron la III Cumbre de Medios de comunicación y propiedad intelectual, del 1 al 3 de mayo en Miami, que culminó con una charla sobre piratería en las instalaciones de Discovery Channel de esa ciudad.

Titulada *Mesa de Propiedad Intelectual, Piratería desde la Visión de los Programadores*, la charla contó con la moderación de Alejandro Harrison, CEO de Pramer Argentina, y la

participación de Enrique Martínez, presidente y director general de Discovery Networks Latin America/US Hispanic, Gustavo López, VP regional de DLA/USH, Lorenzo Rainer, director sénior de asuntos legales y de negocios de HBO Latin America, y Ana Siegel, SVP de Fox Latin American Channels y Francisco Escutia, director ejecutivo de la consultora LAAPIP (Latin America Anti-Piracy and Intellectual Property Consulting).

La mesa debatió sobre las nuevas acciones



La Mesa de Propiedad Intelectual, Piratería desde la Visión de los Programadores, contó con la moderación de Alejandro Harrison y la presencia de programadores de la región

de piratería en la región y la falta de leyes que apoyen a las señales en su defensa, en presencia de juristas, políticos y medios de comunicación de Europa, América Latina y EE.UU.

Ooyala: CINCO ESTRATEGIAS PARA UTILIZAR VÍDEO EN LÍNEA

Ooyala provee soluciones de video online para compañías de medios en todo el mundo, en un momento en el que el consumo del video en línea crece rápidamente, con 500 millones de televisores conectados, 326 millones de tablets y casi 1000 millones de televisores inteligentes proyectados para 2015.

En México, el video en línea ha aumentado más del 80% con respecto a las cifras

del año anterior. 'Los modelos de negocios para la televisión ahora deben tener muy en cuenta este cambio, ya que los consumidores tienen ahora un mayor control de su experiencia visual', afirmaron desde la empresa. Para marcar la diferencia con la competencia, Ooyala desarrolló cinco estrategias que las compañías de medios líderes a nivel mundial están utilizando para ganar este segmento y sacar el

máximo beneficio de sus contenidos.

Entre ellas, destacó el descubrimiento y recomendación de contenidos relevantes, el uso del grafo social para el descubrimiento de video, la mejora de la experiencia del usuario ofreciendo video a múltiples dispositivos, la maximización de los ingresos a través de video, el mejor entendimiento a la audiencia mediante estadísticas en tiempo real.



PIT
TELECOM

Coyhaique # 1513, San Miguel Santiago, Chile
Tel.: (56-2) 7916122 / 3121379
info@pittelecom.cl | www.pittelecom.cl

Plataforma de Pruebas Masivas para Cable Módems y EMTAs



Cable Modem Test Platform

- Solución completamente escalable para probar CPEs en el depósito, ya sea en pequeñas o grandes operaciones
- Diagnostica cualquier tipo de cable módem, EMTA, o módem router de cualquier marca y modelo
- Realiza pruebas automatizadas en lotes de hasta 48 unidades
- Efectúa pruebas telefónicas completas para los EMTAs
- Permite una operación sencilla por personal no-técnico
- Genera reportes completos para control de inventarios y proceso de RMA
- Reduce los costos de reciclaje y devolución de CPEs

CMTM es el equipo de prueba líder en el mercado, y el único capaz de probar módems hasta DOCSIS 3.0.

Soluciones para datos, voz y video sobre cable

Promptlink Communications
4005 Avenida de La Plata, Oceanside, California 92056, USA
+1 760 688 4022 ext. 726
www.promptlink.com



MOBILE WEBVIEW



CHANGE THE WAY YOU MAINTAIN YOUR NETWORK

Hunter usa Radar Technology para encontrar exactamente la causa y la localización del problema, sea Analog CPD, Digital CPD, acceso, o impulso de ruido.

01 Encontrando el error
Hunter identifica la zona de la red donde se encuentra el error.

02 Pinpoint la fuente
Utilizando la Quiver móvil, los técnicos pueden localizar el punto exacto del CPD.

03 Solucionando el problema
Con localización precisa del CPD, los técnicos disminuyen, sustancialmente, el tiempo de solución del problema.

