

GAMEBOX



TEEN WOLF



BEING HUMAN



Wario TV



SWITCHED AT BIRTH

PROGRAMACIÓN VARIADA DE ALTA CALIDAD

CONÉCTATE CON LA GENERACIÓN MILENIO



LOST GIRL

SUMALO YA A TU PAQUETE BASICO

@SONYSPINLA /SONYSPINLA WWW.LA.SONYSPIN.COM

Septiembre 2012 | Año 18 | # 208 Segunda Edición

# Prensario Internacional

www.prensario.net

Televisión • Broadband • New Media • Licensing

EWTN <sup>7</sup> 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



## JORNADAS INTERNACIONALES 2012

Hilton Hotel, Buenos Aires - Argentina



Asociación Argentina de Televisión Cable



Coppisa

Desigual crecimiento de TV Paga en la región Informe Especial

Antonio Álvarez (Cablevisión)

Mauricio Ramos (VTR)

Sandro Mesquita (DirecTV Regional)

Reportajes exclusivos Cono Sur



**CARLOS MONTERO**  
EXPERIENCIA Y CERCANÍA

**PATRICIA JANIOT**  
INTEGRIDAD Y CREDIBILIDAD

**JOSÉ LEVY**  
AUTORIDAD Y SENSIBILIDAD

Como sólo CNN sabe hacerlo.

**CNN**Español.com

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

**CNN** 15  
AÑOS

Vive la noticia



**NUEVAS  
SERIES**  
A PARTIR DE OCTUBRE



SOMOSWARNER





# DESIGUAL CRECIMIENTO DE TV PAGA EN AMÉRICA LATINA

El último año se ha caracterizado por una creciente discordancia en el crecimiento de diferentes mercados de TV paga en América Latina, desde la pujanza de Brasil --con un ritmo de 30% anual-- y México --crecimiento de DTH al 15%, cable entre 5% y 10%-- hasta países como Chile y Argentina, donde la expansión va al ritmo de la demografía, en el orden del 3% al 5% anual, y casos como Perú, donde no se termina de concretar un “despegue” que ponga a este mercado a la altura de sus expectativas.

Hay también situaciones singulares, como la de Paraguay, donde la industria parece querer superar una situación de estancamiento, o Colombia, donde se sigue dando la gran diferencia entre los valores oficialmente registrados por ANTV, sucesora de la CNTV, y los de penetración de diferentes fuentes, dando un “agujero negro” de cerca de 2 millones de suscriptores.

El frente regulatorio muestra también divergencias, dentro de una tendencia general a regulación de la actividad, por momentos con restricciones que afectan su operatividad. En este sentido, la TV paga está sufriendo por un lado la influencia de su creciente integración con las telecomunicaciones (OTT, banda ancha móvil, proveedores de programación como Netflix y las telcos) y por otro una situación de competencia con la Televisión Digital Terrestre



Panel inaugural de Jornadas Internacionales 2011, con Horacio Rodríguez Larreta, Walter Burzaco, Sergio Veiga y Alejandro Harrison, de Cappsa

(TDT), hacia la cual tienden las emisoras de TV broadcast, sin que se vislumbren bases firmes para la continuidad de un modelo de negocios hasta ahora basado en la publicidad.

Veamos un panorama de los principales mercados, y las conclusiones que pueden obtenerse:



## ARGENTINA

El desarrollo de la red TDT, denominada TDA (Televisión Digital Argentina) por el gobierno nacional, ha sido lo más significativo de este período, con 53 emisoras ya en funcionamiento, cubriendo aproximadamente el 75% del territorio, y el anuncio de llegar a 90 emisoras hacia principios de 2013.

El sistema ofrece alrededor de 16 canales, es gratuito y requiere la instalación de una antena de aire UHF y un decodificador, que cuesta en el orden de 130 dólares; los receptores de TV vendidos actualmente ya traen instalado el decodificador. El gobierno ha distribuido 1,3 millones de decodificadores gratuitos entre la población de escasos recursos y, según lo señalado por el Ing. Osvaldo Nemirovski en la conferencia NexTV en Buenos Aires, se estima llega al 7% de la población.

La TV paga tiene una penetración en el orden del 75% a 80%, dependiendo de lo que se

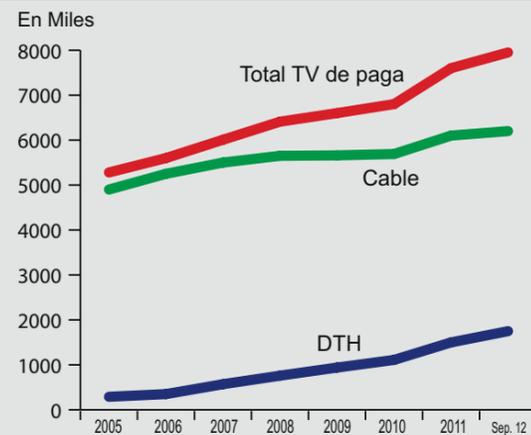
considere un suscriptor (los criterios varían entre empresas y encuestadores) y crece a nivel demográfico, según de la cantidad de viviendas nuevas que se habiliten. Sigue siendo el valor oficial más alto de la región, aunque Colombia lo iguala si se consideran los “informales”, seguido por Uruguay. Brasil y México son mercados más importantes por su población (190 y 112 millones, respectivamente), aunque su penetración es más baja.

Existe expectativa por la aplicación de las normas de la Ley 26.522 de Servicios Audiovisuales de Comunicación promulgada en 2010, por la cual las principales MSOs de cable debieran desprenderse de parte de sus activos, probablemente vendiéndolos a terceros. Existe una medida cautelar contra el Art. 161 de esta ley que vence el 7 de diciembre, fecha a partir de la cual regiría un plazo de un año para desinvertir; parte de este plazo se considera vencido, de modo que a mediados de 2013 se tendría una situación de mercado totalmente diferente, a menos que otras medidas judiciales prolonguen el statu quo.

En Argentina las telcos no tienen permitido ofrecer TV paga, por lo que se han configurado alianzas comerciales de Telefónica y Telecom con DirecTV, por las cuales se vende un Triple Play híbrido, con las telcos suministrando telefonía y banda ancha, y DirecTV proveyendo televisión.

La decisión del gobierno de adjudicar a la estatal Arsat la operación de espectro de banda ancha es otro de los desarrollos recientes. De acuerdo a estimaciones de mercado, Arsat tendría acceso al 22% del espectro utilizado para

ARGENTINA: EVOLUCIÓN DE SUSCRIPTORES DE TV DE PAGA E INTERNET



Fuente: Private Advisor

# HBO GO

ESTAMOS DONDE TU ESTAS





## DESIGUAL CRECIMIENTO DE TV PAGA EN AMÉRICA LATINA

banda ancha móvil, pero carece de una red de fibra óptica, al menos hasta que sea construida la correspondiente a otro plan nacional que está desarrollando el Estado en paralelo. Las cooperativas telefónicas que ofrecen servicio en diversas partes del país estarían interesadas en participar en esta iniciativa.

En cuanto al Triple Play ofrecido por el cable, **Telecentro** y **Supercanal** son las MSOs con mayor desarrollo, en tanto **Cablevisión** no ha logrado autorización para ofrecer telefonía, aunque sí provee banda ancha a través de **Fibertel**. Una cierta cantidad de cableoperadores independientes ofrecen Triple Play a escala local en diversas zonas del país.

La licitación de 222 emisoras de TV digital, prevista en 2011, ha quedado por el momento postergada por la falta de interesados, dado que no existe un modelo de negocios que pueda sustentar una inversión de este tipo, y no hay cifras de audiencia atractivas que permitan captar anunciantes que paguen publicidad o auspicios. De estas emisoras, una tercera parte es para entidades sin fines de lucro y otro tanto para entidades municipales, provinciales y nacionales, pero el problema presupuestario subsiste en la mayoría de los casos.



### BOLIVIA

Pese a los intentos del gobierno por mejorar la situación, Bolivia sigue teniendo uno de los peores índices de velocidad de acceso a Internet, la penetración comercial del cable está limitada a los centros urbanos y un plan de televisión satelital entre la telco estatal **Entel** y la mayorista chilena **TuVesHD**, que comenzó en 2011, no ha avanzado sensiblemente, con 2.000 suscriptores a junio pasado y una meta de 5.000 a tres años.

Se detectan en los hogares miles de antenas parabólicas que no se corresponden con estadísticas de TV paga, aunque podrían estar enfocadas a bajar las señales de los canales de TV abierta --hay varias cadenas-- en lugares de difícil recepción terrestre. Pero, es más sencillo llegar a la conclusión de que son las cajas FTA modificadas para recibir ilegalmente señales codificadas.

La TV pública ha avanzado bajo la gestión del gobierno de **Evo Morales**, y es nutrida la oferta de otros canales en las ciudades. Opera **Multivisión**, sistema inalámbrico en La Paz, Santa Cruz, Cochabamba y Tarija, y son varias las cooperativas telefónicas que ofrecen TV paga en su área de influencia: **Cotel** en La Paz, **Cotas** en Santa Cruz, --ambas en el orden de los

20 mil suscriptores--, **Comteco** en Cochabamba, **Cotreautri** en Trinidad y **Cotap** en Potosí son algunas de ellas, con un total oficial estimado en 70.000 suscriptores, de acuerdo al ente regulador ATT.



### BRASIL

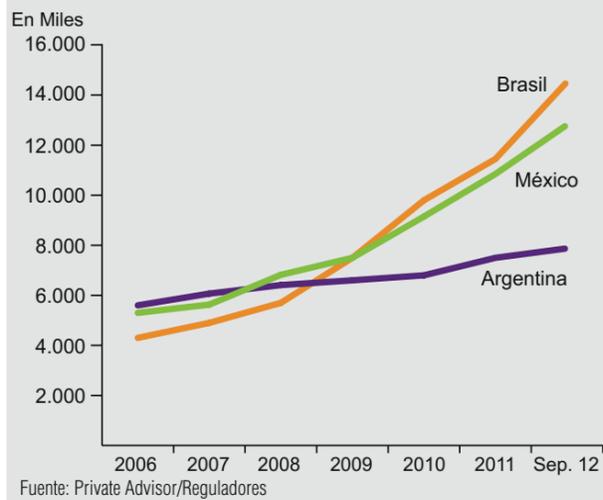
Con 30% de crecimiento anual y ya más de 14 millones de suscriptores de TV paga, Brasil es el mercado estrella de la región. Cuenta con la MSO de cable líder, **Net**, con cerca de 5 millones de suscriptores y que, combinada con **Embratel** --también de **Carlos Slim**-- tiene casi un 54% del mercado. Sin embargo, **Sky** --controlada por **DirecTV**-- le está planteando batalla, y **GVT**, controlada por la francesa **Vivendi**, aparece como otro jugador de importancia.

La crisis económica podría disminuir el ritmo de crecimiento: en **ABTA**, el Ing. **José Félix**, CEO de **Net**, pronosticó que en 2013 el crecimiento sería de 23%, todavía una cifra deslumbrante en cualquier otra parte del mundo, y que las inversiones están bajo discusión. Brasil no puede darse el lujo de frenar porque tiene la Copa del Mundo de Fútbol 2014 y los Juegos Olímpicos de 2016, de modo que las inversiones en infraestructura y telecomunicaciones seguirán impulsando a la economía. El gobierno está implementando un Plan Nacional de Banda Ancha y piensa licitar las frecuencias que dejen vacantes los canales de TV en 700 MHz, quizás con una imposición mínima de 5 Mbps de velocidad para los oferentes.

La Ley SeAC 12485 de Servicios de Acceso Condicionado es otro factor de conmoción: tras cuatro años de debate, fue promulgada y establece cuotas obligatorias de programación nacional en los canales de TV paga y un porcentaje de canales locales para los cables y DTH; las señales de entretenimiento que no cumplan con estas pautas pueden quedar fuera del negocio.

La impresionante tasa de crecimiento ha acallado las protestas, pero un estancamiento futuro podría llevar a que todo este andamiaje (que busca subsidiar la producción local de programación de TV) comience a crujir. Los cableoperadores pequeños y medianos ya se sienten presionados por el otorgamiento de licencias de cable a las

EVOLUCIÓN DE TV DE PAGA EN PRINCIPALES MERCADOS DE LATINOAMÉRICA



telcos, anunciado por Anatel, y el empuje de unos 3.000 proveedores de acceso a Internet que ahora podrían ofrecer también TV.

Los proyectos siguen siendo luminosos: el mercado llegaría a 25 millones de suscriptores hacia 2015, y la penetración de Internet superaría el 50%. Ya hay más de 230 millones de líneas de telefonía móvil, y planes para redes 4G combinados con telefonía básica a bajo costo para sectores humildes y teléfonos públicos con llamadas locales gratuitas y acceso Wi-Fi a Internet, revirtiendo la decadencia de este tipo de comunicación durante décadas.



### CHILE

La Ley de Televisión Digital ha sido el tema dominante en los últimos tiempos, y por varias razones: una de ellas es que las emisoras abiertas de TV pretenden que los sistemas de TV por suscripción les paguen por la retransmisión de su programación, algo que el sistema jurídico chileno ha rechazado hasta ahora. Otro de los puntos, recientemente definido por el Senado en su tratamiento del proyecto de ley, es que la TDT será necesariamente gratuita, poniendo fin de iniciativas como la del Canal del Fútbol, que esperaba liberarse del cable y el satélite mediante una operación autónoma y paga.

No menos importante, la ley trata de resolver el problema de las "licencias indefinidas", que se remonta a la época en que el presidente **Jorge Alessandri**, en la década del 60', vislumbró el medio como cultural y otorgó permisos

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



TURNERMAMIAMI  
(305) 603-2000

Fuente: IBOPE Argentina, Brasil, Chile, Centroamérica, Colombia, Guatemala, Perú y México / AGB Nielsen Venezuela / Base: Niños Varones con TV Paga de 4 a 11 años (Cable en Colombia definido como Suscripción + Comunidad) / Desde el 1 de abril de 2012 hasta el 30 de junio de 2012 / Lunes a Domingo Día Total (24 Horas) / Rating Promedio %





## DESIGUAL CRECIMIENTO DE TV PAGA EN AMÉRICA LATINA

irrestringidos a las universidades, que años más tarde no pudieron pagar los gastos operativos y subarrendaron los canales a privados.

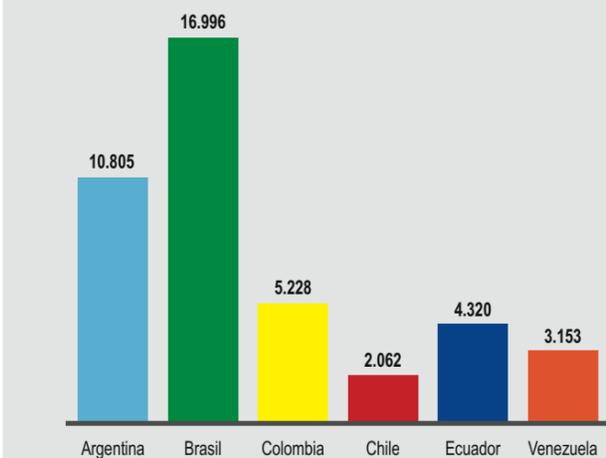
La Ley ha estado en discusión durante cuatro años porque excede largamente los límites de la conversión de la TV de analógica a digital. En su forma actual, los permisionarios de canales analógicos podrían optar que quedar allí o pasar a digital con una licencia con plazo prefijado. Hay un motivo para promulgarla: la opinión pública quiere ver el Mundial de Fútbol de 2014 en digital y HD, y los tiempos corren.

En materia de TV paga, el mercado está relativamente estancado. El crecimiento se da en el área DTH, con las telcos Telefónica/Movistar y Claro compitiendo con DirecTV y en menor grado TuVesHD, una operación de TV mayorista con accionar en varios países. Entel se ha incorporado a la carrera ofreciendo servicios inalámbricos fijos de telefonía, Internet y TV paga, que apunta a áreas donde la densidad de

Millicom (con la marca Tigo), que compró los activos de Cablevisión, Claro --con cerca de 70.000 suscriptores-- y la estatal Copaco, además de DirecTV, la chilena TuVesHD, y alrededor de 70 cableoperadores independientes, de los cuales unos 40 tienen alguna significación.

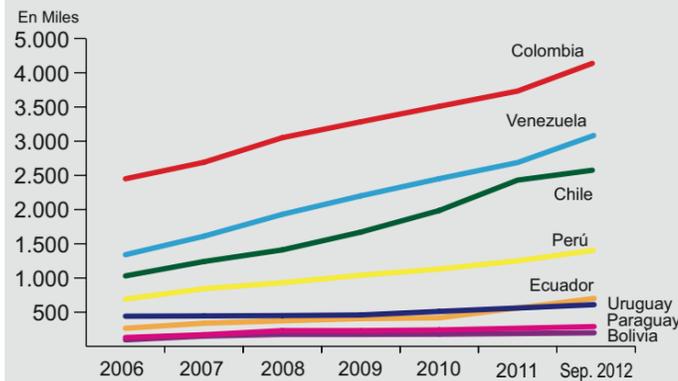
El problema principal es la piratería, en la forma de decodificadores FTA (Free To Air) diseñados para bajar señales abiertas, que son modificados con software bajado de Internet para poder sintonizar señales del satélite Amazonas sin pagar derechos, compitiendo con los proveedores estableci-

CONEXIONES A INTERNET BANDA ANCHA EN LOS PRINCIPALES MERCADOS DE LATINOAMÉRICA (MARZO 2012 - EN MILES)



Fuente: Private Advisor/Reguladores

EVOLUCIÓN DE SUSCRIPTORES TV DE PAGA EN EL CONO SUR (2006-SEP. 11)



Fuente: Private Advisor/Reguladores

población no justifica el tendido de redes.

VTR sigue con su estrategia de vender más servicios a sus clientes existentes, más que buscar nuevos clientes, por lo que su cuota de mercado en TV sigue en baja, en tanto sube la participación en Internet y telefonía, y comenzará como operador de telefonía móvil, utilizando la red de Telefónica donde no tenga infraestructura propia.



### PARAGUAY

De ser un mercado aletargado, Paraguay ha pasado a ser una incógnita con fuerte competencia, planteada por las telcos

todavía comparativamente lejos. Otro de los desafíos es aumentar la velocidad de conexión a Internet, una de las más bajas de la región.



### URUGUAY

El monopolio de la telco estatal Antel sobre el acceso a Internet y la telefonía fija sigue siendo el principal problema para los cableoperadores uruguayos, ya que están privados de ofrecer paquetes Triple Play a sus usuarios. Además, pende la amenaza de que Antel entre en el negocio de la TV paga, especialmente a través de la red de fibra óptica que está desarrollando

en Montevideo (con la que ofrece conexiones de alta velocidad) y que se extenderá al resto del país.

La base de suscriptores de TV paga está relativamente estancada después del fracaso del plan de universalización esbozado hacia fines del gobierno de Tabaré Vázquez, aunque el índice de penetración en hogares es el segundo de la región, después de Argentina. El gobierno de José "Pepe" Mujica ha desarrollado un plan de Televisión Digital Terrestre que incluyó haberle retirado frecuencias al sistema inalámbrico operado por Cablevisión y más recientemente el anuncio de nuevas emisoras digitales: tres de ellas privadas, serían ubicadas en Montevideo, donde habría además dos emisoras sin fines de lucro y una nueva frecuencia de la TV pública, Televisión Nacional del Uruguay.

Los broadcasters montevideanos han objetado vigorosamente este plan, desde que la pauta publicitaria no sería suficiente para financiar tantas emisoras; además, el gobierno quiere cobrarles tasas de radiodifusión, a lo cual también se oponen.

En simultánea, el gobierno emitió un decreto por el cual se prohíbe la comercialización en Uruguay de las cajas AZBox y similares, que permiten bajar ilegalmente señales satelitales codificadas. De acuerdo a cifras de mercado, habría 40 mil de estas cajas en operación; la importancia de la medida residiría en que quedaría vedado igualmente el tránsito de estas cajas hacia otros países vía Montevideo.

# NADA VA A CALENTAR MÁS TU PANTALLA





Descifra los misterios  
Resuelve los crímenes

EL ÚNICO CANAL DE ENTRETENIMIENTO ENFOCADO  
EN SUSPENSO, CRIMEN E INVESTIGACIÓN

DRAMA REAL

SERIES

PELÍCULAS

CONTACTENOS:

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

 [investigaciondiscovery](https://www.facebook.com/investigaciondiscovery)



INVESTIGATION  
DISCOVERY



## CABLEVISIÓN: AÑO POSITIVO PESE A LA COYUNTURA POLÍTICA

### SUMA MÁS CANALES HD Y LANZA EL VOD



Antonio Alvarez, gerente de Programación

Nuevamente, la edición de PRENSARIO para Jornadas Internacionales cuenta con los comentarios de Antonio Alvarez, gerente de programación de Cablevisión, primer referente para las señales en el mercado argentino.

El ejecutivo dio su balance general de 2012 para el MSO del Grupo Clarín, destacando lo que se pudo hacer, aún con todos los problemas conocidos. 'Independientemente de la coyuntura político institucional de la compañía, el balance es positivo. Cablevisión se posiciona como la empresa más importante de TV paga en el país. Nuestros desarrollos son sinónimo de tecnología de vanguardia y están acompañados de inversiones para poder seguir ofreciendo y diversificando nuestro portafolio de productos'.

'Hoy contamos con 26 señales en HD y

estamos analizando la posibilidad de incorporar algunos canales adicionales antes de fin de año. Además, estamos trabajando en los últimos detalles para lanzar nuestro servicio On Demand, que otorgará a nuestros abonados la posibilidad de solicitar, a través del control remoto, películas, series y otros contenidos, en el momento que desea verlos. Este nuevo servicio tendrá disponibles films recientemente estrenados en el cine y contenidos HD'.

Cablevisión continúa avanzando en lo que respecta a digitalización. El año pasado contaba con 600.000 suscriptores digitales y en un año subió un 33% esa cantidad. 'El servicio viene con un muy buen ritmo de crecimiento, estamos llegando a los 800.000 clientes', afirmó Álvarez.

#### EXITO DEL HD Y EL PREMIUM

'Actualmente estamos ofreciendo a nuestros clientes 26 señales en HD, es una muy buena oferta para la Argentina y la región. Estamos analizando de lanzar algunas señales más en los próximos meses. Durante el 2012, lanzamos las señales ESPN 3 HD, Warner HD, AXN HD, BBC HD y Concert Channel HD, que fueron muy bien aceptadas por nuestros abonados por la variada programación y calidad técnica', destacó.

Sobre los productos premium afirmó: 'Siguen evolucionando favorablemente, hoy contamos con los mejores índices de penetración de la historia de Cablevisión con este servicio'.

#### EVENTOS DEPORTIVOS

En materia de contenidos, Antonio Álvarez

remarcó: 'Este año contamos con la emisión de los Juegos Olímpicos para Cablevisión y fue muy bueno ya que es uno de los eventos deportivos más importantes del mundo. Las señales que transmitieron los Juegos Olímpicos de Londres 2012 contaron con una cobertura excelente en términos de programación e imagen. Además, durante este año emitimos la final de la SuperCopa y la ReCopa de España entre el Barcelona y Real Madrid'.

#### VOD

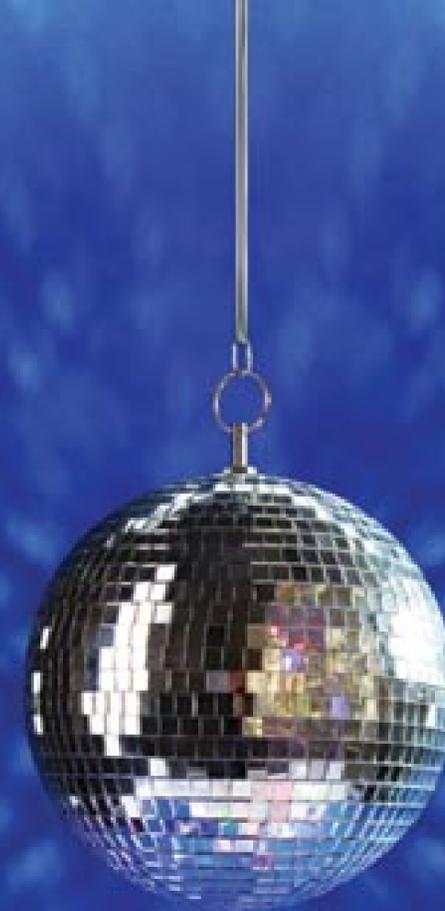
'On Demand será un servicio de video a demanda que otorga a nuestros abonados la posibilidad de solicitar, a través del control remoto, películas, series y otros contenidos, en el momento que desea verlos. Tendrá disponibles films recientemente estrenados en el cine y contenidos HD', remarcó sobre la calidad del servicio, que espera los ponga a la vanguardia de este nuevo mercado frente a los videoclubs y hasta los servicios de OTT.