ARCOM
DIGITAL

www.arcomlabs.com

GRUPO AEF: 'NUESTRAS AUDIENCIAS SE HAN DUPLICADO EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS'

El grupo **Audiovisuel Extérieur de la France** (AEF) surgió a partir de la fusión entre la señal **TV France 24** y las cadenas de radio **RFI** y **Monte Carlo Doualiya**. **Claire Marous-Guivarch**, directora de Estudios y Relaciones con la audiencia de AEF, adelantó a **PRENSARIO**: 'Cada semana, TV France 24 suma 45,4 millones de telespectadores, RFI 40,5 millones de oyentes, y Monte Carlo Doualiya 7,9 millones. Nuestros sitios Internet, atraen 8 millones de visitantes únicos. Nuestras audiencias se han duplicado en los últimos tres años', detalló.

En cuanto a la distribución en el continente americano, Marous-Guivarch comentó: 'France24, que transmite simultáneamente en francés, inglés y árabe, lanzó su distribución en inglés en América del Norte, en abril 2010, por el satélite Galaxy 23. Luego en julio de ese año lanzó la señal en francés para toda América Latina por el satélite Intelsat 9, cubriendo todo el continente'.

'Desde entonces, hemos concluido varios acuerdos en EE.UU. para el cable con **Time Warner Cable** a NYC, para el satélite DTH con **Dish Network** en Pay y free TV, y también con varias plataformas digitales (DTT) en Atlanta y Filadelfia'.

'Hemos alcanzado los 10,8 millones de hogares cubiertos en Estados Unidos. En América Latina, France24 tiene acuerdos en Argentina, Chile y Uruguay. La distribución de France 24 ha visto un alza de 2,1 millones de hogares en esta región, de los cuales 1 millón de hogares en el Brasil, en recepción móvil'.

RFI cuenta hoy con 13 repetidoras FM que transmiten sus programas las 24 horas del día en el continente americano en países como Bolivia, Chile, Ecuador, la República Dominicana, Jamaica y Haití; pero también en la Guyana francesa. De forma paralela, una red de más 240 radios asociadas efectúan transmisiones parciales en RFI en cientos de frecuencias FM o AM de todo el continente.

Claire Marous-Guivarch explicó que muchos de los principales operadores que proponen paquetes de señales audiovisuales por abono en esta región ofrecen hoy a sus clientes un canal audio de RFI 24h / 24, generalmente en abono básico. Este es el caso, por ejemplo, de **DirecTV** Latin America, cuyos 3,8 millones al paquete DTH DirecTV Panamericana reciben RFI en español en América del Sur, o

en portugués y francés, vía **Sky Brasil**, que acaba de sobrepasar los 4 millones de hogares abonados en ese país. En Brasil, también es posible escuchar ese mismo programa de RFI en portugués y francés gracias a **Net Serviços** en 40 ciudades.



Claire Marous-Guivarch

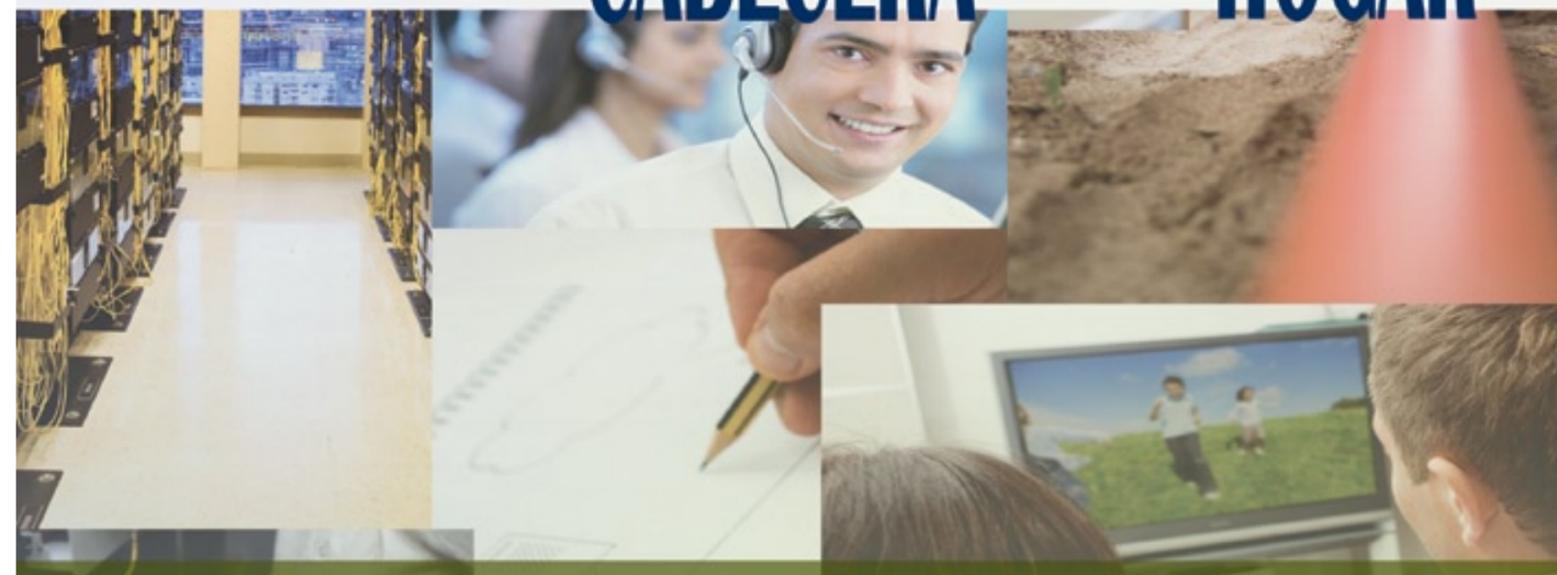
'Más al norte, RFI transmite las 24 horas en francés mediante el acuerdo con **CanalSat Caraïbes** en todo el Caribe, por **Dish Network** en Estados Unidos, o con los operadores líderes en Canadá (**Telus, Bell Fibe y Bell Sat, Shaw Direct, Vidéotron, Cogeco**, etc.)', agregó.