#### INVERSIÓN

Álvarez no abandona su optimismo, si bien el clima político no juega a su favor. 'Pese a la coyuntura, la compañía continúa invirtiendo en el país y generando fuentes de trabajo a los argentinos. Nuestro objetivo es continuar brindando a nuestros clientes el mejor servicio de banda ancha y TV paga'.

#### SIGUE LA APUESTA EN URUGUAY

'Uruguay es un mercado interesante para la compañía. Por eso, siempre estamos trabajando para brindar el mejor servicio y garantizarle a nuestros clientes uruguayos la mejor programación', finalizó el ejecutivo.



¿De verdad quieres sentir  
emociones fuertes?

Encuétralas en el canal de  
cable de Telemundo



El mercado de la publicidad en TV Paga está en  
[www.LatinAdsales.com](http://www.LatinAdsales.com)



CONTACTO DE VENTAS  
Daniel Picazzo Alamo  
dfpicazzo@televisa.com.mx  
011 - 5255 - 5261 3245

CONTACTO DE VENTAS EN LATAM  
José Elizalde  
jelizalde@televisa.com.mx  
011 - 5255 - 5261 3294





## FIBERTEL APUESTA A FORTALECER SU RED DE FIBRA ÓPTICA

CABLEVISIÓN DESTINARÁ USD 300 MILLONES PARA ESTE FIN Y OTRAS INVERSIONES

**Gonzalo Hita**, gerente comercial de **Cablevisión**, describió la situación actual de la compañía, que para este año proyectó una inversión de 300 millones de dólares. 'Se destinará a fortalecer la red de fibra óptica, lanzar la plataforma de video bajo demanda, e incorporar nuevas señales en HD'.

'Cablevisión trabajará en una mayor penetración de la banda ancha, y en el fortalecimiento de su red. En la primera mitad del próximo año trabajaremos en materia de conectividad para aumentar el ancho de banda de nuestros clientes. Se realizarán lanzamientos de productos corporativos de *FiberCorp* y se lanzarán nuevos canales *Somos*', comentó.

'También comenzaremos con la segunda etapa de nuestro proyecto On Demand, la

plataforma OTT (Over the top) acercando a nuestros clientes el concepto de TV Everywhere'.

En lo que respecta a Fibertel, que cuenta con 1,4 millones de abonados, Hita señaló: 'Se brinda acceso a Internet con velocidades de 1, 3 o 6 Megas, y Fibertel Wi-Fi para las mismas velocidades.

Además, en 2011 lanzamos *Fibertel Evolution* 30 MB, un servicio wideband de máxima velocidad pensado para un usuario multiventana'.

'Por otro lado, nuestra unidad de negocios corporativos, *FiberCorp*, brinda soluciones integrales de telecomunicaciones a grandes, medianas y pequeñas empresas, así como también a comercios, profesionales y entes gubernamentales. Se ofrecen soluciones de acceso dedicado a Internet, acceso a Internet banda ancha, redes



**Gonzalo Hita, gerente comercial de Cablevisión**

dedicadas multipunto para transmisión de datos, redes privadas virtuales (VPNs), servicios de voz y video y soluciones de DataCenter, entre otros servicios', completó.

Finalmente, Gonzalo Hita dio a *PRENSARIO* su opinión sobre el mercado argentino de telecomunicaciones. 'Argentina ha liderado este mercado en la región. Poseemos las capacidades y conocimientos para poder seguir haciéndolo siempre que éste sea un objetivo compartido y que existan reglas claras para poder desarrollarlo. Fomentar la inversión privada en este mercado, brindando acceso simple a las nuevas tecnologías y garantizando reglas de juego equitativas son pilares fundamentales para poder seguir apostando a su constante desarrollo'.





www.dgsworld.com info@dgsworld.com

**DGS entiende lo importante que es aumentar la presencia en internet para cualquier empresa y así lograr una ventaja competitiva. Su empresa está preparada para vender online?**

**El modelo de negocios de DGS**

- **El poder vendedor online**
- **Comercios EMPRESAS-ASOCIACIONES y venta de la venta de productos online/offline**
- **CEMO BRANCO y CEMO INVERSIÓN BRANCO**
- **Complementar los esfuerzos comerciales de nuestros clientes**
- **REPERTE en tecnología: pagadas, integración de herramientas, diseño de páginas web, hosting, y otros servicios de tecnología**

**Hoy, el 59% de los consumidores en Latino América compran productos en internet.**



# STYLISH DIVERTIDO FASCINANTE

El Entretenimiento Televisión es un canal distribuido por HBO Latin America Group.



SOLETALANCA  
ZONA TRENCY  
LEANDRO LANS  
LATIN BITES

ESTRIDA ZAMLA  
COFFEE BREAK  
JOHANA OSPINA  
EL LATIN NEWS





## DIRECTV: 'LATINOAMÉRICA ES LA REGIÓN PROTAGONISTA DENTRO DE LA CORPORACIÓN'



Sandro Mesquita

Sandro Mesquita, director de marketing y comunicación corporativa de DirecTV Latin America, destacó a PENSARIO la importancia de Latinoamérica dentro del esquema de negocio, donde suma 13,7 millones de clientes al segundo trimestre del año.

En los últimos seis trimestres la región creció más que en Estados Unidos. Somos líderes de mercado en Venezuela, Ecuador y Puerto Rico. DirecTV fue la segunda plataforma 100% satelital lanzada en 1996 y hoy está entre los cinco principales operadores del mundo. En ese tiempo incrementó las marcas de su portafolio y hoy opera Sky en México y Brasil, la revista Access, los canales Pasiones (telenovelas), Golf Channel, DirecTV Sports y OnDirecTV que

está en el top 20 en Latinoamérica y dentro del top 10 en Puerto Rico.

Describió como diferenciales: la multicámara/audio, la 'funcionalidad' del sistema de navegación, el control de contenido (EPG, DirecTV Plus y Control Plus), además de HD y 3D. Y resaltó las alianzas con empresas proveedoras de banda ancha en Brasil y Argentina (con Telefónica) para ofrecer Triple Play. DirecTV lanzó en 2010 un servicio pionero a nivel mundial de WiMax en la provincia de Mendoza (Argentina), un mercado piloto que se ha convertido en un modelo de desarrollo.

«Tenemos pantallas interactivas desde 2004 y fuimos pioneros en la generación de un sistema de medición digital, ya que los tradicionales sólo medían TV analógica. DirecTV tiene altos niveles de aceptación», dijo Mesquita. De acuerdo a los datos recientes, tiene 9,2 millones de suscriptores (sin contar Sky México), con 650.000 adhesiones netas en segundo trimestre de este año, es decir un 37% de promedio, y un ARPU por suscriptor de 58,8 dólares.

Mesquita cree que a DirecTV la competencia 'beneficia, motivando y estimulando' el mercado regional de TV de paga. 'Ahora todos los

operadores están buscando llegar a todos los targets, que nosotros ya cubrimos con el sistema prepago, que es un suceso en países como Venezuela, y que cuenta con todos los mismos valores agregados que el abono tradicional'.

### REPORTE TRIMESTRAL

En su último reporte trimestral (abril-junio 2012), DirecTV anunció que sus ingresos crecieron un 9%, superando en 7.220 millones de dólares a la suma lograda en el mismo periodo del año anterior.

Mike White, presidente y CEO de DirecTV, explicó: 'Los fuertes resultados del segundo trimestre son un reflejo de los beneficios generados por nuestro diversificado portafolio de negocios, que están llevando a DirecTV al primer lugar de la industria. Los resultados de Latinoamérica demuestran las ventajas competitivas de la compañía en un mercado de crecimiento veloz, sumando 645.000 nuevas suscripciones e incrementando los ingresos en un 20% en el segundo trimestre del año'.



## CAPPSA PRESENTÓ SU CAMPAÑA ANTIPIRATERÍA

Con presencia de sus asociados y la prensa, la Cámara Argentina de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (Cappsa) presentó en Buenos Aires su campaña antipiratería, titulada Mirá Legal, a ser emitida por las señales de sus empresas asociadas.

Cappsa refuerza de esta manera su accionar en un problema que está creando creciente preocupación en la industria.

Sergio Veiga, presidente de la entidad, señaló que lo que se conoce habitualmente como piratería comprende una serie cada vez más compleja de manifestaciones, entre ellas la bajada de programación por Internet, las

conexiones clandestinas al cable (los "colgados" en la jerga del negocio) y más recientemente las cajas FTA, como la AZBox, originariamente diseñadas para sintonizar señales abiertas pero que son modificadas para captar señales codificadas, lo cual constituye delito.

«Se requiere un plan integral con múltiples aristas. Estamos solicitando la colaboración de AFSCA y de los poderes Ejecutivo y Judicial, pero uno de los eslabones en esta cadena es el público, y necesitamos que el público cumpla su parte, no buscando copias ilegales», afirmó Veiga.

La campaña es inicialmente en televisión paga y comienza con dos spots elaborados



Walter Burzaco, presidente de ATVC, Sergio Veiga, presidente de Cappsa, y Eduardo Suárez, gerente general de Cappsa

por Gustavo González, estando previsto en etapas posteriores continuarla y extenderla a otros medios de comunicación.

**¿QUIEN DA MÁS?**  
NUEVA TEMPORADA

¿Quién da Más? es el programa líder en Estados Unidos y en América Latina y posiciona a A&E como TOP 5 a nivel Panregional. Un éxito que se extiende a la plataforma digital y de social media con miles de fans, de los que tú puedes ser parte.

**A&E A&E | HD**

canalaetv.com AETVLatino @canalaetv

Distribuido por **HBO** LATINO AMÉRICA



## SUPERCANAL: PRODUCTOS DIGITALES, CON FOCO EN VOD

Juan Marcelo Juárez, gerente de programación de señales de Supercanal, destacó a Prensario que 2012 viene siendo un 'muy buen año', desde el punto de vista del crecimiento, en calidad y cantidad de los productos ofrecidos.

'Dentro del contexto nacional e internacional, hemos podido ejecutar los planes que teníamos para 2012, y nos estamos preparando para programar el 2013, con el objetivo primordial de satisfacer los requerimientos de nuestros clientes, actuales y potenciales', enfatizó.

Supercanal está consolidando la prestación de productos con tecnología digital y se prepara para acelerar la distribución para todas las plazas servidas. 'La era digital llegó al mercado y la compañía, en conjunto con sus proveedores de señales, ha estado ofreciendo a los clientes productos televisivos digitales, lineales y no lineales, con calidad estándar y sobre todo en alta definición'.

Actualmente la compañía ofrece señales básicas y premium en calidad estándar en ocho provincias. 'También nos ha permitido alcanzar hasta 17 señales en HD. A su vez, hemos reforzado nuestros contenidos no lineales, ampliando la variedad de contenidos disponibles sumando al entretenimiento actual (cine, series, recitales, etc.), los deportes On

Demand y en TV Everywhere'.

### NOVEDADES EN PROGRAMACIÓN

Entre las señales que Supercanal incorporó este año a su parrilla de programación, se destacan **ESPN 3** en calidad estándar y HD, **El Trece HD**, **TLC HD**, **Universal HD** y **FX HD**. 'Pronto sumaremos otras señales como

**SonyHD**, **Warner HD**, **Home&Health HD**, **ID HD**, **MC Hollywood HD**, entre otras'.

Por otra parte, la compañía lanzó en la provincia de Mendoza su grilla en alta definición para el **Canal 7 Mendoza HD**, un emprendimiento integrado de **Uno Medios**. 'Esto transformó al tradicional canal, no sólo en el primer canal de aire local, sino en uno de los primeros del país en ofrecerse en alta definición', señaló.

En cuanto a contenidos On Demand, Juárez dijo: 'Este año, al servicio **Moviecity Play** se sumó el servicio **ESPN Play** y estamos lanzando **Fox Play**, completando una oferta de mucha variedad y altísima calidad. Desde este año, todos los clientes de Supercanal pueden disfrutar de contenidos no lineales y TV Everywhere'.

Otra de las novedades en cuanto a tecnología de productos fue el lanzamiento de canales lineales que los clientes pueden disfrutar desde cualquier dispositivo electrónico, estando Supercanal



Juan Marcelo Juárez, gerente de programación de señales de Supercanal

entre los operadores de TV paga que ofrecen el servicio de TV Everywhere, 'que permite ver eventos deportivos en vivo desde cualquier lugar donde esté el televidente', explicó Juárez.

### INVERSIONES Y LANZAMIENTOS

Este año, el foco de las inversiones de Supercanal estuvo puesto en la incorporación de tecnología. 'Adquirimos lo último que ofrece el mercado para desarrollar el servicio de TV paga y expandirlo a las plazas donde prestamos servicios. Es así que ahora podemos ofrecer tecnología HD en seis provincias argentinas y en ocho provincias llegamos con tecnología digital estándar', señaló.

'Para el próximo año, los objetivos centrales serán duplicar las plazas servidas con grillas de programación digitales, poniendo foco en el crecimiento del producto de alta definición. También se plantea comenzar con la prestación de todos los contenidos de nuestras grillas a través de OTT (Over The Top), por el cual los clientes tendrán una experiencia mucho más personalizada, que les permitirá disfrutar de sus programas favoritos cuándo quieran y desde dónde quieran. Un primer paso muy importante se dio en 2011, y fue acentuado en 2012, con los servicios On Demand mencionados', concluyó Juárez.



## TELECENTRO: 28 SEÑALES HD

CON CANAL 26 HD DESDE EL 1 DE OCTUBRE



Telecentro anunció que desde el próximo 1 de octubre incorporará a **Canal 26 HD** a su grilla, a través del canal 1000, alcanzando las 28 señales en HD.

'La tecnología HD permite ver la programación de su canal de noticias con una imagen más clara y nítida, con un sonido envolvente Dolby Digital 5.1', afirmaron desde la compañía.

Se transmitirá en simultáneo el **Canal 26 Prensario Internacional**

y el **Canal 26 HD**, las 24 horas transmitiendo la información política, deportiva y de interés general. Cuenta con programas exclusivos, periodistas reconocidos y destacados.

Con esta incorporación, Telecentro se convierte en la mayor oferta de alta definición de Argentina, según destaca su responsable de Marketing, **Ronald Spina**.

'Seguimos trabajando todos para poder ofrecerle a nuestros clientes el mejor servi-

cio, la mejor selección de programación y que cada día sean más los clientes que nos elijan', remarcó.

Telecentro es una empresa argentina con 20 años en el mercado, y la primera en brindar una solución única reuniendo los tres servicios: televisión, telefonía fija digital e Internet de alta velocidad a través de un sólo cable conectado a una extensa red de fibra óptica, asegurando una conexión segura y sin límites.



VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS



DIEGO TORREGROSA: DIRECTOR, DISTRIBUCIÓN / [5411] 5295-5241 / DIEGO.TORREGROSA@MIMN.COM  
 JULIETA PAULLUCCI: GERENTE DE CUENTAS, DISTRIBUCIÓN / [5411] 5295-5242 / JULIETA.PAULLUCCI@MIMN.COM

VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS

WWW.MTVLA.COM // WWW.MTV1LA.COM // WWW.MUNDONICK.COM // WWW.COMEDYCENTRALLA // [5411] 5295-5200 // 00D0Y CRUZ 1500, C1114CCTH, BS AS, ARGENTINA



## CABLEHOGAR ROSARIO: INVERSIÓN EN TRIPLE PLAY

Marcelo Massatti, director de Cablehogar, comentó a Prensario que este año la compañía continuó con su crecimiento, e inversión en su red, para extender el servicio de Triple Play. 'Incrementamos el ARPU por usuario, con nuevos productos y servicios, como canales digitales, canales HD, banda ancha y telefonía'.

El ejecutivo explicó que actualmente, el 70% de su cartera de clientes de cable tiene contratado el servicio de Internet y el 30%, de telefonía, y afirmó que continúa incrementando la base de usuarios de Triple Play.

'Buscamos evitar la rotación de usuarios, lo que implica costos, políticas y acciones para retener clientes, agregamos planes, bonificaciones por volumen de productos y por supuesto, procuramos mantener un alto nivel de servicio', remarcó Massatti.

En cuanto a los proyectos de Cablehogar, remarcó una 'permanente reinversión de utilidades'. Y explicó que, si bien la compañía ya es un referente, se buscan nuevos servicios, sobre todo en medio de la convergencia tecnológica, 'que ya es una realidad'.

Marcelo Massatti explicó que se busca 'generar una sinergia' entre las empresas que conforman el grupo, que proveen servicios en Rosario, como Cablehogar, y en Salta y Santiago del Estero, como CableExpress Digital.

En lo que respecta a digitalización, informó

CABLEHOGAR

express digital  
TECNOLOGÍA  
CABLEHOGAR



Marcelo Massatti, director de Cablehogar

que prácticamente la totalidad de la red está preparada para la doble vía. 'Buscamos que los usuarios que se incorporan lo hagan en la tecnología digital, con Set Top Boxes y banda ancha', añadió.

También explicó que se encuentra desarrollando la fibra al hogar (FTTH), con tecnología GPON. 'Nos encontramos realizando pruebas para ir mutando a estas tecnologías que permiten un tráfico de datos mucho mayor'.

En Salta y Santiago del Estero se requirieron también inversiones para la digitalización, ya que son lugares geográficamente distantes. 'Para fin de año tendremos la totalidad de la grilla replicada en analógico y digital', en estas ciudades.

Sobre las plataformas de TV Everywhere y el acceso a contenidos multiplataforma, el ejecutivo adelantó que se están planteando los primeros proyectos, pero principalmente, 'se verá cómo evolucionan y se desarrollan estos servicios, ya que dependen del ancho de banda que cada cliente esté en condiciones de adquirir'.

Sobre el mercado de TV y telecomunicaciones, Marcelo Massatti opinó que está en 'permanente cambio', con plataformas online en ebullición y

la TV pública cambiando el panorama audiovisual. Destacó: 'Cualquier plataforma puede brindar acceso a contenido, imágenes y múltiples servicios digitales que, si bien conviven, modifican los hábitos de consumo'.

En el terreno político-económico, mencionó: 'Si bien se complicó mucho el escenario de inversiones con trabas a la importación, que luego se fue normalizando aunque alteraron los tiempos proyectados. Noto que no hay gran acompañamiento de los reguladores, con licencias de telecomunicaciones bloqueadas y asignación de bloques de números de teléfono que no se otorgan'.

Finalmente se refirió a la situación de Cablevisión: 'No se sabe qué pasará, esperemos que se cumpla con la normativa, pero el escenario futuro aparece incierto.'

## COLSECOR CORDOBA APUESTA AL OTT

José Néstor Lino, presidente de Colsecor, dialogó con Prensario sobre el presente de la cooperativa, destacando la 'inmejorable' situación en materia de crecimiento y 'expectativas' por los nuevos prestadores, sobre todo en el contexto de la nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

'Colsecor ha sabido captar las necesidades de quienes comenzaron a prestar un servicio integrado en materia de contratación de señales, aprovisionamiento de equipamiento para cabeceras y soluciones de contenido propio de las asociadas para los canales locales exigidos por la ley', remarcó.

La organización presidida por Lino es sin fines de lucro, aclara el ejecutivo. 'Se busca trasladar los beneficios que se obtienen por las economías de escala a sus asociadas. Hemos podido ser competitivos no sólo en materia de costos sino también en innovación tecnológica', añadió.

En 2012, Colsecor consolidó su servicio

digital con más del 25% de las cooperativas asociadas teniendo servicio activo. 'Proyectamos superar el 40% en el ejercicio que comenzamos, permitiendo una mejora sustancial en la calidad de las prestaciones. Esto incluye una ampliación de la grilla en los casos en que las redes no soportaban la incorporación de nuevas señales', destacó el ejecutivo.

'La inserción en forma local de señales HD en las cabeceras ha posibilitado que en lugares muy distantes de las grandes urbes, los usuarios puedan contar con un servicio de alta calidad similar al de los grandes prestadores'.

Y completó: 'La proliferación de tendidos regionales de fibra óptica que están emprendiendo varias de nuestras asociadas acelerarán los procesos de innovación de las tecnologías antes mencionadas'.

En cuanto a los servicios agregados, Lino comentó: 'Para fidelizar a los abonados actuales pusimos en marcha el servicio de OTT

y próximamente lanzaremos VOD, que estamos desarrollando en conjunto con nuestras asociadas y otras entidades del sector'.

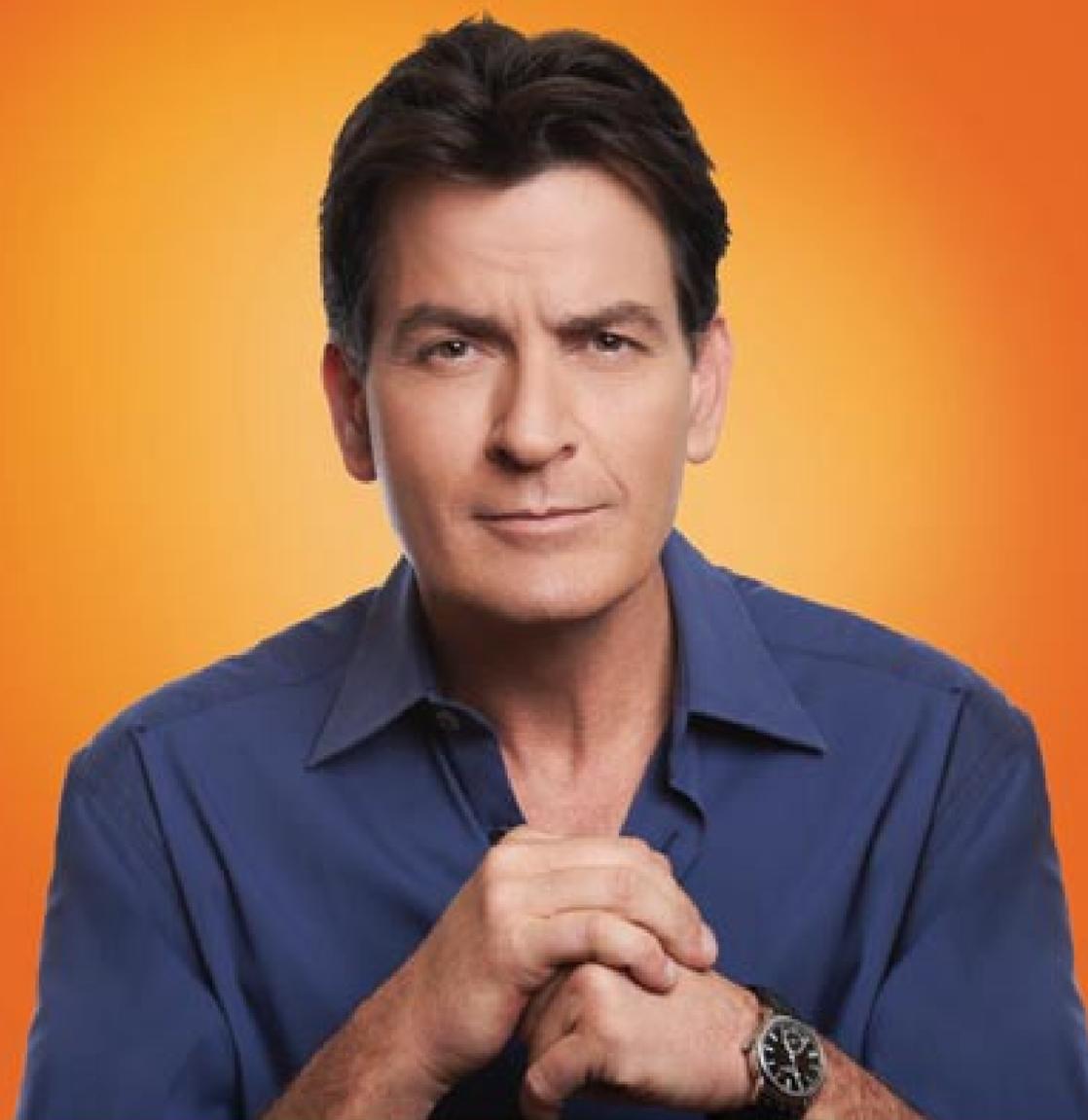
Explicó que para la puesta en marcha del servicio de video bajo demanda, Colsecor prevé la instalación de servidores remotos para alojar los contenidos, lo que permitirá una disminución del consumo de ancho de banda y una alta resolución de los ismos.

'La multiplicidad de pantallas y el contenido HD son cada vez más demandados por el mercado actual, lo que nos obliga como entidad a estar no sólo unidos en las políticas de gestión, sino que además nos desafía a interconectarnos físicamente para solidificar al grupo ante los compromisos venideros'.



José Néstor Lino, presidente de Colsecor

DIO QUE HABLAR.  
PERO PREFIERE VOLVER A HACER REÍR.