Gracias a la asociación con **WRN**, una hora de noticias en inglés de RFI es transmitida cada día para los abonados al operador de transmisión de radio por satélite DTH SiriusXM, disponible para más de 22 millones de abonados en Estados Unidos y Canadá. 'Esas cifras no cesan de aumentar gracias a nuevos vectores como la telefonía móvil (como en el caso del operador americano **AudioNow**, que transmiten Monte Carlo Doualiya y RFI en varios idiomas en todos los Estados Unidos)'.

Y añadió que ocurre algo similar en lo que respecta a los nuevos operadores en IP, que se interesan a los contenidos de radio. 'RFI y Monte Carlos Doualiya acaban de lanzar varios programas 24h / 24 en para los clientes abonados en IP al paquete **MyAfricanPack**, de **Global Networks Communications**, y a **EnovativeTV** en Estados Unidos y el Canadá'.

Finalmente remarcó: 'Las cifras de audiencia de France24, RFI y Monte Carlo Doualiya se ven respaldadas en las Américas con la descarga de las aplicaciones móviles y con las conexiones a los sitios web dada la fuerte penetración y la importancia tráfico Internet fijo y móvil en esta región. Vale subrayar que las visitas originadas en el continente americano –principalmente en América del Norte– promedian 1/4 del tráfico Internet de los sitios del AEF'.

DESDE LA CABECERA HASTA EL HOGAR



TVC OFRECE SOLUCIONES QUE GENERAN INGRESOS...

Sistema de Boletín: La Solución Confiada para Notificaciones Dentro del Navegador

PERFTECH

Llegue a cualquier suscriptor, donde quiera que naveguen

- Aumente la interacción con sus abonados enviándoles mensajería directa dentro del navegador
- Mantenga a sus abonados informados, comprometidos, y sensibles
- Anuncie nuevos productos, servicios, y promociones
- Envíe alertas de tiempo crítico concerniente a utilización de ancho de banda, infecciones de virus, y otros asuntos de servicio
- Ahorre dinero y genere nuevos ingresos con aplicaciones del Sistema de Boletín



www.perftech.com



salescala@tveinc.com www.tvclatinamerica.com

Entregando Productos, Conocimiento, Servicio y Experiencia



High-power multiple output EDFA

- Adopt erbium ytterbium-doped double-clad fiber technology
- 4-32 way output is optional, maximum output power up to 2W
- Low noise figure: 0dBm input is less than 5.0dB
- Back up power supply with Hot-pluggable: mixed insertion 220VAC and -48VDC
- Built-in standard II network management responder, support Ethernet interface and RS-232 communication interface
- The whole consumption could be lower because of Intelligent temperature control system
- Adjustable when output power is 0-3dB



High frequency EOC product

- Adopt MOCA technology programme, maximum is 23
- Frequency point is available
- High receive sensitivity, maximum link attenuation is up to 65dB
- Strong network business functions, support VL AN and three-level Qos queues
- Provide a Console, Telnet and SNMP
- Management and support remote update

Low frequency EOC product

- Adopt Home Plug AV technology, high efficiency transmission, low Out of band interference
- Adopt OFDM modulation technology, strong anti-jamming capability link
- Maximum attenuation is up to 60dB
- Support CoS and ToS packet classification and VLAN label
- Support port-based flow control and SNMP network management agreement



Intelligent optical receiver with remote control WR1001J

- Advanced control technology of Optical AGC, when input power is -7~+2dBm, output level remained unchanged, CTB, CSO unchanged
- Forward frequency extension to 1GHz, gallium arsenide chip with high performance and low power consumption as RF AMP, maximum output level is up to 104dBu
- EQ and ATT adopt professional electronic control circuit, more accurate to control, more convenient to operate;
- Built-in standard II network management responder, support remote network management
- Compact structure, easy to install, the first FTTB CATV network equipment
- Built-in high reliability and low-power power supply

Return outburst bidirectional optical receiver

- Adopt advanced RFOG technology, reduce forward convergence noise by return laser working in "burst" mode
- Adopt advanced RF power detection technology, precisely control "breaking" of return laser
- Adopt Transceiver integrated optical devices with built-in optical isolator, conserve the fiber resources effectively because of single-fiber bi-directional transmission
- Minimum return received optical power is up to -6dBm



HANGZHOU PREVAIL OPTOELECTRONIC EQUIPMENT CO.,LTD
 ADDRESS: Industrial Development Zone, Guali Town, Xiaoshan District,
 Hangzhou City, Zhejiang, China.
 TEL: 13858131292 0571-82559907 FAX: 0571-82551107
 EMAIL: necy-xu@prevail-catv.com
 Http://www.prevail-catv.com

Bring You Digital Life!

- **Full STB Series:** DVB-C, DVB-S/S2, DVB-T/T2, ISDB-T, IPTV, Hybrid, OTT
- **Broadband Series:** EOC Master, EOC Slave, Cable Modem
- **Head-End Series:** SD & HD Decoder, Encoder, Transcoder
- **Smart TV Series:** 24" , 32" , 42" , 55" LED Display
- **Mainstream CAS Supported:** Communicate, Conax, Irdeto, Nagravision, NDS, Verimatrix, Viaccess etc.



Booth NO. : Hall10 - K60



Booth NO. : SU6202



Booth NO. : 4T4 - 01



Booth NO. : F7



Shenzhen COSHIP Electronics CO., LTD.

Address: Rainbow Bldg., North , Hi-tech Industrial Park, Nanshan District, Shenzhen, P.R.China.518057

Tel: +86-755-2699 9288 Fax: +86-755-2672 2666 Email: sales@coship.com www.coship.com SZSE Stock Code:002052



Sistema De Acceso Condicionado de Alta Seguridad CTI-CAS



- Soporta soluciones con Chipset de Alta Seguridad
- Llaves de encriptación multicapas
- Contra piratería tipo CW compartida
- Tarjeta Maestra-Esclava
- Emparejamiento de caja con smartcard
- Soporta pago a través de SMS
- Soporta modas de pago como PPV, IPPV, IPPV-T
- Función de Pre-encriptación, soporta aplicaciones como VOD, PVR, Time-Shift TV, etc

Otros productos: Hardware SI-EPG Mosaico, Video Servidor, Difusion de datos, Push VOD, etc

*Compatible con los estándares DVB

*Casos de éxito en más de 70 países

*Soporte técnico en línea 7x24

*Nunca ha sido hackeado

*Integración con SMS, STB y dispositivos de Multiplexación e encriptación



Communicate Technologies Inc.
Address: No. 901-905, Office Building B Maples International Center, No.32 Xizhimen North Street, Haidian District, Beijing 100082 P.R.C
Tel: +86 10 62272800 Fax: +86 10 62277908 E-mail: international@cti.com.cn Website: www.communicate.cn

Ver el Mundo con Jiuzhou



- Support Conax security CAS with chip-pairing
- Support twin tuner USB PVR
- Support MPEG-2/MPEG-4, H.264 decoding



HD MPEG-4/H.264 DVB-C with Conax7.0



Fornecedor para equipamentos de TV digital

Escritório no Brasil: Edifício Corporate Plaza, Av. Ibirapuera nº 1119, sala 2907, São Paulo, Brasil
Contato: Mr. Alex Deng
Telefone: 0055-11-50539802(Brazil) 0086-816-2468774(China)
Móvel: 0055-11-61642888(Brazil) 0086-139-81165779(China)
E-mail: overseas@jiuzhou.com.cn / alex@jiuzhou@21cn.com
Site: www.jiuzhou.com.cn / www.d-telemedia.com

Jiuzhou satisfeca todas sus necesidades!