ESTRENO EXCLUSIVO PARA LATINOAMÉRICA

ANGER MANAGEMENT

JUEVES 21:30 HS (ARG)  
10:30 PM (MEX)



MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

CHILE / BOLIVIA / PERÚ

ARGENTINA / URUGUAY / PARAGUAY

BRASIL

luis.bolin@turner.com  
Tel: (52-55) 5089-8372

Gerardo.Molina@turner.com  
Tel: (54-2) 367-2289

Juan.Belassian@turner.com  
Carlos.Cordero@turner.com  
Tel: (54-11) 4310-2100

Anthony.Beylo@turner.com  
Tel: (55-11) 5501-6700



## COOPERATIVAS, LISTAS PARA LANZAR IPTV



**Darío Oliver, de Catel**

Las cooperativas de Argentina tuvieron un lugar destacado en la última edición de Next TV South America Summit, que se realizó en Buenos Aires, donde el tema principal fue su ingreso al negocio de IPTV.

**Darío Oliver**, presidente de **Catel**, la Cámara de Cooperativas, señaló que está encarando su proyecto de IPTV con su alianza **CrearTV**, para tener 'más masa crítica en la compra'. Resumió todas las maneras de ver TV, incluyendo aquellas bajo demanda y OTT (**YouTube, Netflix, Arnet Play, On Video, Vicoo, Qubit, Vesvi, CDA, Moviecity Play** y **ESPN Play**), y **Catch**

up TV que dan **Telefé** y **Canal 13** de Buenos Aires. Entre los dispositivos nuevos se destacan los STBs de **Google** y **AppleTV**.

El 74% de los que tienen banda ancha ve TV a través de su dispositivo móvil, y el 37% de éstos lo hace regularmente. Además, un tercio hace comentarios en las redes sociales. La solución de **Catel** tiene acceso a OTT pero será complementario y habrá desarrollos de TV con foco en lo local, HD y los 16 canales de TDA (TDT, todo con middleware de **Minerva**).

Como mensaje a las cooperativas dijo que tienen que 'retomar la iniciativa y hacer las inversiones necesarias'. El 5 de julio la Cooperativa de Santa Rosa inauguró su servicio



**Mario Durante y Oscar Grasso, de Azul**

de televisión por cable con la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, con red de fibra coaxial. Espera que sea el puntapié final para que se destraben otras licencias. Está todo listo en Gobernador Gálvez, **Telpín** de Pinamar y **Cooptel** de Morteros, Córdoba.

En su exposición, **Wálter Racca** de **Cooptel**



**TelViso: Horacio Vitullo, Carola Partarrie, Diego Mennear, Adrián Domini y Marcelo Paredes**

dijo que hace 20 años que las cooperativas buscan operar el servicio de TV, y que sólo 20 tienen licencia. Ahora empezó a poner FTTH sin dejar de usar el cobre que ya tenía. Hoy **Cooptel** ofrece 5 megas y el objetivo es llegar a 20 megas para IPTV y VOD. En conjunto con **Catel** compraron **Minerva, Verimatrix** y **Edgware**. La ingesta para VOD se hace en un sólo punto (Del Viso) y luego se transfiere a los demás. También hay algo de widgets y OTT.

Entre las fortalezas de la organización, **Racca** destacó la atención 24 horas. Refiriéndose a su razón de ser como cooperativa, remarcó que 'un excedente no es un lucro'.



**Walter Catalano y Gabriel Casaliggi, Cooperativa Batán**



**Alejandro Vivier y Gabriel Alvarez de CoopSAR, Sarmiento, Chubut**

## TBS VERYFUNNY: SEGUNDA TEMPORADA DE ANGER MANAGEMENT

**Turner** anunció que **TBS veryfunny** emitirá para toda Latinoamérica, la segunda temporada de **Anger Management**, luego de que su realizadora, **Lionsgate**, confirmó el inicio de la producción para el próximo 24 de septiembre.

Durante su primera temporada en Estados Unidos, **Anger Management** obtuvo un

promedio de 4,53 millones de espectadores totales, y 2,5 millones en los adultos de entre 18 y 49 años.

**Felipe De Stefani**, SVP y gerente general de los canales de tendencias de **Turner**, dijo: 'Tener en forma exclusiva 90 nuevos episodios de esta sitcom, significa un paso importante para seguir consolidando la marca TBS en la región. Hoy,



**Felipe De Stefani**

más de 21 millones de abonados eligen diariamente nuestro catálogo de contenido, pensado y seleccionado para toda la familia.'

En la comedia, **Charlie Sheen** interpreta a **Charlie Goodson**, un terapeuta que se dedica a enseñar a sus pacientes cómo manejar la ira.

lo que tus abonados quieren. lo que tu negocio necesita.  
más y mejores películas

# cuando quieren



# donde quieren

**moviecity**  
moviecityplay.com





## LIBERTY GLOBAL: VTR A LA VANGUARDIA DE LA CONVERGENCIA

### TRAS SU EXITOSO LANZAMIENTO MÓVIL

Mauricio Ramos, presidente de Liberty Global para Latinoamérica, dijo estar 'muy satisfecho' con los resultados obtenidos hasta hoy del servicio de telefonía móvil, que lanzó VTR en mayo. 'La campaña publicitaria fue bien recibida, y el producto trajo grandes innovaciones al mercado móvil chileno. La red móvil permaneció estable, con indicadores de calidad de primer nivel y los clientes expresan altos niveles de satisfacción. Nuestro indicador de *Net Promoter Score (NPS)* para el negocio móvil es de los más altos de la industria móvil en Chile', afirmó.

Además, destacó que los resultados comerciales han sido 'fenomenales', ya que en casi cuatro meses la propuesta logró captar más

de 70.000 clientes, más de la mitad suscriptores de post-pago y 'estamos acelerando las tasas de crecimiento. El equipo en Chile ha hecho una gran labor', añadió.

#### CONVERGENCIA FIJO-MÓVIL Y EMPAQUETAMIENTO

'Estos son los primeros pasos en la convergencia fijo-móvil. El avance es prometedor y augura una nueva e interesante línea de negocios para VTR y para los operadores de cable en general. Para nosotros puede significar la más robusta rama de negocios de crecimiento a futuro. Es una forma de apalancar una marca, una base de clientes leales y una infraestructura de



Mauricio Ramos

servicio al cliente que ya existe'.

Ramos explicó que el 80% de los suscriptores móviles son clientes del negocio fijo de triple play. 'El empaquetamiento fijo-móvil es una realidad y los clientes nos aceptan como una opción válida, natural y querida para los servicios móviles. La tasa de empaquetamiento de VTR ya es una de las más altas de la industria, alcanzando en promedio 2,14 servicios por hogar. Con la nueva oferta de voz y datos móviles esa tasa de empaquetamiento va a alcanzar nuevas dimensiones'.

#### INNOVACIÓN PIONERA

'Innovamos mucho con el diseño del producto móvil. Como atributo diferenciador, se destaca que se permite al usuario conservar sus minutos no usados en un mes para el mes siguiente, y se ofrecen planes de llamadas ilimitadas dentro de la red móvil de VTR, y entre la red fija y la red móvil nuestra. Esto apalanca nuestra base de clientes fijos y da gran valor y funcionalidad a los clientes', señaló el ejecutivo.

Y agregó: 'A los nuevos clientes de banda ancha móvil de VTR que sean clientes del negocio fijo, les doblamos la velocidad de la banda ancha fija en sus hogares. Así, que estamos muy contentos con los resultados iniciales. Han sido tres años de inversión y todavía falta mucho camino por andar, pero los resultados iniciales son maravillosos'.

'Me alegro mucho de estar a la vanguardia de la convergencia fijo-móvil en el mundo del cable, dentro del Grupo Liberty Global y a nivel mundial. Son muchos los ojos que están pendientes de saber si este experimento va a funcionar'.



## ONELINK EN PUERTO RICO

Sobre la adquisición de One Link de Puerto Rico, Mauricio Ramos, presidente de Liberty Global comentó: 'Nos dio mucha satisfacción anunciar esa noticia. Por años habíamos operado con gusto en las zonas alrededor de San Juan, pero ahora Liberty Puerto Rico se integrara con One Link y entramos en la capital'.

La empresa combinada cubrirá unos 700.000 hogares pasados, cerca del 70% del territorio de ese país, y operará en las ciudades y zonas más importantes. 'Esto nos permite dar pasos de consolidación en ese mercado y alcanzar una dimensión interesante, con 500.000 servicios y más de USD 300 millones en ingresos'.

#### MGM, COSMO Y PRAMER

En cuanto a la oferta de contenidos, Ramos confirmó: 'Cerramos recientemente un par de transacciones en el mundo de los contenidos que nos ayudaran a construir una plataforma muy interesante de TV paga para la región.

Por un lado, adquirimos el portafolio de canales de TV Paga de MGM a nivel mundial, dentro del cual está incluido el 50% de MGM Networks Latin America que no era nuestro. Y en otra transacción, lo propio a Hearst del 50% del Cosmopolitan que nos faltaba'.

Y concluyó: 'Quedamos con la propiedad plena de los canales MGM, Casa Club y Cosmopolitan en la Región. Ahora, estamos combinando estos canales con los Pramer para crear una plataforma alternativa de contenidos de TV paga'.



The Godfather TRILOGY



MGM HD

EL ÚNICO CANAL DE PELÍCULAS SIN INTERRUPCIONES 24 HORAS AL DÍA  
CON LA MEJOR CALIDAD EN ALTA DEFINICIÓN.



## LIBERTY GLOBAL: VTR A LA VANGUARDIA DE LA CONVERGENCIA

### DIGITALIZACIÓN, HD Y VOD

‘Continuamos digitalizando la base de clientes rápidamente. Nos acercamos ya a un 70% de los hogares digitalizados. La gran mayoría tiene acceso a VOD y lo está utilizando. Se están haciendo más de 2 millones de streams al mes, es decir, más de dos por hogar, y sigue en aumento. Es el resultado de dar a los clientes servicios de *catch up* en VOD de la programación lineal por la que ya pagan. No es una fuente de nuevos ingresos, pero sí es valor agregado para el usuario, satisfacción y fidelidad’, completó.

Sobre la alta definición, Ramos afirmó

que llegó a la región ‘a pasos agigantados’. Y comentó: ‘Parece que fue ayer cuando VTR lanzó el primer canal HD de la región. Hoy hay más de 20 en la parilla en Chile, y la cifra sigue aumentando. Ya más de una cuarta parte de la base de clientes tiene paquetes con HD, e incluso tenemos ya VOD con 3D’.

### 1GHz y Docsis 3.0

‘Hace un par de años empezamos un plan de inversión para llevar toda la red de VTR a 1GHz. Es la primera operación del Grupo Liberty Global en la cual lo hacemos. En Chile, las velocidades de Internet son las más altas de la

región, el consumo de banda ancha se acerca al Giga por usuario --niveles iguales o superiores a los de Estados Unidos y Europa-- y hay una creciente demanda por la alta definición. Así que llevar la totalidad de la red a 1GHz es un imperativo’, enfatizó Mauricio Ramos.

Al mismo tiempo, en el 2011 concluimos el Proyecto Docsis 3.0 y hoy la totalidad de los 2.1 millones de hogares con red bidireccional de VTR en Chile tienen esa disponibilidad. El cable es la tecnología líder en alta velocidad y los clientes valoran esa superioridad de la red. En Chile ofrecemos hasta 120 Mpbs. Pero el “producto estrella” está en los 20 Mpbs’.

## CLARO CHILE: DESAFÍO EN CRECER EN HFC



**Pablo Astudillo**, gerente Contenido y Web de Claro de Chile, participó la edición 2012 de NexTV South America Summit en Buenos Aires, donde afirmó que, de los 4,5 millones de hogares en Chile, el 42% tiene TV paga.

‘En tres años, Claro alcanzó el 21% de participación, e hizo crecer el mercado de TV satelital en un 75%, y el de cable en un 25% (ex SappTV)’, comentó y afirmó que la penetración en Chile está ‘algo estancada en el 40%’, y que lanzar más minibásicos podría ‘canibalizar al medio’.

Claro tiene 1,8 millones de hogares pasados y utiliza un 10% de eso. Su principal desafío es el crecimiento en HFC, lo que le permite dar triple

play. Tal vez el crecimiento pueda ser mayor en DTH, pero tiene ahí limitaciones como en el número de señales. ‘Dar más señales no es sinónimo de mejor programación, pues el público ve un 5% del total’, opinó Astudillo.

Desde febrero, la empresa tiene disponible el servicio de VOD a nivel nacional. Inicialmente, se accedía mediante una aplicación de **Microsoft**, que luego se eliminó, priorizando la entrada al portal **Claro VOD** que les provee **DLA**, hoy subsidiaria de **América Móvil**.

‘Los géneros más vistos son 34% acción, 34% infantil, 9% comedia y un menor porcentaje de romance y documentales. El 83% consume las películas dobladas’, detalló. Por ahora el servicio no cuenta con contenido adulto. Astudillo dijo

que las promociones en redes sociales funcionan, y que se liberará el VOD por suscripción y aumentará el contenido nacional.

Claro lanzará en los próximos meses el servicio OTT, primero como un complemento para sus clientes de DTH, ya que hasta ahora ‘es más satisfactorio el VOD que OTT’.

El segundo día estuvo para hablar de su proyecto **TuPSU**, una iniciativa para preparar a los jóvenes en su examen pre-universitario. El sitio tuvo más de 116.000. El objetivo era mostrar a Claro como una compañía de televisión, acercar la marca y agregar concepto de responsabilidad social empresarial.



Pablo Astudillo

## ESPN RENUEVA ACUERDO CON LA MLB



ESPN cerró un acuerdo con la **Major League Baseball** (MLB) para la extensión por ocho años de los derechos para la transmisión multiplataforma en varias regiones, lo cual incrementa los contenidos de las grandes ligas del béisbol de Estados Unidos en la cadena deportiva.

**John Skipper**, presidente de ESPN, comentó: ‘Estamos emocionados de renovar nuestro acuerdo con El Béisbol de las Grandes Ligas, el cual existe desde hace mucho tiempo, para la próxima década. Es una excelente propiedad. El enorme

alcance de lo que adquirimos ofrecerá a los fanáticos más béisbol en vivo y más maneras que nunca de tener acceso a contenido de béisbol’.

Con vigencia entre 2014 y 2021, la extensión del acuerdo cubre los derechos para Estados Unidos, Europa, América Latina, Medio Oriente, África, Israel, Australia, Nueva Zelanda, las Islas del Pacífico y cruceros, aumentando los derechos de ESPN en TV, medios digitales y radio.

Esto se traduce en la transmisión de los juegos de Spring Training, más de 125 juegos

de la temporada regular de MLB (entre ellos, los juegos en Sunday Night, Monday Night y Wednesday Night Baseball de ESPN), el MLB All Star Weekend (incluyendo el All Star Game, State Farm Homerun Derby, Futures Game y Celebrity Softball Game), uno de los juegos Wild Card Playoff presentado por Budweiser, dos de las cuatro series de las divisiones, una de las series del campeonato de las ligas (alternando entre la Liga Nacional y la Liga Americana cada temporada), y todos los juegos de la Serie Mundial.

The only **CONCERT CHANNEL** in Latin America

Destination channel designed with avid music lovers in mind. Viewers are offered concerts and performances from the most relevant artists on a multi-platform, multi-screen experience.

- Launched in 2010, features concerts in high definition and audio Dolby 5.1
- Premieres guaranteed every weekend
- Delivers the best concert experience technology allows
- Concert Channel HD has become the perfect companion piece for any music fan!

WWW.CONCERTCHANNELTV.COM  
dlainfo@dlatv.net

Powered by  
**DLA**



## DIRECTV CHILE COMENZÓ A EMITIR EN 3D Y APUESTA A LA VARIEDAD DE FORMATOS



Pamela Gidi, directora de Marketing y Programación

Pamela Gidi, directora de Marketing y Programación de DirecTV Chile, señaló a PRENSARIO: 'Estamos muy orgullosos de los resultados que hemos conseguido este año, en los tres pilares fundamentales: tecnología, programación y servicio.'

'En tecnología, fuimos pioneros en lanzar transmisiones en 3D con contenidos deportivos, conciertos y películas. En programación, uno de los grandes hitos fue nuestra cobertura de los Juegos Olímpicos, la más completa en toda la historia del evento. Por otra parte, en servicio, nos convertimos por segundo año consecutivo en la operadora de TV de pago ganadora del premio ProCalidad, que anualmente

mide la satisfacción de clientes con empresas que les prestan servicios, a través de 30.000 encuestas directas.'

### PRINCIPALES INVERSIONES Y SERVICIOS

'Hemos implementado la tecnología de transmisiones 3D directo al hogar, entregando un servicio adicional a nuestros suscriptores con HD, y también nos hemos enfocado en mantener nuestros estándares de calidad en todas nuestras transmisiones en los diferentes formatos', explicó Gidi.

'DirecTV ofrece a sus clientes la mejor experiencia televisiva, poniendo a su disposición contenidos deportivos y de entretenimiento que son exclusivos. También ofrecemos transmisiones en formatos para todos los gustos (HD, 3D, streaming y definición digital estándar), planes y packs a la medida de los diferentes segmentos del mercado y opciones tecnológicas que facilitan la vida de nuestros clientes.'

Y añadió: 'Recientemente en Chile lanzamos nuestra plataforma de E-Commerce para contratación en línea. Además, contamos con la herramienta Control Plus, que permite programar grabaciones en el decodificador desde cualquier lugar a través de Internet y la posibilidad de hacer consultas técnicas por medio de las redes sociales en @DirecTVServicio.'

### NOVEDADES EN PROGRAMACIÓN

En lo que respecta a programación, la ejecutiva adelantó que se realizará una 'completa cobertura' de las temporadas 2012-2013 de

fútbol europeo, que comenzaron a mediados de 2012 y terminan el primer semestre de 2013, incluyendo la Liga BBVA de España y la Ligue 1 de Francia.

Desde septiembre, los suscriptores también podrán acceder a los partidos de clasificación jugados de local para la Copa Mundial de la FIFA Brasil 2014 de las selecciones alemana y francesa. Otra novedad, comentó Pamela Gidi, es la Copa Alemania (DFB Cup), con la emisión de al menos 19 partidos en exclusiva, incluyendo octavos, cuartos, semifinales y la Copa Francesa (Coupe de France), con al menos 15 partidos, incluyendo octavos, cuartos, semifinales y final.

'Continuaremos ofreciendo los mejores contenidos exclusivos del mundo del entretenimiento por nuestros canales propios, On-DirecTV y DirecTV HD Showcase. También seguiremos presentando eventos exclusivos en formato 3D, con lo más destacado del cine, la música y el deporte', completó.

### MERCADO CHILENO

Sobre el mercado local de televisión, la ejecutiva opinó: 'Es un mercado altamente competitivo y el cual se enfrenta al desafío de seguir creciendo en el contexto del aumento de la piratería a través de decodificadores que captan de manera ilegítima señales de TV paga. Ahí los operadores tenemos gran desafío de educar a la población.'

# Sólo tus abonados tienen la clave para que la TV se vuelva online.



La solución más simple es siempre la mejor: TV ONLINE AUTENTICADA. Para que tus suscriptores puedan ver lo mismo de la TV pero Online, gratis y legal. Sólo con cargar en nuestra plataforma el usuario y clave que vos le brindes. Abonados felices. Y un negocio que sigue creciendo.



www.foxplay.com



Argentina: (541) 4103 1000 / Centroamérica: (502) 2247 2700 / Chile: (562) 750 6000 / Colombia: (571) 610 7044  
México: (5255) 9188 6808 / Venezuela: (58212) 820 3200 / Perú: (511) 712 8349

## NOVEL SUPER TV: BUSCA EXPANDIRSE EN LATINOAMÉRICA

Novel Super TV, el proveedor mundial de CAS, sigue apostando fuertemente en Latinoamérica. Tras haber asistido a ABTA en Brasil en agosto, la compañía está buscando un ejecutivo de ventas para la región: 'Procuramos una persona con experiencia en la industria de la TV digital', explicaron desde la empresa.

Novel Super TV asistirá a CAPER en octubre en Argentina, promoviendo su nueva plataforma DRM que integra el CAS (DVB-C/S / T, Mobile), el DRM (OTT, IPTV), y otros productos.



Novel Super TV en el último ABTA: Richard Phelps, Tracy Yue Qian, Cloud Lou y Tim Shuzhangyi



## GTD: 200.000 CLIENTES, CON CRECIMIENTO EN EL SECTOR PYME

ADQUIRIÓ FLAYWAN, DE COLOMBIA

**Fernando Gana**, gerente general de **Gtd**, destacó a **PRENSARIO** el hito que marcó para el grupo, la adquisición de la empresa **Flaywan** que, con sede en las seis ciudades más importantes de Colombia, está orientada a ofrecer servicios de telecomunicaciones a nivel corporativo. Esto marca para **Gtd**, su 'internacionalización' como empresa, afirmó.

Por otro lado el segmento hogar presentó un crecimiento superior al 30%, de la mano de **Telsur** y **Gtd Manquehue**. También lanzamos a nivel nacional nuestro servicio de telefonía móvil, con **Gtd Móvil** y ya en un corto plazo, tenemos más de 5.000 clientes suscriptos.

Ha sido un año bastante positivo, con situaciones que nos han llevado a replantearnos nuestro horizonte y que además ha estado marcado por importantes hitos, que nos hacen proyectarnos en el tiempo con un crecimiento sostenido e inteligente de la compañía', remarcó Gana.

Actualmente, el Grupo **Gtd** posee más de 200.000 clientes. 'De estos, el 80% corresponde al sector residencial y el 20% restante, a corporaciones. Respecto al crecimiento, esperamos tener un crecimiento significativo en el segmento empresas pequeñas y emprendimientos (Pymes).'

### SERVICIOS

La oferta principal está dada por servicios corporativos, tales como telefonía, Internet, data center, telefonía IP, redes de datos, servicio de telefonía móvil y satelital. También tenemos

los denominados servicios hogar, orientados a clientes particulares. Entre los servicios disponibles tenemos: televisión por cable, Internet, banda ancha, banda ancha móvil, telefonía fija y telefonía celular.

'Además, ofrecemos a nuestros clientes (sin costo adicional) la posibilidad de cambiar el cableado tradicional a fibra óptica', completó.

### PRINCIPALES INVERSIONES

En términos de inversiones, Fernando Gana detalló todos los proyectos en marcha, destacando la actualización de la plataforma de televisión en cuanto a sus sistemas de codificación, la integración de la codificación HLS, MPEG y H264. 'De esta manera estamos preparando nuestra plataforma para los servicios OTT', agregó.

En cuanto al área de redes, **Gtd** está invirtiendo 'muy fuerte' en la interconexión de las ciudades como Viña del Mar, Valparaíso, Santiago, Concepción y el resto de las ciudades del sur, 'aumentando la red de fibra óptica, mejorando así la infraestructura de nodos y la administración de dispositivos de los usuarios'.

También dijo: 'Tenemos un nuevo Data Center de 1500 metros cuadrados, llegando a 3.500 metros cuadrados totalmente utilizados.



Fernando Gana, gerente general de **Gtd**

Para mediados del 2013 esperamos tener operando un nuevo Data Center de 2.500 metros.

Y completó: 'Sumado a todo esto está la fuerte inversión que realizamos en Colombia, para instalar una completa red de fibra óptica para servicios corporativos.'

### SERVICIO DE IPTV

'Durante el 2012 el crecimiento de la plataforma IPTV ha sido muy bueno, particularmente con la incorporación de nuevas ciudades menores, a la cobertura del servicio y la expansión del servicio de fibra óptica a la casa (FTTH), que ha permitido llegar con la mejor calidad de señal y un servicio altamente estable para las condiciones de lluvia del sur de Chile. Hoy la cobertura de FTTH llega a un 15% de la cobertura de las principales ciudades del sur de Chile.'

### PROYECTOS A FUTURO

'Tenemos planes de fuerte inversión en fibra óptica, data center, interconexión y sobre todo en cuanto a consolidar nuestra posición en Colombia luego de la adquisición de **Flywan**. Otro punto importante, es la implementación de los servicios OTT durante lo que queda del 2012-2013', concluyó el ejecutivo.



## CHILE: ENTEL ENTRA A COMPETIR EN TV PAGA

**Entel** Chile lanzará un servicio de telecomunicaciones inalámbricas fijas en lo que resta del año, atacando zonas menos servidas por **VTR**, telcos competidoras, **DirectTV** y **TuVes HD** y utilizando programación provista por la mayorista **Media Networks**, de **Telefónica**.

Se proveerá telefonía, acceso a Internet y TV inalámbricos --incluyendo canales HD sin cargo-- comenzando en el sur de la ciudad de Santiago y extendiendo a zonas rurales, sin la necesidad de tender redes extensas y a precio competitivo. El producto se denominará **Entel**

**Hogar** y se podrá adquirir uno o más servicios y utilizar los receptores telefónicos para enviar SMS y otras prestaciones digitales de avanzada. La banda ancha móvil tendrá nivel 3G.



# QUE UNA BUENA IDEA NO TE AGARRE DORMIDO. PROGRAMACIÓN 24Hrs.

UNA IDEA CAMBIA EL MUNDO CUANDO SE COMPARTE.