CATV Series



LNBF Series



Dish Antenna Series



Cable Series



ARCOM DESIGNA A GABRIEL LARIOS COMO VP DE VENTAS GLOBALES

MANEJARÁ TODAS LAS REGIONES, EXCEPTO USA

Arcom anunció el nombramiento de **Gabriel Larios**, ejecutivo de Ventas con más de 22 años en la industria de CATV y 14 años en la empresa, como VP de Ventas Globales, excepto USA.

La designación estuvo a cargo de **Greg Tressness**, presidente de Arcom, a quien Larios expresó agradecimiento en charla con Prensario. 'Es muy importante que mi presidente me haya dado la confianza de tomar esta responsabilidad tan grande y también que mis colegas están de acuerdo que sea su líder en esta nueva etapa de la empresa'.

'Mis clientes son mis amigos con relaciones de negocios por años, pero mucho después que salen de la industria siguen siendo amigos. Lo que siempre digo es que yo trabajo para Arcom y para mi cliente y siempre intento que la relación sea buena para los dos', añadió.

HABLÁN LOS CLIENTES/AMIGOS

Algunos de esos referentes de la industria se refirieron cálidamente a Gabriel Larios. **Hernán Benavides**, gerente de Ingeniería e Infraestructura de **VTR Global**, dijo: 'Gabriel es una gran persona a quien conozco desde hace más de diez años. A lo largo de nuestra relación con él y con Arcom, el negocio se ha fortalecido gracias a su constante preocupación por noso-

tros como clientes, poniendo siempre primero la satisfacción en la relación técnico-comercial, independiente de los costos y esfuerzos que signifiquen para su compañía'.

'Ha sido y siempre será un agrado trabajar con Gabriel, le deseamos un gran éxito en este nuevo desafío y esperamos siga con la misma energía de siempre apoyando y desarrollando negocios en telecomunicaciones a todo lo ancho del mundo', completó.

Samy Said, ex director de Ingeniería en Cable y Telecomunicaciones de **Vivax** y **Canbras** Brasil, expresó: 'Gabriel se orienta a los clientes, pensando en cómo satisfacer sus necesidades. Es muy sensitivo sobre el mercado local y las culturas de las compañías, lo que le permite entender cómo manejarse en cada situación particular. Además es amigo de todos y le deseamos todo el éxito en este desafío'.

El ex **Cablevisión** de Argentina, **Fernando Casas**, agregó: 'Lo más valioso de Gabriel Larios es que siempre está atento a lo que necesitamos como clientes, nos visita independientemente que haya algún negocio o no. Está constantemente resolviendo nuestras necesidades comerciales, técnicas. Hace un follow up de las órdenes, incluso en la calidad técnica de lo que entrega la fábrica. Siempre recomienda



Gabriel Larios

nuevas tecnologías de Arcom y cómo utilizarlas para mejorar nuestras redes, incluso haciendo pruebas de campo trayendo a los especialistas, sin importar en qué parte estén, para darnos soporte. Lo felicito por el muy merecido ascenso y debo confesar que estoy un poco celoso porque ahora vamos a tener que compartirlo con más países'.

OPORTUNIDADES PARA ARCOM

En relación a Arcom, Larios destacó: 'La idea es tener una visión y alguien que lleve el equipo a la misma meta. Pienso que estamos listos para tomar el mundo con nuestros nuevos productos. Nadie más tiene las herramientas que tenemos nosotros para las redes digitales'.

'Por hoy vamos a seguir adelante como estamos si las ventas suben o si los negocios me llevan a otras partes del mundo, a las que tenga que dedicar más de mi tiempo. Entonces, veremos si tomamos alguna persona para que me ayude en America Latina, pero el mercado latinoamericano siempre va ser mi consentido', concluyó.