**WOBI**  
World of Business Ideas

EVENTOS  
TELEVISIÓN  
REVISTA  
WOBI.COM

América Latina: Alejo Moyaga Molina - amolina@wobi.com  
México: David Peredo - dperedo@wobi.com  
Cono Sur: Javier Azenso - jazenso@wobi.com

f /wobi.es   t /wobi.es   y /wobi

Powered by  
**HSM**  
Marketing



## PACÍFICO CABLE PROYECTA CRECER 20% EN 2013

APUESTA A INTERNET, TELEFONÍA IP Y AMPLIAR EL TRIPLE PLAY



Ángelo Cerda, gerente general de Mundo Pacífico

Ángelo Cerda, gerente general de Pacífico Cable, remarcó a Prensario que el balance del año viene siendo 'sumamente positivo', porque la compañía ha logrado posicionarse como un competidor de Triple Play en el mercado chileno, 'que cada vez es más exigente, y con espacios más estrechos', afirmó.

'Recientemente hemos logrado figurar en la estadística nacional de TV paga, producto de haber alcanzado un 2,6% de participación en la industria formal. En el año 2013 pretendemos obtener un 20% de crecimiento, basado principalmente en los servicios de Internet y telefonía IP, y en el inicio de explotación de Triple Play en las seis localidades que aún no lanzamos, y que estarán habilitadas para estos servicios durante el próximo año.'

### PRINCIPALES LOGROS DEL AÑO

En cuanto a los principales objetivos alcanzados, Cerda destacó: 'Mantuvimos nuestro crecimiento constante de clientes. Logramos cumplir con los objetivos planteados de nuevos servicios, llegando a una media de dos servi-

cios por cliente y con alto porcentaje de clientes con tres servicios.'

'Hemos mejorado sustancialmente la infraestructura de varias sucursales, comenzamos la implementación de nuevos medios de pago, mejoramos sustancialmente el nivel y calidad de atención de nuestro Contac Center, alcanzando una alta tasa de soluciones remotas, acorde a la calidad de servicio que prometemos', añadió.

Además, explicó que Pacífico Cable se adecuó a las nuevas reglamentaciones de telecomunicaciones (neutralidad de redes, portabilidad numérica, etc.), y remarcó acuerdos con proveedores 'estratégicos' de la industria (insumos críticos) que le permiten mejorar su oferta, 'entregando productos de excelente calidad, y a precios sumamente competitivos'.

Finalmente, detalló 'Completamos un ambicioso plan de acciones de RSE en nuestra zona de operación, acorde a nuestra historia y a la responsabilidad que asumimos de aportar a la comunidad con valores adicionales a las soluciones que proveemos. Estas acciones son muy valoradas por nuestros clientes, siendo otro elemento que nos sigue diferenciando y consolidando'.

Entre los servicios de Pacífico Cable, Angelo Cerda enumeró el servicio de televisión con planes estándares y premium, Internet con diversos planes de velocidad, telefonía IP con planes de cuenta controlada, y servicios adicionales y complementarios a los principales.

### INVERSIONES

Este año, la compañía ha invertido en la habilitación (upgrade) de cinco localidades en las que inició la explotación de Triple Play. También, indicó Cerda, ha extendido la red de fibra óptica en la región, 'lo que nos permitió, a la vez, generar nuevos acuerdos de intercambio con nuestros proveedores de transporte, logrando de esta forma el respaldo de nuestros servicios'.

'Para fin de año tenemos planificado implementar nuestro primer Head End digital. Esta solución nos permitirá ofrecer nuevos servicios y superarnos en calidad, y principalmente generar una nueva experiencia para continuar fidelizando a nuestros clientes'.

También afirmó que se encuentra en 'exploración de nuevos canales', conversando primeramente con sus proveedores amigos, 'quienes tendrán la prioridad de estar presentes en nuestro mundo digital', completó.

### PROYECTOS 2013

Sobre los principales proyectos que la empresa encarará en 2013, el gerente general destacó: 'Seguiremos actualizando nuestras redes de transmisión para terminar el año con el 100% de ellas aptas para la prestación de servicios de Internet y telefonía IP. También incorporaremos nueva programación al paquete Premium y nuevos planes digitales con atractivos canales en alta definición'.

Y concluyó: 'Seguiremos incrementando la velocidad de nuestros planes de Internet, presentaremos nuevos y más atractivos planes de telefonía IP. Y, a mediados de 2013, implementaremos un cuarto servicio principal, sobre el que estamos trabajando en estos momentos, y con el cual pretendemos sorprender al mercado'.

## EL MEJOR PROGRAMA PARA LA FAMILIA, ES ESTAR JUNTOS.

Desde hace más de dos décadas en todos los hogares del país la gente elige ver Telefe. Porque en nuestra pantalla encuentran figuras de primer nivel, programas exitosos y propuestas variadas para toda la familia. Somos el canal elegido por los argentinos y eso nos llena de orgullo.



telefe siempre juntos  
telefe.com



## PARAGUAY: EL NUEVO CONTEXTO DEL MERCADO DE TV PAGA

POR GABRIEL CARBALLO, DIRECTOR COMERCIAL DE RED MULTICABLE

Desde hace un par de años, venimos diciendo que Paraguay está dando que hablar en la industria de la TV paga, y el 2012 no es la excepción. Una vez más somos noticia, no solo por el inesperado cambio de gobierno, sino por la reciente adquisición por parte de la compañía **Millicom (Tigo)** de la operación de **Cablevisión** en este país.

Se informó que la compra se concretó en 150 millones de dólares, por aproximadamente 120.000 abonados. Consta de un sistema de cable en Asunción y un UHF con distribución, principalmente en el Gran Asunción, aunque la vedette del contrato son los derechos exclusivos del fútbol paraguayo hasta el 2020 inclusive.

Desde hace aproximadamente un año, Tigo venía realizando un cableado en el conurbano asunceno, que a partir de ahora se sumará al adquirido en Asunción. De esta forma, se aseguran el liderazgo en esta industria sumado al que ya poseen en telefonía móvil e Internet. A través de esta red se espera que Tigo vaya incorporando servicios de valor agregado lo que servirá para el desarrollo de esta industria en el país.

Los pequeños cableoperadores del interior se mostraron preocupados por el avance de esta compañía en su industria, pero personalmente

creo que lejos de buscar competir con ellos, Tigo buscará alguna alianza que les permita realizar un negocio conjunto complementando a los mismos con productos y servicios que ellos no poseen, por ejemplo, Internet.

Por su parte, **Claro TV** avanza de manera sostenida con su sistema DTH, lanzando nuevos y variados contenidos y llegando a más ciudades. Se dice que ha superado los 50.000 abonados y que espera llegar a los 100.000 en el próximo año. Además se habla que en un futuro no muy lejano hará uso de la licencia de cable obtenida para la ciudad de Asunción saliéndole a competir de igual a igual a Tigo.

El otro DTH, **TuVes**, ha mejorado su oferta con la inclusión de las señales **Fox Sports** y **Fox Sports+** a su grilla de programación, algo largamente esperado por los televidentes. Si bien esto ayuda a la comercialización de su servicio, creo que deberían revisar las barreras de entrada para estar más competitivos en el mercado. Tal vez sea con ese objetivo, que decidieron enviar a un ejecutivo de la empresa a vivir Paraguay. Sin duda, potenciar su crecimiento y dar batalla a los jugadores ya mencionados, serán sus principales desafíos.

Para finalizar, el último en entrar en la conversación es **Copaco**, la empresa pública prestadora



de servicios de telefonía básica, móvil, internet y ahora TV paga. Cuenta con un sistema IPTV de última generación. Algo así como la Ferrari en la Fórmula 1. Tiene la oportunidad única de armar un Cuádruple Play con licencia para todo el país. Seguramente, deberá adaptar gran parte de sus redes para conseguir el objetivo, pero sin duda está frente a una oportunidad que debe aprovechar principalmente en el interior del país, donde todos los sistemas de TV por cable existentes son analógicos, y cualquier sistema digital será muy bien recibido.

Si damos una mirada a la TV gratuita, veremos que no se han realizado avances de importancia en materia de TV digital. Aparentemente, los costos exceden la capacidad de generar ingresos que la justifiquen. Por este motivo, no hay todavía fecha para el apagón analógico. Por su parte, el gobierno pasado tampoco demostró gran interés en desarrollar la TV pública digital, por lo que habrá que ver si el actual le imprime un mayor impulso a su desarrollo.

## COPACO PARTE CON IPTV

La última edición de NexTV South America Summit tuvo a **Eudes Benítez** y **Nilton Amarilla** de **Copaco** Paraguay, a cargo de una conferencia sobre el despliegue de IPTV en su país, que opera desde junio pasado.

Copaco es una compañía de telefonía básica alámbrica con un índice de penetración bajo para Latinoamérica, a la que luego sumó Internet y ahora IPTV. Benítez precisó que 'tiene la interactividad de la que carecen otros protocolos.'

Explicaron que tuvieron que readecuar la red de telefonía con **Zte** de China. Se trata de

una única red multiservicio, con la última milla para ADSL2+. En Paraguay la TV no superaba el 12% y ahora con **Claro** llega al 15%, por lo que hay expectativas para su cobertura nacional, incluso compitiendo con **Cablevisión** en Asunción.

El servicio incluye SD y HD, televisión diferida, VOD, Mosaicos, correo electrónico, música, contenidos de Internet, TV y publicidad. Se apuesta a que cada cliente tenga un mínimo de 10 megas. OTT lanzarán este año.



Eudes Benítez y Nilton Amarilla

El mercado ilegal lo consideran en el 50%, originado por el DTH, y esperan que los proveedores de contenido actúen en ese sentido.



AMERICA  
Internacional



NOTICIAS

ESPECTÁCULOS

ENTRETENIMIENTO

PERIODISMO

DESDE ARGENTINA AL MUNDO

Comercialización de Señales  
America TV S.A.

Adriana Molina  
Tel: + 54 11 4110 5155 Int:7845  
Cel: + 54 9 11 3107 6261  
amolina@america2.com.ar

Fabián Casella  
Tel: + 54 11 4110 5155 Int:7844  
Cel: + 54 9 11 3107 6577  
fcasella@america2.com.ar

www.america2.com.ar  
Honduras 5952 Piso: 3 | C1414CHX | CABA |





## MONTECABLE: FOCO EN LA OFERTA DE CONTENIDOS Y EL POSICIONAMIENTO EN OTT



Miguel Benavente

Miguel Benavente, asesor del directorio de Montecable, dijo a PENSARIO: 'Montevideo es tal vez la ciudad más competitiva de la región, con seis empresas prestando servicios de TV paga a lo que hay que sumar una feroz y desleal competencia que consiste en la constante y creciente aparición de configuraciones satelitales no autorizadas que permiten ver las señales que nosotros comercializamos'.

En un mercado de estas características, señaló como logros significativos, el seguir manteniendo la base de clientes y consolidar el producto HD.

En cuanto a los servicios de Montecable, Benavente detalló: 'En la oferta del básico digital, cuya más reciente incorporación es Film & Arts, hay 72 señales nacionales e internacionales de los más variados géneros, dos radios y 50 canales

de audio (música). Y completó: 'Incluyendo las señales que integran los paquetes y el Premium la oferta alcanza a 138 señales. El servicio PPV cuenta con 11 canales de cine y tres con entretenimiento para adultos. La oferta de 19 señales en alta definición (paquetes básico y Premium) es un notorio diferencial en Uruguay por su cantidad y variedad'.

'Si a la alta competitividad del mercado de Montevideo le sumamos ofertas de contenidos similares por parte de las empresas concluimos en un básico digital saturado. Por lo tanto, uno de los objetivos donde se centra nuestra expectativa de crecimiento es en el HD debido a la aceptación del formato entre nuestra cartera de clientes', explicó el ejecutivo.

### PRINCIPALES INVERSIONES

'Hace un año y de acuerdo al nuevo concepto de ver programación "cuando quieras donde quieras", comenzó a implementarse Click & Play, un servicio de VOD y televisión en vivo donde nuestros clientes pudieran acceder, a través de nuestra web, a la programación de ESPN (ESPN Play) y Moviesty (Moviesty Play). Próximamente estarán disponibles los contenidos de Fox Play, Hot Go y Turner', detalló.

Y comentó que simultáneamente, la empresa trabaja en el desarrollo de una solución para administrar los contenidos lineales, 'los que prestaremos vía IP y otras aplicaciones, que

estarán disponibles en diversos dispositivos'.

Sobre la digitalización de sus sistemas, Benavente señaló:

'Desde 2005, Montecable fue un referente al comenzar a implementar la digitalización. Hoy nuestros clientes tienen como mínimo un decodificador digital por hogar'.

### PROYECTOS 2013

'Hay distintos aspectos sobre los que Montecable pone especial énfasis, buscando consolidar sus logros: mejora en la atención integral del cliente, mejora permanente de la oferta de contenidos y posicionamiento en OTT'.

Continuó: 'La lucha contra la piratería merece un párrafo aparte ya que Montecable participa activamente promocionando eventos al respecto, trabajando junto a actores de Uruguay (cámaras, autoridades) y en foros regionales. Cabe mencionar un reciente logro de esa actuación conjunta: el decreto por el cual se prohíbe la venta y circulación de decodificadores AZ box y marcas similares'.

Y concluyó: 'Como compromiso ante la sociedad y el medio ambiente desarrollamos actividades de Responsabilidad Social Empresarial con diversos programas entre ellos el de reciclaje de chatarra electrónica y papel'.



Carolina Cosse

por el diario El País.

Bajo el sistema actual, los cableoperadores pueden ser 'distribuidores' de Antel en acceso a Internet pero no controlar el servicio. Es el único país de Sudamérica donde existe tal restricción, objetada en forma reiterada por las entidades de la industria CUTA y Andebu.

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

## HOTGO

www.hotgo.tv



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

SEX TREME

PENTHOUSE

PRIVATE

CONTACTOS COMERCIALES// +54 (11) 4851 3700

Argentina, Uruguay y Paraguay: Omar Figliolla: ofigliolla@claxson.com

México, Centroamérica, Caribe, Perú, Ecuador, Colombia y Venezuela: Esteban Borrás: eborras@claxson.com

España, Portugal, Chile y Bolivia: Federico Carbonell: fcarbonell@claxson.com

## URUGUAY: PROPONEN COMPETENCIA A ANTEL EN INTERNET

Un proyecto de la oposición al gobierno presentado en el Senado uruguayo permitiría a los cableoperadores locales ofrecer acceso a Internet en forma directa, sin la mediación de la telco estatal Antel.

La empresa dirigida por Carolina Cosse vio reafirmado su control sobre la banda ancha, al obligar al gobierno a Claro, a dejar de utilizar su red de fibra óptica en accesos a Internet a fines de 2011.

Elsenador José Amorín presentó un proyecto de Ley de Telecomunicaciones que retiene para Antel el control de la telefonía fija pero libera el mercado de acceso a Internet, propone un Plan Nacional de telecomunicaciones a cinco años, favorece la posición de Ursec como ente regulador y propone aplicar un control de precios 'para evitar el abuso de las empresas dominantes' y 'facilitar la entrada a pequeñas y medianas empresas', de acuerdo a lo informado



## NUEVO SIGLO: CRECIMIENTO BASADO EN PAQUETES PREMIUM Y VOD

LANZÓ PLATAFORMA WEB *NS Now* Y PREPARA OTT

Eduardo Mandía, gerente general de **Nuevo Siglo**, dijo a **PRENSARIO** que el 2012 viene siendo un buen año, en lo que a resultados de negocio se refiere. 'Somos parte de una industria pujante y a pesar de estar en un mercado con una enorme competencia, hemos mantenido un crecimiento razonable a nivel del básico y sobre todo en nuestra cartera con productos de valor agregado, como el HD'.

'Lamentablemente estamos en el debe con servicios de datos e Internet, no porque no estemos preparados sino porque no contamos con la licencia para hacerlo. Como nuestros proveedores y clientes saben, hemos solicitado hace varios años la licencia ante la **Unidad Reguladora de Servicios de Comunicación (URSEC)** en Uruguay, pero aún no hemos obtenido una respuesta', explicó.

'Esto pone a Uruguay en una posición de desventaja competitiva con el resto de los países de la región y del mundo', completó.

### SERVICIOS

'Nuevo Siglo tiene una amplia oferta a nivel de contenidos. Contamos con un sistema básico digital con 70 canales que pueden llegar a más de 150 con los paquetes Premium de **HBO**,

**MovieCity**, etc. Además, cuenta con 13 canales con servicios PPV de cine y tres de adultos y 50 canales de audio digital', detalló Mandía.

'Tenemos 17 señales HD, lo que nos convierte en la oferta con mayor variedad y cantidad de canales en alta definición. A fines de 2011 lanzamos *NS Now*, un sistema de VOD y programación en vivo exclusivo para clientes de Nuevo Siglo, que permite acceder a contenidos de programación desde cualquier plataforma y en cualquier lugar', completó.

A través de *NS Now* se puede acceder a los contenidos de **ESPN Play** y **MovieCity Play** y contenidos propios de **NSTV** y de la televisión. En breve, indicó el ejecutivo, se incorporarán **HotGo**, **Fox Play** y otros proveedores como **Turner**'.

### INVERSIONES Y PROYECTOS

Sobre las principales inversiones realizadas, Eduardo Mandía señaló: 'En 2005 fuimos pioneros en instalar la tecnología digital en Sudamérica. Fuimos uno de los primeros cableoperadores de la región en llevarle calidad de imagen y sonido digital al cliente. Hoy podemos decir que somos una empresa 100% digital, todos nuestros abonados tienen por lo menos un decodificador digital en su hogar'.

'Nuestra gran apuesta pasa por seguir desarrollando el HD con mejores tecnología, equipos, precios y más programación. Hoy tenemos más del 20% de nuestra cartera con productos HD, lo que nos posiciona como uno de los cableoperadores con mayor penetración del HD en Latinoamérica', añadió.

En lo que respecta al futuro, el foco de su estrategia 'seguirá puesto en el HD', confirmó. 'Trabajamos para poder brindarle a nuestros clientes nuevos contenidos y eventos deportivos



Eduardo Mandía, gerente general de Nuevo Siglo

con esta tecnología. Hoy vivimos un verdadero boom del HD, con pantallas aptas y consumidores que valoran y demandan más'.

Por otra parte, agregó: 'Apuntamos a fortalecer nuestro producto Web *NS Now*. Que el cliente pueda acceder a sus contenidos cuando y donde quiere es otra tendencia de consumo que Nuevo Siglo decidió acompañar. Estamos trabajando fuertemente en nuestro proyecto de OTT que esperamos estar lanzando próximamente'.

### MERCADO LOCAL

'El mercado en Uruguay en general es extremadamente competitivo y está fuertemente atomizado. En Montevideo, en particular, hay seis operadores en el mismo territorio. Esto hace que la "pelea" por el cliente sea muy fuerte, lo que obliga a estar continuamente con ofertas comerciales que redundan en pérdida de rentabilidad'.

'Por otro lado, y como consecuencia de políticas de gobierno restrictivas, seguimos sin poder evolucionar como el resto de las cableras en el mundo hacia una oferta de Triple Play por la negativa del estado a otorgar las licencias de transmisión de datos. Esta situación, sumada a las nuevas tendencias mundiales, OTT, video sobre IP, convergencia, etc., y nos pone en situación de riesgo como industria, haciendo que el panorama futuro sea complejo', finalizó.



*NS Now*, la nueva plataforma de VOD exclusiva para clientes de Nuevo Siglo

**ESPN ESPN+ ESPN 3 ESPN HD ESPN PLAYO.com**



**Disney & ESPN Media Networks**  
Latin America



**Disney & ESPN Media Networks**  
Latin America

VENTAS AFILIADAS

AMÉRICA LATINA,  
AMÉRICA CENTRAL Y CARIBE

Tel: (5411) 5031-0800

ventasafiliadosla@espn.com



## TCC APUESTA A LA TRANSMISIÓN DE CONTENIDOS MULTIPLATAFORMA

Javier Ruete, gerente general de TCC, habló con PRENSARIO sobre el presente de la compañía, que actualmente es la única en ofrecer Triple Play en Montevideo. 'Este diferencial es muy valorado por nuestros clientes, más del 25% de nuestra cartera lo elige'.

'Nuestra base de suscriptores mantiene un crecimiento sostenido desde hace nueve años. Hacemos foco en la ampliación de la oferta de productos, generando valor agregado para nuestros clientes', añadió.

Sobre el mercado local, Ruete explicó que es 'muy exigente', ya que en la misma ciudad hay seis empresas compitiendo. 'Diferenciarnos en este contexto implica inversiones importantes que nos llevaron a salir a otros mercados generando escalas que el mercado local no nos permite acceder'.

'Construimos una red de referenciamiento con distintos proveedores vinculados a otras industrias como la del software. Esto nos ha permitido posicionar nuestro modelo innovador y convertirnos en referentes para la región. En el exterior nos hemos transformado en proveedores de soluciones a problemas de digitalización. Desde soluciones completas hasta soluciones parciales vinculadas a cabeceras o equipamiento residencial', comentó.

### PRINCIPALES INVERSIONES TECNOLÓGICAS

'Nuestras principales inversiones tecnológicas vienen de la mano de la redefinición de nuestros negocios. Hemos apostado a la distribución de contenidos por medio de diversas plataformas, que ya no se limitan a la red de cable tradicional', indicó Javier Ruete.

La compañía ha puesto especial énfasis en el desarrollo de soluciones tecnológicas generadas en TCC. 'Contamos con un equipo multidisciplinario de profesionales dedicado a mejorar la calidad de nuestros productos y a producir soluciones a problemas propios de la industria. En los próximos días quedará disponible *TCC Sugerencias*, un sistema mediante el cual nuestros clientes podrán recibir sugerencias de programas y eventos en base a sus gustos y preferencias'.

Entre los productos lanzados, Ruete señaló *Multiview*, una serie de carteleras de pantalla

que permiten ver hasta nueve señales al mismo tiempo segmentadas por género. 'Esto agiliza y facilita el zapping, una de las demandas más importantes de los suscriptores de TV paga'.

'Desarrollamos el sistema Home Premium mediante el cual nuestros clientes pueden, conectando sus decos a Internet, ver los contenidos premium contratados en todos los televisores del hogar', completó.

Sobre la convergencia digital, el ejecutivo adelantó: 'Lanzaremos el acceso a nuestros contenidos a través de distintas plataformas: Web, tabletas, celulares, bibliotecas de contenidos online, streaming, aplicaciones interactivas y brindaremos la posibilidad de grabar contenidos en servidores remotos'.

Todos los desarrollos mencionados, dijo Javier Ruete, están diseñados para que puedan ser adaptados y aplicados por otros operadores de la región, algunos de los cuales ya han comenzado a implementarlos.

### NOVEDADES EN PROGRAMACIÓN

'En septiembre transmitimos en vivo, en directo y en HD desde La Trastienda, el recital de *No te va gustar*, la banda nacional más popular. Miles de fanáticos pudieron ver a la banda en vivo, en directo y alta definición a través del sistema de PPV. El evento tuvo excelente repercusión en nuestro medio y sobre todo en los clientes que vivieron la experiencia. La idea es seguir impulsando este tipo de transmisiones, ampliando las formas de transmisión para hacerlas llegar a través de diversas plataformas'.

### PROYECTOS PARA 2013

El ejecutivo comentó que el año próximo, TCC seguirá 'profundizando' su plataforma OTT, impulsando la conectividad sobre la idea de ofrecer contenidos VoD a través de varias plataformas. 'La multiplataforma se adaptará a diversos sistemas (Ios, Android, etc.) y STBs con middleware capaces de leer contenidos lineales y



Javier Ruete, gerente general de TCC

no lineales. Brindaremos herramientas para que los clientes moldeen y accedan a los contenidos que desean según sus preferencias'.

También comentó que la empresa está implementando una nueva metodología basada en el trabajo en equipo y enmarcada en su proceso de migración hacia una 'cultura innovadora'. Añadió: 'Buscamos ofrecer más valor a nuestros clientes, fortaleciendo el mercado y afianzándonos con nuestros proveedores. Queremos impulsar la innovación en el mercado de TV paga para mejorar la calidad de nuestros productos y extender las propuestas de entretenimiento'.

### StDC.tv

Sobre StDC.tv, el emprendimiento del que forma parte TCC, Ruete destacó que sus servicios llegan a más de 70 operadores de Argentina, Brasil, Uruguay, Chile y Bolivia.

'Hemos puesto foco en ampliar la gama de servicios vinculados a la solución de headends digitales basados en software sobre servidores standard. Algunos de estas soluciones de valor agregado son: recepción satelital, transformación de señales analógicas a digitales, multiplexación de paquetes de señales, encriptación de señales, servicios de inyección de información para guías de programación en pantalla, monitoreo de fallas de flujo de recepción/transmisión, y otros servicios relacionados', remarcó.

Finalmente, dijo: 'En StDC.tv proveemos una solución completa de digitalización que contempla todas estas soluciones. En este sentido nuestra idea es seguir fortaleciendo los cableoperadores de la región, generando y promoviendo la innovación en tecnologías'.

Nuestras señales te llevan a lugares diferentes



## PIRATERÍA: LA ACUMULACIÓN DE DERECHOS PREOCUPA A CABLEOPERADORES URUGUAYOS



Horacio Rodríguez, presidente de CUTA

La proliferación de los equipos FTA AZBox, recientemente prohibidos por decreto en Uruguay, y la acumulación de entidades recolectoras de derechos preocupan a la Cámara Uruguaya de TV para Abonados (CUTA).

En diálogo con Prensario, Horacio Rodríguez, presidente de la entidad, señaló que la Cámara 'aplaude' el decreto gubernamental como manera de limitar el daño al mercado y a las finanzas fiscales, provocado por la conversión ilegal de equipos para señales libres en cajas capaces de bajar señales codificadas. Se calcula que existen ya en Uruguay, alrededor de 40.000 de estos equipos en poder de particulares.

Otro tema que genera preocupación es el

reconocimiento por parte de las autoridades de dos nuevas entidades recolectoras de derechos intelectuales, Egeda y Sudai, que se suman a las tres ya habilitadas, Agadu, Sudei y CUT. 'La industria está pagando 3 millones de dólares por año a las entidades reconocidas, y la cifra aumentará con estos reconocimientos. El problema es que no tenemos oportunidad de juzgar la validez de algunos de los aportes que se nos reclaman; en el interior de Uruguay la mayor parte de las empresas son Pymes y su capacidad de accionar legalmente es limitada.'

CUTA señala que desde su fundación, hace 18 años, la industria ha realizado inversiones por más de 200 millones de dólares y creado 5.000 puestos de trabajo, permitiendo que más de 2 millones de habitantes accedan a la TV multicanal, y pagado 70 millones de dólares por año en impuestos.

Otro tema de preocupación es la reducción de las frecuencias de espectro asignadas a la TV paga que está imponiendo el gobierno, que quiere dejar sólo 11 frecuencias asignadas a la industria. 'Esto afecta a 18 empresas que están utilizando esas frecuencias, de las cuales operan en Montevideo Cablevisión en UHF y Multise-

ñal en MMDS', afirmó Rodríguez. Esto se contrapone al auge de la TV satelital internacional, 'contra la que se hace imposible competir en tales condiciones.'

Los cableoperadores también se encuentran frente a una concentración en la oferta de programación, con 'cinco empresas que manejan la mayoría de las señales que el público quiere sintonizar y con ello adquieren un fuerte poder de negociación, aunque nuestras relaciones con ellas sean muy amistosas.'

El fondo de la cuestión apunta a que la ya mencionada dimensión de los cableoperadores independientes es insuficiente para encarar los proyectos de mejora de la calidad de servicio que los suscriptores merecen, incluyendo TV digital y HD. 'Por ello estamos explorando alianzas con empresas nacionales que nos permiten compartir infraestructura y mejorar los servicios. Al principio, con 12 canales el usuario estaba conforme, hay que ofrecer un mínimo de 50 a 60 señales para poder competir cabalmente', finalizó.



## MEDIA NETWORKS: MÁS DE 500 CANALES EN LA REGIÓN



Telepuerto regional de Media Networks en Lurín, Lima

Media Networks, es la unidad B2B de Telefónica Digital, que distribuye más de 500 señales a los más importantes operadores de Latinoamérica, que emplean su servicio "llave en mano de marca blanca", con tecnología DTH.

Actualmente, Media Networks recibe, pro-

cesa, empaqueta y distribuye desde su telepuerto en Perú un total de 501 señales, de las cuales 443 son en definición estándar (SD) y 58 en alta definición (HD).

'Estamos muy satisfechos con este nuevo hito, que refleja el dinamismo de nuestras operaciones y consolida al telepuerto de Lurín como el hub de TV paga más importante de América Latina. Confiamos en seguir creciendo, promoviendo la innovación y el desarrollo en la industria en la región, afirmó Pedro Planas, CTO de Media Networks.

Además de TV paga, Media Networks es proveedor de banda ancha satelital en Banda Ku en la región, que también distribuye desde Lurín (30 km al sur de Lima). Recientemente



Pedro Planas, CTO de Media Networks

te, la empresa introdujo el Internet satelital en Banda Ka en México, convirtiéndose en pionero en distribución de esta tecnología --que hace posible comercializar productos de banda ancha satelital residencial-- en América Latina, donde tiene enorme potencial, y que distribuirá en nuevos territorios en 2013.

Media Networks presta servicios a empresas y operadores de España, Brasil, México, Chile, Colombia, Argentina, Ecuador, Bolivia, Venezuela, Centroamérica y Perú.



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



\* Pantallas de producto DMX2GO

Para más información:  
Alejandro Cacciola, GM - DMX Media.  
alejandro.cacciola@dmx.com



www.dmxla.com / info@dmxla.com



**aptc** Asociación Peruana de Televisión por Cable

## APTC APUESTA A LA CAPACITACIÓN SOBRE DIGITALIZACIÓN

### CONFIRMA V CUMBRE EN TARAPOTO



Ovidio Rueda, junto a Roberto Misaico Palomino, participante del seminario de capacitación realizado junto a Safeview

Ovidio Rueda, presidente de la Asociación Peruana de Televisión por Cable (APTC), resaltó a PENSARIO el éxito de la IV Cumbre

APTC Arequipa 2012 realizada en mayo, que contó con la participación de cableoperadores locales y extranjeros, además de los proveedores de contenidos y equipamientos.

‘Congregó a más de 500 participantes interesados en el negocio de la industria de televisión paga. Después de la finalización del evento, se continuó con la capacitación, realizada en agosto, para nuestros ingenieros y técnicos en la nueva tecnología de fibra óptica y la digitalización de cabeceras, con el apoyo de la compañía Safeview’, completó Rueda. ‘Los principales temas que se están tratando, en el desarrollo de la gestión de la APTC, tienen que ver, principalmente, con la capacitación constante en digitalización de cabeceras, adónde ya varios cableoperadores están

migrando. También estamos comenzando a organizar la V Cumbre APTC 2013’, explicó. El ejecutivo confirmó que este año no participará de Jornadas Internacionales de Buenos Aires, ya que asistirá al evento de Kotra en la ciudad de Guanaju, adonde fue invitado por la embajada de Corea del Sur, para llevar a cabo la firma de convenio de cooperación con la Asociación de Cableoperadores de Corea del Sur. ‘Sin embargo, estarán viajando varios miembros de la APTC a Argentina, en representación de la delegación peruana’, afirmó. Finalmente, Rueda destacó sobre la Cumbre de 2013, que se ha acordado realizarla en la ciudad de Tarapoto. ‘Por primera vez se hará en la selva peruana, y en la segunda ciudad pionera de la industria de televisión paga.’

## GRUPO TV SAM PROYECTA RED DE FIBRA ÓPTICA

Sandro Rivero, gerente general del Grupo TV Sam de Perú, contó a PENSARIO: ‘Logramos reforzar y ampliar las redes troncales y de acometida, elementos necesarios que nos permiten pasar de una tecnología a otra mediante procesos más cortos y que al mismo tiempo nos permiten lograr mayor cobertura dentro de nuestra red instalada.’

‘Ya estamos proyectando nuestra red de fibra óptica. En breve, esperamos tener los resultados que nos lleven a implementarla dentro de todo nuestro negocio’, agregó.

TV Sam ha puesto énfasis en la modernización de su propio canal. Para eso, destacó Rivero, han buscado y desarrollado programación local ‘evolucionando en producción’.

En relación a los servicios próximos a lanzar, Rivero adelantó: ‘Está prevista la incorporación de la radio que también va por nuestra señal mediante un canal. Optimizaremos nuestros recursos web para brindarle mayor información a nuestros abonados, así como los canales de audio en diferentes géneros musicales.’



Sandro Rivero, gerente general del Grupo TV Sam

## CABLE VISIÓN PERÚ PREPARA UN PAQUETE DE TV DIGITAL

Ananías Escamilo Florentino, gerente general de Cable Visión Perú, comentó a PENSARIO las principales inversiones llevadas a cabo por la compañía en el último año se han concentrado principalmente en el cono este de Lima. ‘Vamos creciendo y manteniendo la fidelidad de nuestra clientela, gracias a la eficiencia y calidad de nuestros servicios.’

‘Otro objetivo es la modernización de la programación en los dos canales exclusivos

que producimos, que son Visión 3 y Súper 6, y que son los que marcan la diferencia con otros amigos cableoperadores’, agregó.

Contó que Cable Visión ya ha incorporado el servicio de Internet para los abonados. ‘Estamos ofreciendo el servicio ilimitado, para lo que empleamos tecnología de punta, Gepon, y nuestra red inalámbrica.’

Sobre los próximos servicios que sacará al mercado, resaltó: ‘Tenemos como proyec-



Ananías Escamilo Florentino, gerente general de Cable Visión Perú

**ESPN ESPN+ ESPN 3 ESPN HD ESPN PLAYO.com**



**Disney & ESPN Media Networks**  
Latin America



**Disney & ESPN Media Networks**  
Latin America

VENTAS AFILIADAS  
AMÉRICA LATINA,  
AMÉRICA CENTRAL Y CARIBE  
Tel: (5411) 5031-0800  
ventasafiliadosla@espn.com



## ECUADOR: LA TV PAGA, EN UN CONTEXTO DE FUERTE COMPETENCIA

POR JORGE SCHWARTZ, PRESIDENTE DE TVCABLE ECUADOR

Trascurridos 25 años desde que se inauguró la categoría de televisión pagada en Ecuador, hoy el mercado total asciende a 482.476 suscriptores, y existen más de 250 compañías de este género registradas en la **Súper Intendencia de Telecomunicaciones** (Supertel), entidad reguladora de la industria.

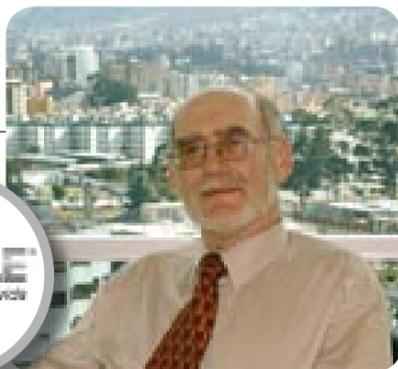
Siendo un mercado de sólo 13 millones de habitantes, con 2,5 millones de hogares, la competencia es bastante fuerte y encontramos compañías internacionales que cuentan con grandes recursos para la inversión publicitaria y tecnológica, más una piratería creciente, que hasta hace poco fue observada con indiferencia por los entes reguladores, específicamente la relacionada con la opción satelital a través de las conocidas AZ Box que reciben las señales del satélite Amazonas, transmitidas por el servicio de **Telefónica (Movistar)**.

**Grupo TVCable** fue la primera operadora en el mercado de la televisión por suscripción y mantiene su liderazgo en el segmento en Ecuador, seguida por **DirecTV** que, por su opción

de prepago cuenta con un amplio volumen de suscriptores, pero un ingreso individual bajo.

Existen otras empresas de carácter regional y nacional que operan con plataformas diversas. En primer lugar, las de fibra y/o cable coaxial, sistemas satelitales (DTH) y otras con sistemas inalámbricos estructurados bajo frecuencias locales (UHF codificado/ MMDs). Entre ellas se destacan los operadores a nivel nacional o multi-ciudad (**TVCable**, **DirecTV**, **Univisa**, **CableUnion** y **CNT**). Y en segundo lugar, los Operadores regionales y locales (**Catel**, **Carchicable**, **Claro**, **Imbacable**, **Geovisión**, **American Cable**, **Apero TV**, **Río Cable**, **Cine Cable**, **Cable Club**, **Global TV**, **Puerto Cable**, entre otras).

La penetración de la categoría TV paga, sobre el total de hogares en el país, bordea el 18%. El mercado de la televisión paga está en franca competencia y se extiende en todo el país.



El Triple Play, la plataforma digital, la alta definición, el PPV (Pay-Per-View), la tecnología en guía interactiva de programación, los decodificadores DVR, la diversidad de planes son algunos productos existentes en el mercado y liderados ampliamente por el Grupo TVCable con 38 señales en alta definición y tecnología de Docsis 3.0 para Internet brindando servicios de hasta 30 Mbps de velocidad.

Todos los otros sistemas de cable todavía usan la tecnología analógica (con las limitaciones y riesgos que esto implica) a excepción de Claro que también ofrece servicios de Triple Play pero con sólo 20 señales de HD y limitado únicamente para la ciudad de Guayaquil.

### SEÑALES

## MOVIECITY INICIÓ EN COLOMBIA GRABACIONES DE LA SEGUNDA TEMPORADA DE LYNCH

**Movicity** inició las grabaciones de la segunda temporada de su serie original *Lynch*, que nuevamente cuenta con un elenco latinoamericano encabezado por **Natalia Oreiro** y **Jorge Perugorria**.

**Edgar Spielmann**, presidente y CEO de Movicity, comentó: 'El reconocimiento por parte de la audiencia en la primera temporada de *Lynch*, nos genera un gran desafío en cuanto al producto que debemos acercarles a nuestros suscriptores en esta nueva temporada. Nos sentimos respaldados por un excelente guión, una producción de primera calidad, el maravilloso casting de la primera temporada y la participación adicional de destacadas figuras que se sumarán en esta nueva etapa de la serie'.

El rodaje de los 17 episodios de la serie, inte-

gramente producida por Movicity, comenzará en Bogotá (Colombia), bajo la coordinación general del showrunner **Fernando Altschul**. Cada episodio cuenta con la dirección de reconocidos directores latinoamericanos, quedando los primeros tres a cargo de del argentino **Diego Suárez** (*Los Roldán*, *La Lola*, *El Tiempo no Para* y *Tiempo Final*, entre otros).

Sobre una idea original y con guión de la colombiana **Juliana Barrera**, la nueva temporada de *Lynch* mostrará a **Jerónimo Lynch**, ahora muerto para el sistema, quien intentará revivir una familia que se revelará aún más oscura que sus nuevos clientes.

Sobre los resultados de la primera temporada, Spielmann agregó: 'Los suscriptores de Movicity la pudieron disfrutar no sólo en TV,

sino también a través de nuestro servicio de TV Everywhere **Movicity Play** (tablets, dispositivos móviles y computadoras), superando todas nuestras expectativas. Ahora, la historia y sus personajes son conocidos no sólo por nuestros 2 millones de suscriptores en América Latina, sino también por el público de todos los países a los cuales la serie fue vendida'.



*Lynch*, protagonizada por Natalia Oreiro y Jorge Perugorria



# BBC entertainment

Reality, shiny floor shows, drama, ciencia ficción, estilo de vida y películas.

**Animación**

[www.cbeebies.com](http://www.cbeebies.com)  
Síguenos en:

**Muppets**

**Cuenta Cuentos**

**Programación en Vivo**

**Cbeebies**  
BBC  
Aprendámos a través del juego

**BBC HD**

[www.bbchd.com](http://www.bbchd.com)



¡Escúchalo, míralo, siéntelo...

Vívelo, BBC HD!



## INTER LANZÓ SU DTH EN VENEZUELA

VA POR 3 MILLONES DE HOGARES DESATENDIDOS

**Eduardo Stigol**, presidente de Inter, fue protagonista en la última edición de **Tepal** en Punta Cana, donde participó del Foro de Negocios de Crecimiento.

Stigol comunicó el lanzamiento del servicio de DTH, **Inter Satelital** con el servicio mayorista de **TuVesHD**, que permite compartir costos de satélite. Se aprovecha toda la estructura, la marca Inter ya instalada, y su lugar como comprador de programación.

Inter tiene 2 millones de casas pasadas y puede crecer en 400.000, en cambio con el DTH puede llegar al resto de los 5 millones de hogares de Venezuela, de los cuales sólo un 25% tiene TV paga. Destacó entre las claves, que el DTH no 'canibalice' a sus suscriptores de cable, por lo que diseñó una oferta menor pero diferenciada, con todos los canales infantiles que no están en la competencia, un deco que graba y pausa más barato que el de los demás y la posibilidad de tener HD.

### PLENO LANZAMIENTO Y PREPAGO CON DIGITEL

'Tenemos muchas expectativas en este servicio, pues Venezuela tiene aún el 60% de sus hogares sin acceso a redes de cable, lo cual representa más de 4 millones de hogares. Hay un mercado virgen de 3 millones de hogares que vamos a ir a buscar', señaló Stigol a **PRENSARIO**.

Y completó: 'Diseñamos un proyecto muy atractivo para los niveles sociales populares

y realizamos una alianza comercial con la empresa de telefonía celular **Digitel**, para utilizar sus tarjetas de prepago que se venden en 40.000 diferentes puntos del país. Tenemos ya 1000 clientes en Beta y en agosto lo lanzamos comercialmente'.

Además del DTH, Inter lanzó el servicio de Internet 10 Mbps a nivel nacional. 'Es un buen año para servicio de banda ancha, ya que hemos extendido la oferta de 10 Mbps a casi todo el país, y eso hizo crecer el ARPU de Internet. Hay ciudades donde estamos superando el 60% de penetración del servicio de Internet en nuestros clientes de cable'.

### DIGITALIZACIÓN

Con respecto a la evolución de la digitalización de las redes de Inter, Stigol remarcó: 'Va lento pero muy bien. Por ahora sólo 4.000 hogares son full digitales, estamos en un período de aprendizaje. Hay zonas donde hemos regalado decos a 200 hogares y a partir de ahí, generamos 400 clientes nuevos que compraron sus decos'.

'Antes de lanzarnos a full debemos aprender a identificar las zonas donde este esquema va a ser exitoso para evitar la piratería y generar nuevos clientes. Cada hogar nos está demandando dos decos y eso tiene un costo instalado de aproximadamente

\$ 100. Si el crecimiento respecto a los clientes actuales es de sólo el 10%, eso tiene un costo de \$ 1000 por cada cliente nuevo. En donde los abonados del nodo se triplican, es de sólo \$ 50 por cliente nuevo', añadió.

'La diferencia es tan grande que debemos hacerlo bien. Cuando entremos en la etapa de digitalizar al 100% de los abonados ya todo cambia y uno hace otra cuenta, pero ahora estamos con 50.000 decos y no los queremos malgastar'.

Con respecto a nuevos servicios, remarcó: 'Estamos analizando lanzar nuevos canales HD, pues actualmente tenemos sólo seis. DirecTV tiene 12, y **Telefónica** está por lanzar más de 20. Debemos tener más canales, pero lamentablemente no estamos pudiendo ingresar decos con HD para el servicio de TV cable, pues es un producto considerado de lujo y el gobierno nos pone cupos a estas importaciones'.



**Alejo Smirnov** de **Prensario**, junto a **Eduardo Stigol** de **Inter**, **Nicolás González Revilla** de **Cable Onda** y **Humberto García Ferro**, secretario general de **TEPAL**, en el foro de negocios en Punta Cana

## CABLE ONDA: FUERTE APUESTA AL MERCADO EMPRESARIAL

**Nicolás González Revilla**, de **Cable Onda** de Panamá, destacó a **PRENSARIO**: 'Venimos teniendo muy buenos años, se sigue creciendo mucho en el Triple Play, HD, Pymes y servicios corporativos. En video estamos agregando señales SD y HD, ya con 30 señales. Los clientes quieren la experiencia del HD'.

'En la red ya estamos casi al 100% digitales. En banda ancha, aumentando velocidades y cobertura, y ya lanzamos el servicio de 50 Mbps al mercado. En telefonía estamos creciendo con

el plan ilimitado y El Triple Play sigue muy fuerte', completó.

'Hemos ido superando a la creciente competencia, mejorando el servicio. Tenemos un churn mucho más bajo que cuando teníamos menos competencia. Ponemos mucho foco en nuestros clientes y en servirlos de una manera única', remarcó.

En el foro de negocios del que participó en la última edición de **Tepal**, **González Revilla** destacó su apuesta al call center, la calidad de

servicio, y al mercado corporativo, que busca que genere el 50% de los ingresos. 'La apuesta al mercado empresarial sigue como una parte integral de nuestra estrategia y una parte muy alta de nuestro negocio actual', afirmó.

Dentro de la estrategia general de programación destacó la flexibilización de los paquetes. 'Cada día otorgamos más valor por el mismo precio'.

Y concluyó: 'Apuntamos seguir superando la creciente competencia que hemos recibido en los últimos años en Panamá'.



## Noticias Globales en las que puede confiar

BBC World News es el canal más visto de todos los canales de la BBC, con **74 millones de televidentes** cada semana a través de **200 países y territorios en el mundo**.

Producido en Inglés, vamos detrás de las noticias principales, explicando el "por qué" y no solo el "quien" o el "que" de las mismas. Ponemos historias en contexto y explicamos su impacto.

Con acceso a un red global de **2000 periodistas** y con **72 oficinas de noticias internacionales**, entregamos un análisis imparcial y a profundidad, no importa donde se produzca la historia.



### World News Today

con **Zeinab Badawi**  
Zeinab Badawi le mantendrá al día con las últimas noticias, añadiendo contexto y entendimiento de los eventos más complejos.



### The Hub

con **Nik Gowing**  
Nik Gowing combina su estilo característico de entrevista fuerte con análisis y profundidad sobre las historias más importantes del día.



### GMT

con **George Alagiah**  
Es mediodía en Londres, desayuno en América y noche en Asia Pacífico. George proporciona las actualizaciones más recientes de todo el mundo para estos tres sectores clave.



### Business Edition

con **Tanya Beckett**  
Tanya combina las principales historias de negocios del día con las noticias mundiales más significativas con un enfoque especial de la economía cambiante y global.



### BBC World News America

con **Matt Frei**  
BBC World News América entrega reportajes a fondo sobre las principales noticias internacionales y de EEUU del día.



### Impact

con **Mishal Husain**  
Noticias mundiales para la audiencia de Asia y Pacífico - al término de su día traemos un resumen de las principales noticias y explicamos su relevancia e impacto.



Para información de las ventas y programación, contacta:

**Castalia Communications**  
**Miguel Torres-Bohl**  
+511-348-7800 [miguel@castaliacom.com](mailto:miguel@castaliacom.com)

[bbc.com/news](http://bbc.com/news)

Never Stop Asking

## TuVes HD, CHILE: SOLUCIONES GLOBALES PARA CABLEOPERADORES EN LATINOAMÉRICA

TuVes HD brinda un servicio a los cableoperadores regionales que intentan mejorar su cobertura, ofrecer servicios que el cable tradicional no permite y digitalizar sus cabeceras. **José Esteban Saez**, director de Negocios para Latinoamérica de TuVes HD, comentó: 'Se trata de una propuesta mayorista de televisión satelital al alcance de las empresas cableoperadoras, a un costo muy accesible y de rápida puesta en operación. El servicio permite que cada cableoperador pueda colocar su propia marca, parrilla programática y estrategia de marketing, comercializando de esta forma su propio producto, pero con un potencial de cobertura y abonados mucho mayor'.

Este servicio también está orientado para empresas de telecomunicaciones y emprendedores que quieren diversificar su rubro. **Verónica Melgarejo**, gerente de Productos y Marketing, destacó: 'Hay muchas empresas de telecomunicaciones enfocados a la telefonía e Internet, y para completar su estrategia es muy valioso agregar la opción de televisión. El servicio de TuVes HD les permite ofrecer este servicio en forma rápida y sencilla, sin tener una gran inversión en todo lo que significa hardware, software y la administración de un servicio de televisión de pago'.



'Hoy nuestra región se muestra como un mercado en expansión y con un fuerte crecimiento. Sin embargo, existe una baja penetración de servicios de televisión de calidad dotados de valor agregado de última generación en los distintos países. Los servicios OTT están aquí para quedarse, y en un corto plazo seremos capaces de ampliar las opciones de visualización para nuestros televidentes y permitir una experiencia única que les permita disfrutar del contenido que desean'.

'Cumpliendo con nuestros planes de crecimiento, estaremos incorporando nuevas señales HD buscando aumentar nuestro mayor diferencial que es el HD básico, y donde hemos identificado algunas necesidades de nuestros clientes respecto a canales internacionales; entonces ampliaremos ese segmento y también en el corto plazo proyectamos sumar algunas señales novedosas de los principales programadores', completó la ejecutiva.

### ACCIONES CONTRA LA PIRATERÍA

Sobre las acciones contra la piratería, **Konrad Burchardt**, Gerente General y CEO, dijo: 'Estamos preocupados por los índices de piratería de señales en la región y lo que vamos a enfrentar. El principal problema de la piratería se encuentra en la base. Cuando uno, por ejemplo, ofrece un servicio y el servicio tiene un estándar de seguridad bastante bajo, lo que hace en rigor es abrir la puerta para que empresas que se dedican a la piratería puedan acceder a un producto final que tenga un mal uso, que es el caso de los Set Top Boxes que tienen la encriptación abierta y captan la señal en forma gratuita'.

'Una de las fortalezas principales que tiene el servicio de TuVes HD es su encriptación. Nuestra capa de seguridad es de alto nivel, y



**José Esteban Saez, Director de Negocios para Latinoamérica de TuVes HD**

desde ese punto de vista es muy difícil que podamos ser hackeados. Es un sistema muy robusto y que da la seguridad a nuestros clientes que no van a verse envueltos en esa problemática', remarcó el CEO.