CABLE PROVEEDORA: ARTÍCULOS DE CALIDAD Y ASESORAMIENTO ESPECIALIZADO

Cable Proveedora de México es un distribuidor de soluciones para la construcción, expansión y renovación de instalaciones de los sistemas de cable. Entre su portafolio de marcas, se destacan **PPC, Ripley, Pico Digital, Lemco, Drake, Alfa Plásticos, PLP, y Band-it**, entre otros.

Antonio J. Letayf, presidente de Cable Proveedora, destacó a Prensario: 'La empresa sigue a la vanguardia, consolidándose como una de las principales distribuidoras de insumos para televisión por cable, como lo indican nuestros resultados año con año'.

Los servicios que brinda la empresa incluyen la optimización, administración y ajuste de

parámetros de calidad en Head End, fusiones en fibra óptica y puesta en marcha de nodos. Además, diseña y construye proyectos.

'La preferencia de nuestros clientes demuestra que Cable Proveedora ha cumplido con las expectativas de cubrir todas sus necesidades con artículos de primera calidad que están avalados y respaldados con las marcas de mayor renombre en el mercado', completó Letayf.

Otro pilar de la compañía es el asesoramiento que su personal brinda a los clientes, 'para adquirir el equipo ideal, lo que redundará en resultados satisfactorios al consumidor final'. Esto incluye cursos y capacitaciones en temas como construcción,

acomodarse instrumentación, donde enseña el manejo de equipos, herramientas y materiales.

Finalmente, el ejecutivo mencionó: 'Nuestro esfuerzo está puesto en ofrecer un servicio de primera calidad. Ahora con instalaciones de mayor capacidad, tratamos de poner en manos de nuestros clientes aquellos productos que mantienen un mayor grado de consumo cumpliendo así con el requerimiento inmediato de sus necesidades'.



Antonio J. Letayf, presidente de Cable Proveedora

Creemos juntos el futuro

El logro se debe a una excelente calidad en las soluciones de seguridad

Más de 300 operadores y proveedores de contenidos están usando el CAS

Más de 70 millones de tarjetas smart son exportadas a todo el mundo

Más de 300 millones de suscriptores en todo el mundo acceden a una magnífica experiencia digital



Broadcast Asia 2012

Expo & Conference
ABTA 2012
Where convergence happens

2012
NAB Asia-Pacific
Conference 9-11 September 2012

Beijing Novel-Super Digital TV Technology Co., Ltd

4/F, Tower B, Jingmeng Hi-tech Bldg., NO. 5 Shangdi East Road, Haidian District, Beijing, China
Postcode: 100085 E-mail: overseas@novel-supertv.com
Tel: +8610-62971199 Fax: +8610-62975009 http://www.novel-supertv.com

NON STOP DE MÉXICO: CRECIMIENTO EN REPARACIÓN Y REACONDICIONAMIENTO DE EQUIPOS CATV

AUMENTÓ UN 30% SU CAPACIDAD DE ALMACÉN Y UNIDADES A REPARAR

Alejandro Cedejas Guízar, gerente general de Non Stop de México, destacó a Prensario antes de Canitec, los puntos más relevantes del aporte que sigue realizando la empresa a la emergente industria de las TV

paga en la República Mexicana.

En primer lugar, afirmó que la empresa continúa liderando en los servicios de reparación y reacondicionamiento de equipos para CATV en México, atendiendo a más de



Alejandro Cedejas, director general

100 empresas de TV por cable.

La clientela ha evolucionado ciertamente a la par de la industria, consolidándose cada día más en la parte de los grandes operadores, además de contar algunos clientes como nuevos operadores o contratistas. Ante la mayor exigencia de los operadores líderes, Non Stop supo responder y lograr una buena relación comercial con ellos.

En materia de servicio, agregó Cedejas, ha puesto mayor énfasis en la capacitación y actualización de sus técnicos e ingenieros, acorde con la mayor complejidad en la arquitectura de las redes actuales en el mercado.

Además, ha diseñado e impartido talleres teórico-prácticos de redes HFC a los gerentes técnicos de diferentes sistemas de sus clientes, ya que junto con ellos, se detectaron necesidades de capacitación en temas específicos. Esto es una novedad que no era tan necesaria años atrás y que ahora puede ser un diferencial.

En materia de inversiones, recientemente se incrementó la capacidad instalada en un 30%, tanto en almacén como en unidades de reparación de equipo de línea y óptico, para cubrir en tiempo y forma las necesidades crecientes de sus clientes.

‘A nuestros clientes les ha resultado de gran valor el hecho de que Non Stop de México sea distribuidor autorizado Pico Macom y Pico Digital, teniendo stock de moduladores y pasivos para entrega inmediata. De igual manera, continuamos trabajando fuerte como distribuidor exclusivo para México de la marca Rayvert, que tiene una gran prestación costo beneficio que ya es conocida en el mercado.’

CABLE PROVEEDORA S.A.

El Precio se olvida cuando la Calidad perdura

Av. Universidad 1943 planta baja; Col. Oxtopulco; Deleg. Coyoacan; México, D.F. CP. 04318

Tels (+52 55) 56 62 06 62 con 15 líneas Fax: 56 63 34 09

www.cableproveedora.com.mx - ventas@cableproveedora.com.mx



Soluciones Fibra óptica y RF

Gran stock disponible en amplificadores Motorola 870 MHz BT, MB y BLE



Venta

- Equipo óptico
- Amplificadores
- Taps y Pasivos
- Fuentes de poder
- Cablemodems
- Moduladores

Reparación

- Amplificadores todas las marcas
- Equipo de cabecera
- Fuentes de poder
- Transmisores y nodos ópticos
- Servicio y reparación de cajas digitales Motorola

Soporte

- Asesoría y diseño de redes HFC
- Fusión de fibra óptica
- Prueba y validación de cablemodems
- Servicio Post-Venta

Contamos con una gran variedad de productos para tu servicio en el momento que lo necesitas.

Distribuidor Autorizado México



Stock de Moduladores y Pasivos para entrega inmediata.

Distribuidor Exclusivo México



www.nonstop.com.mx

Contacto: ventas@nonstop.com.mx



A giant lead for mankind

**PREMIUM
QUALITY
MADE IN USA**



serlock.es



PLANTAS DE FABRICACION

CNA Technology, LLC
220 Industrial Boulevard
Greenville, NC 27834
Tel: (252) 628-8268
sales@cablenetwork.net

CableNetwork Argentina SRL
Buenos Aires, San Martin
Calle 113 (ex Alvear) N° 2560
Tel: (5411) 4755-5200
ventas.ar@cablenetwork.net

CableNetwork Iberica S.L.
Hernández de Tejada, 10 - 4ª
28027 Madrid.
Tel: +34 91 406 37 30
ventas.es@cablenetwork.net

CNA México S. de R.L. de C.V.
Eje 5 Sur N°36, Col. Paseos de
Churubusco México D.F.
Tel: (52) 55 5640-7287
ventas.mx@cablenetwork.net

OFICINA CENTRAL

CableNetwork Associates, Inc.
4800 N Federal Highway Suite E300
Boca Raton, FL 33431
Tel: (954) 312-1200
sales@cablenetwork.net

OFICINAS COMERCIALES

EXPERTICIA. INVENTARIO. VALOR. AGC.

AGC tiene lo que usted necesita, cuando más lo necesita – ahora. Somos líderes de la industria en inventario en existencia de equipos nuevos y restaurados provenientes de fabricantes originales.

NODOS



- OM 1111 (Nuevo)
- SG 4000
- SG 2000
- 6940
- 6920
- Nodos Tierra

CONVERTIDORES



- DCT 2000s
- DCT 6200s
- DCT 6208s
- DCT 6412s
- DCT 6416s
- DCT 700s

AMPLIFICADORES



- Serie Flex Max 321 (Nuevo)
- Serie Flex Max 601 (Nuevo)
- GMLE 870
- Serie Flex Max 331 (Nuevo)
- Serie Flex Max 901 (Nuevo)
- MB 75 SH

MODEMS



- Serie SB 51xx
- DPC 2100
- TJ 715Xs
- Modems VOIP

CABECERAS



- CHP Max 5000 (Nuevo)
- Motorola DSRs
- C8
- C6
- SEM V8

TAPS Y PASIVOS



- Taps Regal (Nuevo)
- Taps C-Cor (Nuevo)
- Taps S.A.
- G.I. Taps
- Taps Taikan (Nuevo)

Lo que necesita, cuando lo necesita. Pruebe AGC.

Somos un distribuidor autorizado de Arris.

913.402.4499

www.adamsglobal.com

sales@adamsglobal.com