### ACUERDOS EN LA REGIÓN

TuVes HD ha cerrado nuevos negocios en la región y mantiene su enfoque en la búsqueda de proyectos comerciales de gran envergadura, con el fin de realizar alianzas estratégicas y potenciar así el producto DTH marca blanca. Su último acuerdo permitió a la empresa **Intercable** de Venezuela ofrecer disponibilidad del servicio de televisión en todo el territorio de Venezuela. 'Un servicio *World Class* que le ofrece una solución competitiva tanto en la propuesta de modelo comercial como en la oferta económica, una amplia parrilla programática que incluye todas las señales locales, una solución con diferenciadores claros respecto a la competencia, y, por sobre todas las cosas, un robusto sistema de encriptación de señales de televisión satelital, lo que permite contar con servicio no hackeado (pirateado)', señaló Burchardt.

Finalmente, los ejecutivos acordaron: 'Esta empresa ha implementado un modelo de negocios para entregar servicios de Televisión Satelital de Pago de Alta Definición, al que ya se han incorporado socios comerciales y distribuidores en América del Sur y parte de Centroamérica.



## NEWSLINE

En su emisión diaria durante 30 minutos al comienzo de cada hora, **NEWSLINE** brinda actualizaciones detalladas de las noticias que cambian constantemente, de una manera fácil de seguir y se concentra principalmente en Japón y otros países asiáticos.



Destaca la escena contemporánea de la música de Japón y los mejores artistas.



Explora puntos fascinantes de la vida en Tokio.



Invita al mundo de la cultura japonesa tradicional y contemporánea.



Le traemos la última información de Tokio sobre personas, experiencias y artículos kawaii. Cada vez son más los seguidores de la "cultura kawaii" en todo el mundo, y aquí encontrarán todo aquello que anhelan conocer.

Más información en:  
[www.nhk.or.jp/nhkworld/](http://www.nhk.or.jp/nhkworld/)

Contacto: Miyuki Nomura  
Representante de NHK WORLD para América Latina  
[mail@miyukinomura.com](mailto:mail@miyukinomura.com)

# ASUNCIÓN MEDIA SHOW: PIRATERÍA Y DESARROLLO REGIONAL DE TDT

29 Y 30 DE AGOSTO



La edición 2012 de Asunción Media Show, que se realizó en Paraguay del 29 al 30 de agosto con la organización del **Grupo Isos**, estuvo enfocada en el tratamiento del problema de la piratería, en este caso, manifestada por la proliferación de cajas del tipo FTA.

La convención comenzó con el seminario internacional de **Certal** dedicado a la Propiedad Intelectual y a la Piratería, en el que expusieron **Oscar Denis**, vicepresidente de Paraguay, **Jorge Oviedo Matto**, Senador y presidente del Congreso de la Nación, **Miguel Carrizosa Galiano**, presidente de la Comisión de Relaciones Exteriores y Asuntos Internacionales, junto a **Jorge Navarrete**, presidente, y **Pablo Scotellaro**, director general, ambos de Certal.

Luego se sucedieron diversas sesiones, con la participación de **Sergio Piris**, de **Cablevisión Argentina**, **Andrés Lerena** de la **Asociación Nacional de Broadcasters Uruguayos (ANDEBU)**, **Javier Correa**, presidente de la **Unión de Radiodifusores del Paraguay (URP)**, **Miguel Almada de Millicom**, y **Ricardo Sáenz**, Fiscal General ante la **Cámara Nacional de Apelaciones en lo Criminal y Co-**

rrrecional de la Capital Federal de Argentina, entre otros.

En la reunión realizada en 2011, se afirmó que aproximadamente la mitad de los hogares conectados a TV multicanal en Paraguay utilizaban el recurso de las cajas del tipo FTA, utilizadas normalmente para la sintonía de señales satelitales de libre recepción, pero que son modificadas --con software bajado de Internet-- para permitir captar señales codificadas por las que legalmente hay que pagar derechos.

Esto ocasiona cuantiosas pérdidas en términos de ingresos tanto a los operadores locales de TV paga, como al erario público (por los impuestos evadidos) y a los programadores. Este año, se dijo que entre 2002 y la fecha han pasado por Paraguay cerca de 15 millones de cajas, la mayoría con destino a Brasil, pero muchas al norte de Argentina, en especial Formosa y Misiones.

En parte, como repercusión de lo tratado el año pasado, y también debido al ingreso de nuevos operadores al mercado local, el tema ha ganado fuerte vigencia en los diferentes sectores, y se espera lograr este año la presentación de propuestas que puedan ser puestas en práctica, no sólo en Paraguay sino también en los restantes países del sur de América, donde el problema puede afectar en menor escala, pero está igualmente presente.

En el caso de Argentina, se dijo que es más grave el problema de las conexiones clandestinas, con frecuencia ofrecidas y luego concretadas por allegados a sistemas de cable



Pablo Scotellaro, María Soto y Sergio Veiga, en la inauguración de Asunción Media Show 2012



Panel sobre "Propiedad intelectual y lucha contra la piratería"

a espaldas de su empresa, o que pertenecieron a sistemas que han cerrado.

## TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

En tanto, la segunda parte de las sesiones académicas estuvo dedicada a la Televisión Digital Terrestre, efectuándose una comparación del proceso de conversión de la TV analógica a digital en Uruguay, Argentina y Paraguay, donde el apagón analógico está previsto para 2024, habiendo sido postergado dos años a pedido de las televisoras.

**Tomio Ishibashi**, de la **Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel)**, señaló que la TDT en Paraguay será libre y gratuita por ley, y describió en detalle el régimen regulatorio imperante.

Finalizadas las sesiones, **Certal** entregó distinciones a las personas que han contribuido a su labor en los distintos países y se sirvió un agasajo a los participantes.



Alejandro Lourido, de Certal



Gabriel Carballo y Marcelo Bresca

# COSSO club tv espacio

PROYECTOS MARAVILLOSOS y fáciles de hacer

HERMINIA DEVOTO TE ENSEÑA A DARLE COLOR Y PINTURA a tus creaciones

DE LA MANO DE HERMINIA

FAMILIA LOOK ESPACIO PALADAR SER ELLA  
Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Fines de semana





# TEPAL 2012: TODOS LOS CONTACTOS DE LA INDUSTRIA EN PUNTA CANA

La edición 22 de la Expo Tepal, que se realizó por segunda vez consecutiva en el imponente Hard Rock de Punta Cana, República Dominicana, del 18 al 20 de julio, volvió a distinguirse por su clima apropiado para contactar a los ejecutivos más altos de la industria, especialmente los socios de la entidad de la región Andina, Centroamérica y el Caribe.

Este año aumentó un 10% el espacio para la muestra comercial, a diferencia de otras ferias que lo han reducido significativamente, según remarcó **Humberto García**, secretario general de Tepal. **Nicolás González Revilla**, presidente de la entidad, agregó que hubo 135 cableoperadores y más de 500 participantes.

La elección de lugares paradisíacos para la expo, algo que se le suele criticar a la organización, parece haber sido un factor a favor, ya que muchos de los asistentes que el año pasado pudieron conocer el Hotel Hard Rock de Punta Cana, vinieron en esta oportunidad con más ganas e incluso acompañados con familiares.

## OPERADORES PROTAGONISTAS

Además de Revilla, presidente de **Cable Onda** de Panamá, se destacó la presencia de **Guillermo Soto** de **Tricom** como gran anfitrión, **Jorge Schwartz** de **TV Cable Ecuador**, **Jorge Garro** de **Cable Tica**, **Eduardo Stigol** de **Inter**, quien habló sobre el lanzamiento de su DTH, una tendencia en alza, y **José Florentino** del segundo operador local **Aster**, además de los independientes dominicanos.

De las cámaras independientes de otros países estuvieron **Asotel**, que con siete representantes confirmó su propia feria, **Conexión TV**, en el Eurobuilding de Caracas del 12 al 14 de noviembre. También asistió la asociación de Costa Rica de **Roy Salazar**, que con 12 socios vino a ver temas de digitalización pero con tecnologías abiertas.



William Parra, Juan Carlos Bolívar y Agustín Becerra de Asotel de Venezuela



Guillermo Soto, presidente de Tricom y director de Tepal

Además, como el año pasado, los CEOs, directores de programación y técnicos no se apartaron de la muestra, estuvieron en los eventos sociales y en el hall de exposición. Se notó la ausencia de los socios de México, Argentina y Chile --CUTA, de Uruguay, estuvo presente, al igual que **Gabriel Ferrer** de **TVPC**, de Colombia--.

Se realizó un encuentro en asamblea cerrada, donde se priorizó el pedido de los operadores a los programadores por ofertas de programación más flexible y menos empaquetadas. Otro avance importante para este año es un mayor apoyo de las señales auspiciantes, como el caso de **Televisa Networks** que auspició el cóctel de bienvenida, y **Turner** con el almuerzo de apertura y la fiesta en la playa junto a **Tricom**.

## INAUGURACIÓN

La muestra comercial comenzó con un almuerzo, donde Nicolás González Revilla y **Guillermo Soto**. Revilla remarcó que Latinoamérica es un 'lugar de estabilidad y oportunidad' pese a las crisis mundiales. Soto agregó sobre la importancia de las discusiones en relación a la piratería, con la presencia de **Indotel**.

Del ente regulador, **Yoneidi Castillo** no se refirió a la piratería, pero dijo que se trabaja en la implementación de TDT, con **ATSC** y puso el 2015 como año para el apagón digital. También trabaja en la capilaridad de fibra óptica, una nueva red a nivel nacional para multiservicios.



Fernando Muñoz de Televisa y Humberto García de Tepal



Los miembros de Tepal, junto a Yoneidi Castillo de Indotel, en la inauguración de la Expo 2012

## MUCHO OTT EN LAS CONFERENCIAS

Entre las conferencias se destacó el foro de negocios moderado por **Prensario**, que se destaca aparte. **Tricom** fue protagonista además con la conferencia brindada por su director de marketing **Rafael Melo**, siguiendo la postura de los últimos años que los operadores también den conferencias.

**Melo** remarcó que el consumo de video online está creciendo y que hay que monetizarlo y no dejárselo a otros, incluso sobre tabletas y móviles, pues los operadores son fuente confiable de contenido para el público. Se refirió a los cambios de hábitos y que se apunta hacia un consumo individual.

El resto de las conferencias respondieron al perfil de vanguardia, con acento en el OTT. **Josh Hizon** comenzó con una conferencia sobre el estudio **Karl Sagan**, que es ya un clásico de Tepal. Mencionó que la digitalización está hoy en un 20% de penetración en América Latina y que la TV paga en Latinoamérica llegará al 40% para el 2016. Para ese año espera (como en años anteriores) que la penetración del DTH llegue casi a igualarse con la TV por cable en un 45% contra un 47%.

Siguió la charla de **Motorola** con **Roberto Muñoz** sobre cómo masificar la digitalización, que se ubicará en el 36,6% para el 2013. La compañía se prepara para liderar con la nueva caja DTA-101, acompañada de la HD DTA. De sus decos actuales la DCT 700 es la única que sigue siendo en MPEG2. La exposición la completó **Karl Mislung** de **Rovi** por las guías interactivas.

También se destacó **Javier Jiménez** de **PeerApp** a través de **TVC** con una conferencia sobre el tema de tendencias de OTT. Habló de caching, la tecnología para almacenar el contenido más popular y disponerlo para el usuario.

Otras conferencias fueron las de **Cisco** y la de **Verimatrix** con su CAS y las oportunidades de DVB/OTT a cargo de **Christophe Perini**.

24h  
tve

PIENSA » SIENTE » DISFRUTA  
THINK » FEEL » ENJOY

Tus informativos de referencia, estés donde estés  
Your news programs of reference, wherever you are

Política » Economía » Deportes » Tiempo » Sociedad » Internacional  
Politics » Economy » Sports » Weather » Society » International

rtve

WWW.RTVE.ES

VENTAS DE PROGRAMAS  
HEAD OF SALES

TEL.: +34 91 581 7844  
FAX: +34 91 581 7881  
e-mail: rafael.bardem@rtve.es

VENTAS DE CANALES  
HEAD OF CHANNELS SALES

TEL.: +34 91 581 7872  
FAX: +34 91 581 7449  
e-mail: rjesus.perez@rtve.es

## CLAXSON: VoD CRECIÓ 60% EN EL PRIMER SEMESTRE

BUENOS RESULTADOS DE LA PLATAFORMA BROADBAND *Hot Go*



Mariano Varela, EVP & General Manager de Claxson

Mariano Varela, EVP & General Manager de Claxson, afirmó a PRENSARIO que la principal propuesta del año fue, sin duda, su plataforma de TV Everywhere, *Hot Go*.

A tres meses del lanzamiento, destacó: 'Los operadores están viendo en este nuevo servicio una forma ideal de complementar su oferta y una excelente herramienta de retención y crecimiento'.

'Para el suscriptor, es la posibilidad de disfrutar de los mejores contenidos para adultos, cuando y donde lo desee y con total privacidad. Cada usuario que tenga contratado con su operador de TV paga el paquete full de canales para adultos de Claxson, podrá acceder, a través de cualquier dispositivo conectado a internet y sin costo adicional, a *Hot Go* con sus cinco grandes marcas *Playboy*, *Venus*, *Sextreme*, *Penthouse* y *Private*', completó.

Esta plataforma broadband fue lanzada en los principales operadores de Latinoamérica como VTR de Chile, Cablevisión de Argentina, Cableonda en Panamá, TV Cable en Ecuador y Megacable y Cablecom en México. 'Hemos iniciado el proceso de integración en Uruguay, Colombia, Venezuela y República Dominicana, y continuamos expandiendo con nuevos acuerdos en la región', agregó Varela.

Y remarcó sobre la estrategia de la compañía: '*Hot Go* representa para Claxson la continuidad en la estrategia de fortalecimiento del paquete adulto. El primer paso fue la ampliación de nuestro portafolio de señales con *Playboy HD*, *Sextreme* y *Penthouse*, continuamos con la inclusión de una oferta de títulos bajo demanda gratis para nuestros suscriptores, y ahora llegó la esperada multiplataforma. De esta manera, el *Hot Pack* se transforma en nuestro producto más sólido, ya que al beneficio económico directo que la paquetización brinda al abonado, se suma la posibilidad de contar con un producto Premium con mayor diversidad de programación y el valor agregado que representa verlo cuando quieras y donde quieras'.

'Esta estrategia es clara para el operador, que aprecia la persistencia en el camino elegido y que ya puede ver resultados, con el aumento del

ARPU asociado a la venta del pack versus el *stand alone* y la disminución del churn que viene de la mano de una oferta más robusta. Un caso emblemático es el de *Megacable* en México, que ha pasado de un 25% a un 80% de clientes adultos con el paquete activo'.

### CAMBIOS EN EL CONSUMO

Sobre el comportamiento del consumidor en lo que a TV refiere, Mariano Varela comentó que los canales lineales y paquetes de canales premium continúan siendo los for-



Celeste Sablich en Casting On line

matos más populares, 'sin dudas porque varios operadores latinoamericanos están aún en etapa de inversión y desarrollo de su negocio no lineal'.

Sin embargo, agregó: 'Las transacciones de títulos bajo demanda del último semestre han crecido un 60% con relación al mismo período del año anterior. Esperamos que este crecimiento sea aún más explosivo el año próximo, a medida que grandes players de la región lancen sus plataformas de Video On Demand como así también las suscripciones de Video On Demand'. 'Las plataformas de TV Everywhere son uno de los desarrollos más interesantes, pues estamos frente a una herramienta de valor agregado que fortalece la oferta de TV, elevando el valor percibido del pago que el abonado realiza por su suscripción', dijo.

Y completó: 'En un contexto donde el consumidor busca construir su oferta de entretenimiento de forma personalizada, una solución como *Hot Go* entrega una experiencia flexible, segura y por sobre todo gratuita. Será clave la evolución en las velocidades de conexión, algo que la mayoría de los operadores ya viene trabajando'.

Finalmente, adelantó: 'El VoD será otra de las modalidades que continuará su crecimiento. Quienes no han lanzado hasta ahora, podrán aprovechar la experiencia de los pioneros, que tras probar diferentes fórmulas, parecen concentrar su estrategia en dos cuestiones clave: tener equipos especializados en el negocio on demand y mejorar la experiencia del usuario, haciendo que los assets estén disponibles a menos de tres clics, categorizados y con la rotación adecuada para que en los primeros pantallazos el usuario siempre encuentre títulos de estreno'.



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



Pamela Sosa



Tramas Ardientes

## PRAMER: BUEN DESEMPEÑO DE SUS SEÑALES, Y APUESTA A CONTENIDO ORIGINAL

Marisa Piñeiro, COO de Pramer, destacó a Prensario el buen desempeño de las señales, sobre todo en lo que respecta a **elgourmet.com**, que en su 12º aniversario, permanece líder en su segmento. 'Seguimos sumando producción original de Argentina y Latinoamérica, y estrenamos un nuevo formato en Chile, que se emitirá para todo el feed sur, y posiblemente, se llevará al norte también.'

La ejecutiva contó que el gourmet.com tenía como 'cuenta pendiente' trabajar en este último país con 'talento local'. Finalmente, se realizó un reality que consistió en el proceso de selección de un chef chileno a lo largo de 13 capítulos. En cada emisión, los participantes cocinan en diferentes lugares tradicionales del país.

Sobre sus otras señales, Piñeiro afirmó: 'Continuamos creciendo con pro-



ducción original, seguimos con los programas de viajes, que son muy valorados por la audiencia, y estamos estrenando la primera ficción original para **Cosmopolitan TV**, *30 días juntos* (ver recuadro).'

Además, **Canal á** continúa con su programación musical con bandas en vivo, y **Film&Arts** volvió a apostar a la cobertura del **Mozarteum** en el Teatro Colón de Buenos Aires, que se combina con la historia del Mozarteum a partir relatos en las que los protagonistas son íconos de la música.

En cuanto a la distribución, Piñeiro explicó: 'Seguimos creciendo madurativamente. Estamos haciendo foco especialmente en



Marisa Piñeiro, COO de Pramer

Chile en la segunda mitad del año, y esperamos continuar con un buen desempeño en México. Además vendemos contenido en Estados Unidos, aunque no estamos presentes como señal.'

Elgourmet.com cuenta con 20 millones de abonados, Cosmopolitan TV con 12 millones, Film&Arts con 14 millones, **Europa Europa** con 9 millones, **Reality TV** con 2,8 millones, **America Sports** con 3 millones, **Canal á** con 5 millones y **El Garage TV** con 8,5 millones.

En Smart TVs, Pramer cerró un acuerdo con **Sony**, por el que elgourmet.com, Cosmopolitan y Canalá están disponibles en esta plataforma, y actualmente se encuentra en negociaciones con **Philips**.

Sobre el desempeño en Ad Sales, la ejecutiva destacó: 'Estamos trabajando en formatos no tradicionales, porque notamos que el anunciante busca invertir en nuevas plataformas. Además, estamos desarrollando productos en New Media, con campañas 360°. Creamos programación a medida con webs de productos, redes sociales, buscando integrar todo'. Por ejemplo, con elgourmet.com se realizó una campaña para **Knor**, donde se desarrolló una aplicación para tablet, con contenido de la señal.

Finalmente, en términos de inversiones, Marisa Piñeiro comentó que se llevan a cabo 'grandes proyectos', como el recambio tecnológico con **Cisco**. 'Estamos en etapa de evaluación de proveedores para tapeless. En los próximos meses se realizará el relevo y la planificación de equipos para esta tarea.'



### COSMOPOLITAN TV LANZÓ 30 DÍAS JUNTOS, PRIMER UNITARIO ORIGINAL

Con un evento para la prensa en Buenos Aires, **Pramer** lanzó *30 días juntos*, el primer unitario de ficción original de **Cosmopolitan TV** estrenado el 19 de septiembre para toda Latinoamérica.

La nueva comedia romántica original, realizada por Cosmopolitan junto a la productora **Illusion Studios**, consta de 13 capítulos y está protagonizada por **María Eugenia Suárez**, que interpreta a una joven linda e inteligente que trabaja en una empresa de diseño. Ella planea un viaje con su novio, interpretado por **Valentín Villafañe**, pero una circunstancia le impide viajar y la lleva a conocer a **Nicolás Pauls**, de quien termina enamorándose.

**Daniela González**, productora general de Cosmopolitan TV, señaló: 'Cada año sumamos tres cuartos de producción original a la programación, que suelen ser magazines, programas



de sexo y diversos temas para la mujer. Nos gustaría seguir invirtiendo en este rubro, quizás con una segunda temporada.'

Se trata de la primera ficción que produce la señal con formato de miniserie-unitario. En 2008, había realizado la serie *Toilette*, con actrices de diferentes países de la región, que trataba de un grupo de compañeras de trabajo que conversaban en el baño de su oficina.

# Disfruta de nuestra nueva señal en alta definición **HD**

## azteca

### El entretenimiento como lo mereces

## WOBI TV: 15 MILLONES DE SUSCRIPTORES EN LATAM

Wobi (World of Business Ideas) presentó su nueva marca, así como el área de distribución de afiliados para el Cono Sur, en un evento organizado para la prensa en el Starbucks del Solar de la Abadía en Buenos Aires, que contó con la presencia de **Javier Asensio**.

Wobi es parte del grupo HSM, y entre sus dueños incluye a **La Nación**. Se maneja con cinco divisiones que incluyen tres medios, foros y eventos de management en grandes ciudades, donde el más conocido es el del Radio City de Nueva York, además de las actividades de asesoramiento.

En lo que a medios respecta, tiene **Wobi TV** --ex **ManagementTV**-- , **Wobi Revista** --ex **Gestión**-- y **Wobi.com** con contenido de negocios. Unió sus marcas diferentes para un mensaje multimedia más fuerte.

El canal está en 15 millones de hogares, empezó con un 10% de producciones originales y ahora tiene el 65%. Tiene series exitosas como **Ad Factory** auspiciado por **Ford** o **Club**

**Emprendedor** por **Banamex** en México, entre otras producidas en inglés en Argentina para todo el mundo. Estas series se venden para VoD con un acuerdo con **Tricom** en Canadá, que las ubicó a su vez a Estados Unidos, China y UK, y **Seven** de Rusia. En octubre se hará una presentación oficial del canal para 300 personas en el Yatch Club de Buenos Aires.

Ya está en 15 millones de suscriptores en Latinoamérica y en 3 millones en Argentina. Forma parte de todos los MSOs en sus paquetes digitales, y para reforzar la venta de afiliados en los independientes se convocó a **Alejandro Mancuso**, que a su vez sumó a figuras conocidas como **Alejandro Ruybal** y **Gustavo Rabinsky**, además de un acuerdo con el Business Bureau para el barrido de operadores.

La idea es sumar esfuerzos de representantes para atender Bolivia, Chile, Argentina, Paraguay y Uruguay. El canal viene abierto en el satélite pero antes de fin de año se hará una encriptación luego de un ordenamiento de todos los que



Javier Asensio y Alejandro Ruybal

tienen el canal para que figuren con contrato. Se quiere seguir la línea de los logros que hace **Alejo Idoyaga** junto a **Matilde de Boshel** en el Cono Norte, donde también se encriptará.

El sitio tiene 600.000 usuarios registrados y está en los tres idiomas. Se puede ir a cada eje temático tocando la rueda. En Argentina hay 32.000 visitas únicas por mes, y cuenta con una aplicación para tablets.

# LE ABRIMOS TODAS LAS PUERTAS

**SEPA MÁS DE LA CUENTA**  
**LA ACTUALIDAD INTERNACIONAL 24/7**

Contacto Distribución: Maria Stepanovitch (mstepanovitch@france24.com)

# TOCAMOS TODOS LOS PUNTOS DEL ENTRETENIMIENTO

El canal #1 del cine iberoamericano. ¡Único en su género!

**CINE LATINO**



El mejor cine europeo y erótico.

**MP**  
MULTIPREMIER



¡Tu conexión con la música del momento!

**exo TV**



**MVS**  
Televisión

INFORMES Y VENTAS

Sandra Chávez, Subdirectora de Ventas Latinoamérica.  
Teléfono: + 5255 5764-8100 Ext. 4504/ 4505/ 4506/ 4507  
Email: schavez@mvs.com



## TELEMUNDO INTERNACIONAL: 9 MILLONES DE SUSCRIPTORES EN 18 PAÍSES



Karen Barroeta, SVP de Cable Internacional y Mercadeo

Karen Barroeta, SVP de Cable Internacional y Mercadeo de Telemundo, dijo a PENSARIO que la penetración de la señal de TV paga en Latinoamérica 'continúa aumentando de manera estable, con presencia en 18 países, con alrededor de 9 millones de suscriptores'.

'En México, tenemos cubierto cerca del 65% del mercado y estamos trabajando para aumentar nuestra presencia en Colombia, Venezuela y el Cono Sur', añadió. Afirmó que el posicionamiento del canal 'se va fortaleciendo cada vez más'. Tanto en Venezuela como en México, logró instalarse entre los principales canales de entretenimiento en adultos 18-49.

'Nos sentimos muy satisfechos con los resultados que hemos conseguido hasta el momento,

y estamos enfocados en cerrar este año con esta nota positiva y con miras a un 2013 lleno de logros'.

### PROGRAMACIÓN

Telemundo integró a partir de septiembre, un nuevo bloque de programación para los sábados, enfocado en entretenimiento, música, suspenso y pasión. 'Iniciamos este bloque con el reality *I Love Jenni*. En este show la diva de la banda, Jenni Rivera abre las puertas de su hogar y nos lleva a conocer cómo su mundo se divide entre ser madre, abuela, empresaria y cantante'.

Al reality le seguirán los shows *Descontrol y Nitido*, el primero un show de música y baile, y el segundo un show de entrevistas que además presenta lo último de la cultura pop y la música. 'Luego tendremos dos shows llenos de drama y emociones fuertes: *Protagonistas de Novela*, donde William Levy y Elizabeth Gutiérrez iniciaron sus ahora codiciadas carreras, y *Decisiones Juveniles*, una serie que presenta historias independientes basadas en la vida real', completó.

En octubre, llega la segunda edición de *Premios Billboard a la Música Mexicana*, que será transmitido en vivo desde Los Ángeles,



*I Love Jenni*

con grandes estrellas de la música.

'Todavía nuestra programación original, producida en los Estados Unidos, México y Colombia para el público hispano', afirmó. En materia de ventas publicitarias, resaltó, Telemundo está encaminado para cumplir con los objetivos de este año tanto en México, como en otros territorios claves como Venezuela. 'Este año nos hemos dedicado a crear un posicionamiento frente a clientes y agencias de medios de la región, que ya está dando sus frutos'.

'Nuestra señal ofrece a los anunciantes una plataforma con programación de alto calibre, que cuenta con el público objetivo clave para su publicidad. Nuestras negociaciones de Ad Sales son manejadas por Televisa y junto con ellos, estamos diseñando estrategias más orgánicas para que nuestros clientes tengan opciones innovadoras que vayan más allá de la pauta regular que tradicionalmente se comercializa'.

'Nuestro objetivo siempre es que a los anunciantes puedan sacar el mayor provecho a su inversión', concluyó Barroeta.

## THE EROTIC NETWORKS: ACUERDO PARA EL VoD DE CABLEVISIÓN ARGENTINA

David Guerra, director para Latinoamérica de The Erotic Networks, dijo a PENSARIO que 'es una pena que la situación de Argentina no acompañe a los logros del negocio'. Con todo destacó que está a punto de partir con el VoD de Cablevisión, uno de los lanzamientos más importantes del semestre.

Viene de cerrar acuerdos en Brasil, en el marco del acelerado crecimiento de ese mercado; se cerró con GVT, donde se lanzó en mayo de este año con gran éxito para el operador y pronto habrá nuevos anuncios en ese país.

En Chile, está con VTR, hace cambios para adaptarse a la idiosincrasia local, y se va dando cuenta que es una categoría importante, si es bien manejada.

El producto de Erotic superó las expectativas previas, y según afirmó Guerra, 'parece que faltaba en el mercado, no sólo el contenido, sino que se enseñe a manejar el producto erótico'.

'Es por eso que nos estamos convirtiendo en un socio de las plataformas de TV paga. Tras el trabajo en DLA con su experiencia en el mundo transaccional, me di cuenta de adonde va la televisión en la convergencia con Internet y otros métodos de transporte con TV Everywhere. Todo esto completando la oferta Premium'.

'Creemos que la inversión se va a recuperar, pues el modelo de negocio por revenue share da una monetización que se necesita urgente. Hay que tener películas de Hollywood pero también esto para recuperar lo invertido lo más



David Guerra, director para Latinoamérica

rápido posible. El público de contenido adulto es de alto poder adquisitivo y necesita también mucha contención y seguridad', completó.

En Jornadas, presentará *Extasy Now*, un producto de TV Everywhere con acceso a dispositivos móviles, para ver contenidos cuando se está suscripto al paquete de canales del operador.

# HISPANTV

## NEXO LATINO

Todo lo que quiere ver, solo en un paquete  
Noticias actualizadas, una gran variedad de programas, documentales, películas y teleseries,  
El primer canal en español desde Oriente Medio,  
TV abierta de alta definición,

### Contacto;

Representante de distribución en Latino América

Dimitri Duarte

dimitriduarte@hotmail.com

### Relaciones Internacionales;

Narges Mohammadi

narges.mohammadi@hispanntv.com

www.hispanntv.com





# artear

Más contenidos, más calidad.

EN TODA  
LATINOAMÉRICA



Primera productora de Argentina  
en generar Contenidos en Alta Definición.

Departamento Venta Señales Internacionales  
5411 4370 1351 | 5411 4309 1541

[www.artear.com](http://www.artear.com) +

# El sabor italiano



**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



**MEDIASET**  
ITALIA  
El canal italiano #1

Distribuidores

**comarex**  
International Sales Representative  
México, Andes, Centro América

**allTV**  
Brasil

**Alfa Corp.**  
Cono Sur

[www.mediasetdistribution.com](http://www.mediasetdistribution.com) • [internationalsales@mediaset.it](mailto:internationalsales@mediaset.it)



**Un Mondo di Colori, Sapori ed Emozioni**

**Rai**  **Italia**

**Rai News**

L'Italia è qui per la  
**allTV**  
América Latina & Caribe  
Tel: +55-11-8480-8974  
[info@alltvia.com](mailto:info@alltvia.com)

## COMEDY CENTRAL: BUENA RECEPCIÓN DEL PÚBLICO JOVEN-ADULTO

**Carole Bardasano**, directora Sr de Programación MTV/VH1/Comedy Central VIMN The Americas, comentó a PENSARIO cómo ha evolucionado la señal desde su lanzamiento para Latinoamérica en 2011. Mencionó que, si bien aún no cuenta con estudios de audiencia, el recibimiento que ha tenido del público joven-adulto, ha sido 'muy bueno'.

'La señal estuvo disponible en una primera instancia de manera online para la región, y sólo después de haber comprobado su aceptación, se decidió lanzarla on-air. Por tanto, su lanzamiento es resultado de un buen desempeño. En cuanto a la programación, hemos tenido muy buenas repercusiones de algunas series internacionales como *Happily Divorced*, o *The Exes*, y los shows latinos de *Comedy Central Presenta: Stand Up*'.

Entre las novedades de programación, Bardasano mencionó *The Exes*, donde tres

hombres divorciados se van a vivir juntos a un departamento que les alquila la abogada que tramitó sus divorcios y que, casualmente, vive frente al hall de entrada del que alquila.

En *Tosh.0*, **Daniel Tosh** trae Internet a la televisión, cubriendo tanto las nuevas tecnologías como las no tan nuevas. Además, brinda información sobre blogs y tweets llevando a los televidentes una visión profunda del mundo web.

*The Nanny* es la clásica serie de comedia, protagonizada por **Fran Drescher**, donde una joven judía del barrio de Queens de Nueva York, llega a la casa de un millonario productor de Broadway que vive solo en Park Avenue con sus tres hijos. Es contratada para trabajar de niñera, para cambiar la vida de todos ellos.

*Retired at 35* cuenta la historia de un matrimonio que, después de 37 años, su hijo, un exitoso abogado, decide dejar su atareada vida en Nueva York y mudarse a la comuni-



Carole Bardasano

dad de adultos en La Florida en la que ellos viven. Elaine decide abandonar a su marido y comenzar una nueva vida como artista, dejando a David como compañero de cuarto de su padre.

### DISTRIBUCIÓN

Comedy Central Latinoamérica comenzó a transmitirse en toda América Latina en febrero de 2012, y cuenta con una distribución de más de 11 millones de abonados en toda la región en mercados como México, a través de **Cablevisión** y **Sky México**, así como los sistemas afiliados a **PCTV** (Productora y Comercializadora de Televisión por Cable de CV); en Brasil, a través de **Sky**, **Via Embratel**, **OiTV** y **Neo TV**; Ecuador por **TV Cable**; Chile por **VTR**, además de sistemas en Argentina, República Dominicana y Venezuela, indicó Carole Bardasano.



## RTVE SUMA CANALES PARA DISTRIBUCIÓN



María Jesús Pérez Gómez, Subdirectora Ventas Canales TVE

Con la incorporación del canal de caza y pesca, **Iberalia TV**, la división de venta de canales de RTVE, liderada por **María Jesús Pérez Gómez**, suma canales para la distribución internacional en Latinoamérica.

'La nueva estrategia es incorporar canales de terceros a nuestro portafolio de distribución. Tras el acuerdo de Iberalia, sumaremos otras ofertas. Los principales mercados de nuestra

división son Latinoamérica y Europa, pero estamos buscando alianzas para trabajar con Asia, donde vemos que hay una demanda concreta de contenido en español', explicó a Prensario Pérez Gómez.

### TVE RENUEVA SU PROGRAMACIÓN

**Televisión Española** (TVE) presentó en Ciudad de México, su programación 2012-2013, destacando la serie de época, *Isabel*, y la comedia *Estamos Okupados*.

Además, la señal confirmó que vuelven las corridas de toros a la pantalla, y reforzará su oferta de programas de revistas e informativos. En el segmento deportivo, incluirá la cobertura de la UEFA Champions League, y la semifinal de la Copa Davis, entre otros eventos.

*Isabel* es la historia de una mujer que arrebatada de los brazos de su madre y obligada a vivir con su hermanastro, el Rey Enrique IV, consiguió imponer su voluntad y llegó a ser reina de

Castilla y Aragón. Isabel, quien luego fuera llamada Isabella Católica, revelará sus secretos, sus amores, su ideología, sus pasiones y su lucha.

La primera temporada constará de 13 capítulos que abarcarán el periodo de 1461 a 1474, años en los que una joven destinada a ser sólo una buena esposa acabó convirtiéndose en reina, en un corte y un mundo que estaba en manos de hombres ambiciosos y en donde el clero tenía muy poco que ver con el de ahora.



Isabel es la nueva apuesta de ficción de época de TVE



## El toque europeo en su programación

*Euromaxx*, el programa diario en español del canal DW (Latinoamérica) premiado internacionalmente, muestra las nuevas facetas del viejo continente. Lo último de la arquitectura y el ambiente, el glamour y la gastronomía de los diferentes países, presentado de manera amena y competente por Linda Guerrero.

VISÍTENOS EN JORNADAS STAND Nº 45

## DMX: DISTRIBUCIÓN PROPIA EN LATINOAMÉRICA

### CRECE EN GENTE Y EN ATENCIÓN A AFILIADOS

Alejandro Cacciola de DMX, destacó a PENSARIO que este año fue 'muy positivo', y que se encaran desafíos nuevos como la distribución propia, separada de DLA.

DMX firmó acuerdos para canales musicales con Cablevisión México y Cablevisión Monterrey, y se firmó con Axtel, el primer cliente directo en 10 años.

Además hubo un importante acuerdo que se extendió a OTT y mobile con Sky Brasil; primero extendieron de 10 a 100 canales, y luego empezaron con una aplicación para telefonía y otra para OTT. 'Es una etapa de grandes desafíos', afirmó Cacciola.

Vale recordar que internamente se separó la división de Media (Pay TV) de la de musicalización de tiendas y restaurantes, y eso viene acompañado de una expansión interna con gente nueva para la distribución y atención a afiliados. Se sumó además una persona de bu-

siness development y marketing, Nelly Farra, y ahora se incorpora otra específica de atención a afiliados. También se suma un jefe de finanzas, uno de operaciones y otra de adquisiciones. Eran 10 personas y serán más de 16 para fin de año, por lo cual en enero de 2013 DMX se trasladará a una oficina más grande en Miami, en el corredor de Biscayne.

Los cambios van en sintonía con los cambios de comunicación de la industria, pues el medio los consideraba una parte de DLA, y ahora se pondrá mucho énfasis en branding sobre la independencia.

Cacciola destacó: 'En Jornadas tenemos que profundizar con el desafío de los próximos 12 meses para migrar de DLA a la plataforma propia. Queremos ofrecer los canales vía IP por la flexibilidad que brinda la posibilidad a los clientes de programar canales exclusivos. Pero está el tema de costos y depende la cantidad de



Alejandro Cacciola

cabeceras, tanto para grandes como pequeños operadores. Para los que no se pueda veremos alternativas, pero seguro seguiremos atendiéndolos como hasta ahora.'

'También seguiremos empujando la plataforma web para las aplicaciones nuevas de TV Everywhere en todas las plataformas', completó.



**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

Contacto Distribución  
Pompeyo Pino  
pompeyo.pino@rfi.fr



EL CANAL  
DONDE  
TERMINA  
EL ZAPPING.

En TV5MONDE encontrarás la mejor programación a toda hora. Disfruta de una gran variedad de opciones del mejor entretenimiento para enriquecer tu día. Encuentra lo mejor sobre gastronomía, moda, viajes, lujo, medio ambiente y decoración, y disfruta de todos los placeres exquisitos de la vida. Sólo en TV5MONDE encuentras a cualquier hora del día tu magacín preferido, con subtítulos en español.



[www.tv5monde.com/latina](http://www.tv5monde.com/latina)

EL CANAL EN FRANCÉS PARA TI.  
**TV5MONDE**

## HISPANTV: DE IRÁN PARA EL MUNDO

### COMPRA ESPACIOS EN LOS SISTEMAS

**HispanTV** es la nueva señal alternativa que llega desde el mundo árabe en español para aportar una visión diferente, creada especialmente en Irán para el mercado latinoamericano.

El canal es operado y producido por una empresa de comunicaciones de TV de carácter público, con una gran infraestructura y convenios con todas las cadenas nacionales, como **BBC** o **Aje**.

Se originó a fines del año pasado y ya se está posicionando en todo el mundo. Se ve como señal de TV paga, o por Internet, donde sus noticieros fueron los más vistos a través de **YouTube** durante las elecciones mexicanas. Aunque fue creado para el mercado hispánico de toda América (Norte, Centro y Sur) se lanzó primero a fines de 2011 en el territorio Español. Más allá de su fuerza en noticieros, HispanTV es un canal de entretenimiento con deportes, documentales turísticos, históricos, de ciencia y tecnología,



películas, entrevistas y otros contenidos.

#### DESARROLLO EN LATINOAMÉRICA

Para su desarrollo en Latinoamérica, en abril Hispan TV anunció el nombramiento de **Dimitri Duarte** como gerente de Relaciones Públicas Internacionales.

Entre 1994 y 1999, hizo un trabajo de fondo similar como ejecutivo de **HBO**. La señal es operada por la periodista **Narges Mohammadi**, con sede en Teherán. Se lo autoriza a Duarte a negociar la señal del canal con las empresas privadas de la Industria del cable en el mercado americano, y también con las empresas públicas de los Estados de la región que tengan señales de TV de distribución satelital. Dicha representación la ejerce a través de una de sus empresas **AbadiaTV**, que cuenta con una web corporativa [www.grupoabadia.com](http://www.grupoabadia.com).

Después de iniciada la introducción del canal en los países centroamericanos y Colombia, asiste



Dimitri Duarte

ahora a Jornadas Internacionales por primera vez, para presentar y negociar el canal en Ecuador, Perú, Bolivia, Chile, Argentina, Uruguay y Paraguay. 'Nos ha tocado ser los primeros en introducir la señal de Hispan TV en el territorio americano. No vendemos el canal, sino que compramos espacio en la grilla de los sistemas de TV cable y pagamos en dólares', afirmó Duarte. 'Estamos ofreciendo al público americano algo innovador. Es una cultura con más de 5000 años de existencia. Aporta otra visión de la realidad, más allá de los intereses geo-estratégicos, comerciales y políticos de algunos poderosos países de occidente'.

'Irán es un gran productor de cine mundial y ha ganado importantes premios en los Festivales de cine de Berlín y Venecia. Además ha ganado recientemente dos Premios Oscar a la Mejor película extranjera', finalizó.

## DISCOVERY NETWORKS ESTRENÓ AVENTURA 4x4 EN MÉXICO

### SE VERÁ EN 200 PAÍSES

**Discovery** estrenó, el pasado 18 de septiembre, *Aventura 4x4*, la nueva serie de supervivencia, producida por **Dragonfly** para **Discovery Networks International**, que sigue las aventuras de Gary Humphrey, ex agente de las fuerzas especiales británicas, y Bill Wu, un fanático del automovilismo, que son abandonados en parajes inhóspitos y obligados a trabajar juntos para ponerse a salvo.

Durante los tres días de travesía, emplean un vehículo de cuatro cilindros con diez años de uso y tracción en las cuatro ruedas, que fue ligeramente modificado a fin de poder enfrentarse a la dureza del recorrido. Sin caminos adecuados y escasos suministros, Gary y Bill deben confiar en el instinto, la experiencia y en la seguridad

de su auto para salir airoso.

'Discovery es un canal innovador y *Aventura 4x4* es prueba de ello. La serie ofrece un toque novedoso al mundo de los programas de supervivencia y brinda a la audiencia una experiencia palpitante, protagonizada por dos aventureros que usan todo su ingenio y creatividad para salir adelante. Definitivamente, se trata de un concepto único, que ofrece una verdadera propuesta de diversión al estilo de las mejores producciones de Discovery', señaló **Bilal Joa Silar**, VP y directora general de Discovery Channel para América Latina.



Aventura 4x4

La serie se filmó enteramente en Chile durante febrero y marzo de 2012. En cada uno de los cinco episodios de la primera temporada, los personajes son trasladados y depositados en un ambiente extremo, representativo de un ecosistema particular: volcán, selva, montaña y desierto. Además de su estreno en México, se emitirá en Estados Unidos y en otros 200 países.

Cuenta con la producción ejecutiva de **Sarah T. Davies** para Discovery Networks International, y **Sarah Swingler** y **Sanjay Singhal** para Dragonfly.

Noticias Internacionales – 24 horas al día y 7 días a la semana



EN ESPAÑOL

[actualidad.rt.com](http://actualidad.rt.com)

Señal abierta para operadores de cable

# SEPA MÁS



## Booth 65 Jornadas

#### Contacto:

**Maya Korshunova**

Gerente de Distribución del Canal

Tel: +7 495 645-17-18

E-mail: [mbkorshunova@rttv.ru](mailto:mbkorshunova@rttv.ru)

**Karina Melikyan**

Jefa de Distribución de Contenidos

Tel: +7 495 645-28-43

E-mail: [kgmelikyan@rttv.ru](mailto:kgmelikyan@rttv.ru)

## DISNEY CHANNEL: SEGUNDA PARTE DE VIOLETTA Y NUEVAS TEMPORADAS DE SUS SERIES

Disney Channel anunció el lanzamiento de la segunda parte de la primera temporada de *Violetta*, en los feeds Sur, Norte, Pacific, Multicountry, y estrena la primera parte en Brasil.

*Violetta* cuenta con un fuerte componente musical, romance y humor, protagonizada por un elenco internacional. En la segunda parte, se podrá descubrir lo que sucedió luego de que Violetta se escapara del casamiento de su padre para cantar en el show del estudio.

También llega una nueva temporada de *Programa de talentos*, la serie que sigue a la niña prodigio de la música y sus amigos, mientras estudian en la escuela secundaria como miembros del prestigioso programa que da nombre al show.

El especial de *Phineas y Ferb* muestra que mientras que Phineas y Ferb se embarcan en sus vacaciones en un safari en África, su leal mascota, Perry, se debe quedar en Danville por una urgencia de último momento con el Dr. Doofenshmirtz, pero accidentalmente, desaparece y nadie sabe dónde se encuentra.



Phineas y Ferb

A su vez, Disney Channel emite capítulos inéditos de: *¡Qué onda!*, el show de sketches cómicos realizados por un elenco de talentosos jóvenes actores; *Cuando toca la campana* y *Quando Toca o Sino*, con nuevos amores, malentendidos y enredos en los recreos; *Pecezuelos*, con las historias de tres amigos acuáticos dentro de una pecera; y *Peter Punk*, en Brasil, la producción original de Disney XD que narra las aventuras y desventuras de Peter, un joven con rock & roll en las venas que debe lidiar a diario con una familia completamente punk.

El canal estrena las películas: *Avalon High*, la versión *Rap Along de Let It Shine*, y *Fuerza-G* de Walt Disney Pictures acerca de una unidad secreta de conejillos de indias



Violetta

altamente entrenados, cuya misión es salvar al mundo.

A fin de mes Disney Channel exhibe un adelanto exclusivo de *Gravity Falls: un verano de misterios*, una nueva serie original animada que estrenará muy pronto, que sigue a dos niños de ciudad que son enviados a pasar sus vacaciones de verano a la casa de su malhumorado tío abuelo, quien vive en el pueblo de Gravity Falls.

En el feed Sur, el 21 de septiembre, la señal tiene preparada una programación muy especial para celebrar el Día de la Primavera.

## FOX SPORTS ADQUIERE DERECHOS PARA TRANSMISIÓN DE PARTIDOS DEL CLUB LEÓN EN MÉXICO

EN MÉXICO, CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE

Fox Sports anunció la adquisición de los derechos exclusivos para la transmisión por TV de los partidos de local del Club León F.C. en México, Centroamérica y el Caribe, y los derechos no exclusivos para Internet.

La primera emisión fue del partido del Club León F.C. frente a las Chivas del Guadalajara.

Lorenzo Orozco, VP y gerente general de Fox International Channels México, dijo:

'Hemos acompañado al Club León, F.C. por años a lo largo de su campaña en Primera A, de hecho hemos transmitido el partido que posibilitó su regreso a la Primera División. Nos honra continuar a su lado, es un equipo muy querido en México y estamos muy entusiasmados de acercarlo aún más a su afición a través de la pantalla de Fox Sports.'

Con cinco campeonatos en Primera División obtenidos, Club León F.C. es uno de los

equipos con más títulos en el fútbol mexicano profesional en los torneos largos y a nivel histórico; además de contar con una de las aficiones de mayor tradición y arraigo en el fútbol mexicano.

Fox Sports llega a más de 42 millones de hogares en 19 países de Latinoamérica las 24 horas.



Una señal, para todo el mundo.



Información • Entretenimiento • Cultura

Comercializado por:  
**FOX International Channels**  
LATIN AMERICA

ARGENTINA (043) 433 800 / CENTROAMÉRICA (502) 2247 2700 / CHILE (562) 750 6600  
COLOMBIA (571) 630 7044 / MÉXICO (5255) 978 8608 / VENEZUELA (5821) 890 8200

## E! ESTRENÓ NUEVA IMAGEN EN AMÉRICA LATINA

El **Entertainment Television** estrenó en América Latina una nueva estética de su pantalla y sus sitios web, para dar paso a una imagen vanguardista y dinámica, como parte de una estrategia global para seguir consolidándose como una marca protagonista de la cultura pop.

Desde el 1ro de septiembre, la E! que representa a la señal lucirá un ajustado *Little Black Dress*, haciéndose acompañar por una paleta de colores intensos, dejando de lado el tradicional rojo que la caracterizó siempre.

**Sergio Pizzolante**, EVP y gerente general de **E! Networks Latin America**, destacó: 'Luego de que desde hace 15 años la famosa E!, en brillante rojo, se convirtiera en ícono de entretenimiento y llave de acceso directo a las grandes estrellas de Hollywood, el canal especializado en contenido del mundo del espectáculo refresca su imagen brindándonos una estética de vanguardia, de la mano con las últimas tendencias del diseño y en clara sintonía con la era digital.'

Para acompañar el lanzamiento de este renovado *make up*, E! estrenará nuevos shows, y lanzará la primera app para plataformas **iOS**, **Android** y **BlackBerry**.

De esta manera, seguirá siendo el canal dedicado las 24 horas al día y los siete días de la semana al mundo del entretenimiento de Hollywood y Latinoamérica, a través de múltiples plataformas, como la TV, la computadora y el Smartphone.

'El concepto de cultura pop ha evolucionado y nosotros con él. Tanta relevancia tiene la caída en el mercado bursátil como el divorcio de dos famosos. Eso nos compromete con nuestra audiencia, que espera diversidad de contenidos, ángulos diferentes sobre un mismo hecho y, sobretodo, accesibilidad a información 24/7', dijo Pizzolante.

Por su parte, **Daniela Chaparro**, VP de Mercadeo y Servicios Creativos de E! Networks Latin America, explicó: 'Este no es un cambio de dirección, se trata de una evolución estética; para un canal que marca tendencias es clave renovarse constantemente e ir un paso adelante para imponer estilo.'

En este sentido, comentó que en cuanto a personalidad, el canal 'es una persona totalmente



Sergio Pizzolante

conectada con lo más actual, es divertida, sabe reírse de sí misma y de sus amigos, es fascinante porque va al corazón de las historias que nos cuenta.'

**Campaña para comunicar el rebranding**  
Con motivo de este cambio de imagen, los hosts de E! Latinoamérica viajaron a Los Ángeles para protagonizar la nueva campaña del canal, trabajando con el mismo crew que había realizado, semanas antes, la misma producción con los talentos de la señal estadounidense.

## HBO GO: MÁS DE 177.000 VISITAS Y 53.000 STREAMINGS EN BRASIL



**HBO GO**, la nueva plataforma de entretenimiento premium de **HBO**, tuvo 177.000 visitas y más de 53.000 streamings en la primera semana desde su lanzamiento en Brasil.

Se trata de una plataforma donde los suscriptores de **HBO** pueden acceder por Internet a películas, series, shows y programas deportivos del canal en sus computadoras. El único requisito es contar con una suscripción válida del paquete **HBOMAX** con **Sky**, aunque próximamente estará disponible para los demás operadores del país.

**HBO GO** tendrá diversas características para la personalización de los servicios disponibles que, entre otras cosas, permitirán, por medio del *Series Pass*, recibir alertas y notificaciones de nuevos capítulos, cuando estén disponibles. También será posible crear una lista de interés con los programas favoritos y ver la

programación en HD, con o sin subtítulos. La plataforma tiene una navegación simple e intuitiva y los contenidos están divididos en: Series, Películas, Documentales, Especiales, Infantiles y Adultos.

### ESTRENOS DE HBO

**HBO Latin America** lanzó la tercera temporada de su serie original *Capadocia*, al aire desde el 23 de septiembre para toda Latinoamérica. Con un evento en México, la señal presentó al equipo de producción de la serie y al elenco, que en esta nueva entrega incorporará a **Ernesto Gómez Cruz** y **Damián Alcázar**.

En esta edición de 13 capítulos, regresan 'de entre los muertos' personajes como el de Teresa Lagos (**Dolores Heredia**), Valeria (**Cecilia Suárez**) y la Negra (**Aida López**). Se cerrarán círculos y se enfrentarán la corrup-



Roberto Ríos (HBO), los actores Tony Dalton y Nailea Norvind, Billy Rovzar (Lemon Films), Fernando Rovzar (Lemon Films) y Luis F. Peraza (HBO)

ción y la ambición por el poder, contra los ideales de justicia.

Además, la señal anunció en Ciudad de México, el lanzamiento de la nueva serie dramática original *Señor Ávila* que, producida junto a **Lemon Films**, se estrenará a mediados de 2013 para toda la región.

Protagonizada por **Tony Dalton** y **Nailea Norvind**, *Señor Ávila* gira alrededor de un padre de familia que mientras es un vendedor de seguros, es un asesino a sueldo.

# Grey Juice Lab

Content is King. Distribution is King Kong



¡LUCES, CÁMARA,

# CONTENIDO!

¿Sueña con crear la VOD del futuro en América Latina?

Comparta sus ideas sobre su VOD del futuro con nosotros

+54 11 5984 2781

mihai@greyjuicelab.com

Twitter: @greyjuicelab

http://www.greyjuicelab.com

## RT, DISPONIBLE EN MÁS DE 500 OPERADORES EN TODO EL MUNDO

RT, canal informativo internacional que emite 24 horas en inglés, español y árabe desde sus estudios en Moscú y Washington, anunció que está disponible para 550 millones de espectadores en todo el mundo, a través de 30 satélites y más de 500 operadores.

RT recibió más de 750 millones de vistas en YouTube, lo que le permitió ser el principal proveedor de noticias en esta plataforma online. En Gran Bretaña, según los datos del índice de audiencia nacional oficial, **BARB**, RT ocupa el tercer lugar entre los canales de noticias, después de **BBC News** y **Sky News**. Además, RT está disponible en 2 millones de habitaciones de los hoteles más prestigiosos del mundo.

Entre los últimos proyectos del canal, se destaca el debut del fundador de **WikiLeaks**, **Julian Assange**, con su ciclo *Diálogos con Julian Assange*, en el que conversó con grandes

figuras de la agenda internacional. El lanzamiento del programa de RT, en tres idiomas simultáneamente, la posicionó como uno de los mayores medios de comunicación.

El canal RT en español empezó a emitir en diciembre de 2009 y se convirtió en el primer canal de Rusia en transmitir en esa lengua en todo el mundo. Hasta el momento, decenas de millones de espectadores de Europa, América Central, del Norte y del Sur reciben la señal de RT a través de satélites y operadoras por cable.

El canal tiene corresponsalías en La Habana, Buenos Aires y Miami, y es transmitido por más de 140 operadores de televisión por cable en todo el mundo.

**Victoria Vorontsova**, directora de RT en



RT ocupa el tercer lugar entre los canales de noticias de Gran Bretaña

español, dijo: 'América Latina es uno de los mercados televisivos más importantes del mundo. Ahora estamos negociando activamente la expansión de RT en la región, y nos pone contentos que las operadoras estén dispuestas a incluirnos en sus paquetes porque los espectadores se han aburrido de ver siempre los mismos canales que cubren los mismos temas'.

## NHK WORLD LLEGA A 162 MILLONES DE HOGARES EN 130 PAÍSES

**NHK World**, el servicio internacional de TV de NHK (Japan Broadcasting Corporation) anunció su llegada a Myanmar a través de sus señales **NHK World TV**, en inglés, y **NHK World Premium**, en japonés, disponibles para 200.000 hogares en ese país, a través de **Sky Net**.

Con ésta y todas las incorporaciones de este

año, NHK alcanzó una cobertura de 162 millones de hogares en 130 países y regiones.

En junio, Sky Net auspició una ceremonia con motivo de la inauguración de NHK World en Myanmar, donde el embajador de Japón en ese país, **Takashi Saito**, dijo que la señal provee un 'acceso sencillo' a las noticias de Japón y los programas que dan a conocer diversas facetas de su cultura. 'NHK World espera expandir su servicio más allá de los países asiáticos. Con recientes lanzamientos en Mongolia, Camboya y Malasia, llega ahora a más de 21 millones de hogares en el área.

Además, en abril, NHK World TV lanzó 24 horas de servicio en el área metropolitana de Estados Unidos a través de **WRNN** (TDT), **Time Warner Cable System**, **Comcast Cable Systems** y **Verizon FiOS TV** (IPTV). Ahora,



Asia Biz Forecast

más de 2,45 millones de hogares tienen acceso a la señal.

En mayo, **Claro TV** en República Dominicana lanzó NHK World TV en su paquete HD. Y en ese mismo mes, 38 cableoperadores firmaron acuerdo con la compañía en la Cumbre APTC de Perú. En junio, ocho cableoperadores se integraron a partir de la expo Canitec en Acapulco. En julio, se sumaron 11 nuevos operadores en República Dominicana, a partir de Tepal, que se realizó en Punta Cana.



Miyuki Nomura y Yuri Sato, de NHK

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 Afiliados: Hernán Chiofalo, hchiofalo@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3531.  
Contacto Publicidad: Adolfo Franco, Gerente de Ventas Publicitarias, franco@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3800.

WWW.TYCSPORTS.COM

Visítanos en el stand N° 43 de Jornadas Internacionales de Cable.

## BRASIL, NUEVO FOCO DE LA BBC

APUNTA A FORTALECER SU SEÑAL HD EN AMÉRICA LATINA

BBC Worldwide participó por primera vez de ABTA 2012, tras el lanzamiento de su señal BBC HD en NET Serviços. Adriana Eckstein, directora de ventas para Brasil y Cono Sur, dijo que están en negociaciones con otros operadores y esperan expandir el canal en otros sistemas.

‘El momento del mercado local, sumado al acuerdo con NET, nos impulsó a venir a São Paulo con stand. Exhibimos la señal en HD que fue muy bien recibida por los operadores. Entramos al mercado en el mejor momento y esperamos cerrar más acuerdos en el corto plazo’, dijo la ejecutiva.

BBC es una marca consolidada en Brasil, éxito que se logró a partir de las ventas de contenidos a los canales abiertos (la división organiza el *BBC Showcase* todos los años en septiembre en Río de Janeiro). ‘BBC HD tiene lo mejor de nuestras producciones y está disponible en un único feed para Brasil, con subtítulos en portugués’.

Tiene las series *Sherlock Holmes* y *Top Gear*, además de los bloques de programación de *Lonely Planet*, documentales y los mejores musicales de *BBC One*, entre los conciertos gratuitos más importantes del mundo. ‘Venimos a suplir una demanda concreta del público brasileño y latino, que conocen la marca y de los altos niveles de producción de sus contenidos’.

‘Estamos proveyendo contenidos de *BBC Entertainment* y el canal infantil *Cbeebies* también a *NOW*, servicio on demand de NET’, subrayó Eckstein y añadió: ‘En noviembre emitiremos en los *Cinemark* de São Paulo y Río de Janeiro *Flying Mosters* en 3D, evento gratis para los suscriptores de NET’, dijo la ejecutiva.

### AMÉRICA DEL SUR

En América del Sur, la novedad es que BBC HD entró en *Cablevisión* de Argentina y ha tenido una gran respuesta de parte de los suscriptores. ‘Con BBC HD estamos en 11 países,



Adriana Eckstein y Viviana Rubinstein, de BBC, por primera vez en ABTA de Brasil

mientras que con BBC SD, Cbeebies y BBC Entertainment llegamos a 18 países’, explicó.

‘Tenemos un servicio SVOD con NET y Sky en Brasil y *Cablevisión México*, y estamos en negociación con el servicio de VOD que Cablevisión lanzará en Argentina. Seguimos apostando a los formatos de TV Everywhere que nos han dado buenos resultados’, completó Eckstein.

Entre los lanzamientos de programación en septiembre, están los documentales *Wild China* o *Football Free Stylers*, los recitales de Lily Allen y Snow Patrol, que son un hit en Argentina, por ejemplo, y también la versión británica de *Being Human* para todo Latinoamérica.

## TyC Sports: PROGRAMACIÓN ESPECIAL EN SU 18º ANIVERSARIO

TyC Sports presentó en septiembre, mes de su 18º cumpleaños, una programación especial, con eventos destacados como las eliminatorias de Argentina para el Mundial 2014, la pelea de Sergio “Maravilla” Martínez, y los partidos de la Copa Davis.

Además, transmitió las séptima y octava fecha de las Eliminatorias Sudamericanas, con un equipo de especialistas que siguieron cada movimiento del equipo argentino con entrevistas, informes y todos los detalles de sus figuras.

Además, el fin de semana del 14 al 16, acompañó al equipo argentino de Copa Davis en su búsqueda por alcanzar una nueva final. Con la conducción de Gonzalo Bonadeo, TyC Sports y TyCSports HD transmitieron en vivo

desde el Parque Roca la semifinal ante el equipo de República Checa.

Por su parte, Sergio Martínez, el mejor boxeador argentino de la actualidad, se quedó, el sábado 15, con la corona de los medianos ante el mexicano Julio Cesar Chavez Jr. El equipo de boxeo transmitió en vivo desde Las Vegas todas las alternativas de la velada que consagró al argentino entre los mejores de todos los tiempos.

Septiembre también tuvo el comienzo de la Liga Nacional de Básquet (dos televisados semanales, uno en HD), las peleas por títulos de Félix Sturm, Diego Chávez, Marcos Maidana y Fernanda Alegre, el Torneo Panamericano de Gimnasia Artística, las series de atletismo internacional con la Diamond

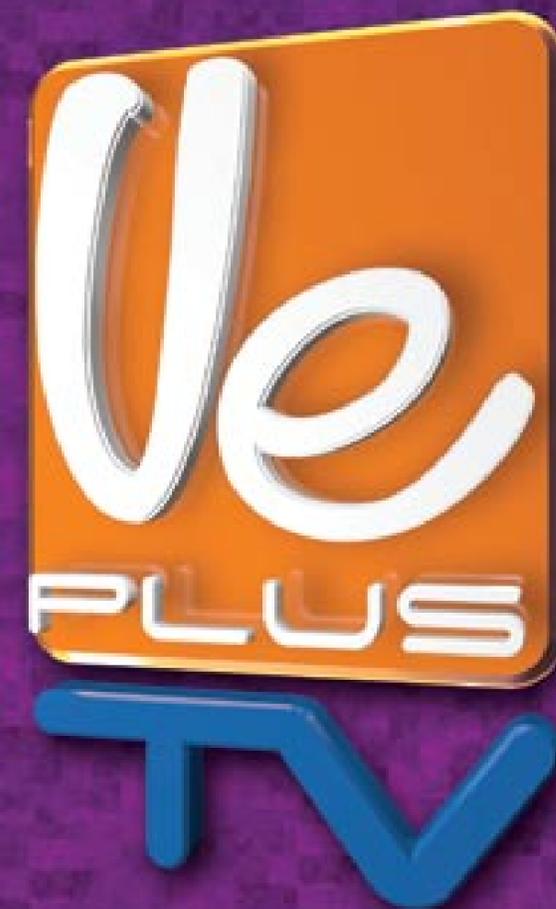


Sergio “Maravilla” Martínez se enfrentó ante Julio César Chavez Jr. ganando la corona para los medianos

League y World Challenge y las presentaciones del Súper TC 2000, TC 2000 y Top Race junto al equipo Carburando.

Estos eventos se sumaron a la grilla de programas compuesta por *Estudio Fútbol*, *Líbero*, *Indirecto*, *Despertate*, *Paso a Paso*, *Tiempo Extra*, *Sportiy Domingol*.

# 100% ENTRETENIMIENTO LATINO!!!



VENEVISION  
Continental

División de TV por suscripción

CISNEROS

## AMÉRICA INTERNACIONAL AFIANZA SU DISTRIBUCIÓN EN LATINOAMÉRICA

**América Internacional** es la señal de América de Argentina dirigida a Latinoamérica, lanzada en un momento particular del mercado, donde si bien las grillas cuentan con numerosas señales, se abren nuevas oportunidades gracias a la digitalización y a la apertura de los paquetes internacionales en todos los grandes operadores.

Se trata de una apuesta fuerte liderada por

**Fabián Casella**, quien afirmó a **PRENSARIO** que las primeras respuestas por parte de los cableoperadores fueron 'muy buenas', sobre todo en lo que respecta a la programación que es prácticamente toda en vivo, y por la relevancia dada a la producción. 'Sabemos que es un trabajo a largo plazo', remarcó.

La señal ya empieza a ser conocida en Uruguay, Chile, Perú y Bolivia. Está entrando en



Fabián Casella y Adriana Molina

Estados Unidos y Venezuela.

Ahora todo el equipo estará en Jornadas Internacionales de Argentina, tanto para atender a todos los clientes locales, como a la gran cantidad de operadores que vienen de la región.

## NOVELÍSIMA ES VEPLUSTV

La señal internacional de **Venevisión** dio un salto generalista para pasar de llamarse **Novelísima**, la marca con la que se venía trabajando, para aprovechar las fortalezas y la tradición de producción de la compañía, a **VePlusTV**.

El cambio se da en todos los países de la región. Esto refleja la gran repercusión que están teniendo ya no sólo las famosas novelas sino también

los Talk Shows y otros géneros que funcionan bien en Venezuela y los demás países.

Vale recordar el interesante proceso de replicación en otros países donde se apostó con una producción propia a hacer una señal localizada, como República Dominicana y otros mercados.

El objetivo es generar ahora una marca regional y seguir sumando países, como Paraguay, el cual



Cosme López Rafael y Elba Mora, con Melo de Tricom en Tepal

será uno de los objetivos para las próximas Jornadas Internacionales de Buenos Aires.

## DGS WORLD: E-COMMERCE PARA OPERADORES



David Harris, Ivette Méndez y Jeff Cox

Jeff Cox y David Harris, de **DGS World**, acompañaron a **Ivette Méndez** en su oferta

para Latinoamérica del nuevo canal de ventas online, ya destacado por **PRENSARIO** en la edición de Tepal.

Expresaron que el mercado digital en la región 'está creciendo', y que es el momento oportuno para desarrollar un canal como el que ellos ofrecen. El consumo de Internet y el manejo de redes sociales en nuestros países, en particular la Argentina de cara a Jornadas, está entre los mayores del mundo. Ahora estará presente la convención del Hilton para ver a todos los grandes operadores del Cono Sur.

En México la señal se está lanzando con **Cablemás** y **Cablevisión**, a los que esperan realizar un gran aporte para incrementar sus ingresos sin costo, pues es todo lo que cobran en proporción a las ventas que se generen.

Lo del e-commerce por cable lo consideran una nueva forma de consumir que se está masificando en el mundo y en Latinoamérica.

Destacaron que la experiencia en Tepal fue 'muy valiosa' para ellos por la chance de tratar y tener meetings con los presidentes de los MSOs y aprender su forma de pensar.

## GREY JUICELAB: VoD MUNDIAL PARA LATINOAMÉRICA

**Grey JuiceLab** es un nuevo jugador en la provisión de contenido para plataformas bajo demanda (VoD) en Latinoamérica. Está trabajando con clientes como **Axtel** de México, **Telecom** Argentina y **UNE** de Colombia.

Aporta el contacto con los estudios, provee

la programación y apoya además con el mercado. Se trata de un verdadero partner de los operadores.

En la región es un jugador nuevo, pero ya es fuerte a nivel mundial, con oficinas en Londres, París, Dubai y Hong Kong. Eso avala la seriedad



David Guerra, de **Erotic Networks**, Manuel Mueses y Mihai Crasneanu con Kelly Blanco de **Tricom**

de la apuesta, donde puede ser una alternativa a los jugadores existentes.

# Soluciones integradas, soluciones simples.



media  
networks  
satellite

DTH & Internet satelital



media  
networks  
solutions

Soluciones audiovisuales



media  
networks  
broadcast

Servicios integrales de transmisión



media  
networks  
content

Generación de contenidos



media  
networks  
ad sales

Publicidad multiplataforma

media  
networks

www.medianetworks.net

Media Networks es una unidad B2B de Telefónica Digital que presta servicios mayoristas de TV paga e Internet Satelital, soluciones audiovisuales, generación de contenidos y ad sales a empresas y operadores de España, Brasil, Estados Unidos, México, Chile, Colombia, Argentina, Ecuador, Bolivia, Venezuela, Centroamérica y Perú, donde se encuentra su telepuerto regional.



## Audiovisual Extérieur de la France

Una nueva sede para el principal grupo francés de medios a nivel mundial

Tras la fusión de sus tres medios en 2012, el Audiovisual Extérieur de la France (FRANCE 24, Monte Carlo Doualiya y RFI) se instala en su nueva sede en Issy-les-Moulineaux, el atractivo barrio de los medios de comunicación en las proximidades de París.

Grupo francés líder de información internacional, el AEF está presente en todos los continentes, 24/7, en 13 idiomas y utilizando todas las vías de transmisión: televisión, radio, Internet, teléfonos móviles, tabletas...

Con más de 90 millones de telespectadores y de oyentes, y 15,7 millones de visitas mensuales para sus vectores multimedia, el AEF continúa desarrollando la presencia francesa en el mundo gracias a su oferta de programas de información multilingüe y original.



FRANCE 24 es una cadena de televisión completamente digitalizada desde la captación de las imágenes y los sonidos hasta la transmisión de los mismos. Sus noticieros y programas de actualidad se transmiten simultáneamente y 24/7 en francés, inglés y árabe, con las tecnologías más modernas y eficaces.



Monte Carlo Doualiya difunde sus noticieros y programas especialmente en el Cercano y el Medio Oriente. Radio Internacional transmitiendo exclusivamente en idioma árabe, Monte Carlo Doualiya comparte su línea editorial y sus recursos periodísticos con la redacción arábfona de FRANCE 24, garantizando un tratamiento equilibrado y plural de la información.

Con transmisiones continuas durante todo el día, la radio internacional RFI propone a su audiencia francófona un noticiero completo de 10 minutos cada hora y un flash informativo de 3 minutos a la mitad de cada hora, dando así un seguimiento constante a la actualidad. En sus otros 11 idiomas, que incluyen el español y el portugués de Brasil, RFI brinda varios bloques cotidianos con noticias, reportajes, entrevistas y programas variados.

Deja que la magia continúe, mantén tu negocio en crecimiento.

¿Qué es lo que pasa cuando la conexión entre contenido y audiencia es magia cotidiana? Más de 350 operadores de TV digital en más de 80 países confían en nosotros para sostener esa magia, protegiendo su contenido y sus ingresos. La tecnología de Conax es probada, flexible y segura.

En At Conax trabajamos duro para innovar de manera tal que los consumidores puedan experimentar magia cotidiana en cualquier dispositivo, en cualquier momento, en cualquier lugar. Entonces, deja que la magia comience.

sustaining magic



POR CARMEN GONZÁLEZ-SANFELIÚ,  
VP REGIONAL DE INTELSAT PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE



Carmen González-Sanfeliú

## LAS INNOVACIONES SATELITALES IMPULSAN EL AUJE DE LOS RADIODIFUSORES

Los mayores radiodifusores de América Latina, siempre deseosos de mantener su leal clientela, se enfrentan a varios desafíos de características singulares. Deben satisfacer la creciente demanda de programación de alta definición. Al mismo tiempo, también deben ofrecer la mayor cantidad de programación proveniente de otras partes del mundo. Por último, deben asegurarse de que su contenido sea visto por la mayor cantidad de personas.

Para superar esos desafíos, los radiodifusores recurren a operadoras satelitales de la talla de **Intelsat**. Las operadoras de satélites deben proporcionar constantemente a los radiodifusores nueva capacidad de satélite, diseños satelitales innovadores y una infraestructura de distribución eficaz para transmisiones de video a escala mundial.

Intelsat brinda la mayor cantidad de capacidad de satélite, la mayor red de telepuertos y conexiones de fibra óptica a través de la red **IntelsatONE**, y ahora también—con su plataforma satelital **Intelsat Epic** de próxima generación—un modelo más eficiente y mejorado de entrega de contenido.

### SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA DE LOS RADIODIFUSORES

Con más de 50 satélites, siete telepuertos y más de 36.000 millas de conexiones de fibra óptica, Intelsat cursa más de 400 canales de alta definición, más de 30 plataformas DTH, y atiende a clientes en más de 200 países y territorios. Dieciocho satélites de Intelsat ubicados en destacadas posiciones orbitales brindan servicios a América Latina y el Caribe.

Seis de las principales comunidades de video de Intelsat están en América Latina, donde cursan una combinación de capacidad de bandas Ku y C para atender los estrictos requisitos de más de 300 de los principales radiodifusores y empresas de telecomunicaciones de la región.

Nuestras destacadas comunidades de video en América Latina y el Caribe ofrecen distribución de programación televisiva con cobertura geográfica de características inigualadas llegando a millones de hogares. Los radiodifusores que se suman a esas comunidades se benefician de una redundancia, un alcance y una conectividad verdaderamente superiores para la distribución de programas.

Para ampliar su público, los radiodifusores deben distribuir la programación al máximo número posible de proveedores de servicios por cable y DTH (satélites de radiodifusión directa al hogar) en todo el mundo. Los clientes de Intelsat tienen un alcance mundial que les permite llegar a miles de cabeceras de cables y plataformas DTH.

### CAPACIDAD NUEVA QUE SATISFACE UNA FUERTE DEMANDA

Como parte de la mayor inversión jamás efectuada por Intelsat en su flota, estamos lanzando nuevos satélites que ayudarán a satisfacer la demanda de los radiodifusores latinoamericanos. Los lanzamientos del Intelsat 21 y el Intelsat 27 en 2012 y 2013, respectivamente, pondrán una importante capacidad a disposición de la comunidad de servicios de video.

Los operadores de DTH están cada vez más enfocados en utilizar satélites que ofrezcan la mejor calidad en potencia y cobertura. Un claro ejemplo de esa tendencia lo ofrece el convenio firmado recientemente por Intelsat con su tradicional cliente **DirecTV** Latin America (DTVLA) para suministrar capacidad de banda Ku con destino a servicios DTH en la región. Intelsat brindará esos servicios en dos nuevos satélites híbridos de bandas C y Ku, el Intelsat 30 y el Intelsat 31, cuyos lanzamientos están previstos para 2014 y 2015.

Intelsat y DTVLA diseñaron estratégicamente una carga útil de banda Ku para optimizar las frecuencias disponibles a fin de aumentar al máximo la capacidad de canales de DTVLA en la América del Sur de habla española, utilizando para ello tanto haces locales como haces pan-regionales. Ese convenio a largo plazo permitirá a DTVLA ofrecer servicios mejorados a todos sus clientes latinoamericanos, junto con servicios de restablecimiento que garantizarán un suministro ininterrumpido.

### UNA NUEVA PLATAFORMA SATELITAL CAMBIARÁ LA ENTREGA DE CONTENIDO

Desde la posición de liderazgo que ha asumido en el sector de satélites, Intelsat debe estudiar constantemente nuevos modelos de negocios y determinar de qué manera se pueden mejorar.

Frente al modelo actual de suministro de contenido por satélite, la adaptación del contenido de



canales se ha vuelto impráctica desde el punto de vista económico. El costo del ancho de banda lleva a buscar un contenido de plataformas más genérico, en tanto que los haces actuales están diseñados para una cobertura amplia, en la cual todos los canales van a todas partes.

Esos son algunos de los factores que han llevado a Intelsat a introducir la nueva plataforma Intelsat Epic. Se trata de un enfoque innovador, con una arquitectura satelital que utiliza las bandas C, Ku y Ka, haces anchos, haces pincel y tecnología de reutilización de frecuencias para lograr grandes avances a nivel de diseño, que posibilitan un caudal mayor y un desempeño de calidad inmejorable.

La nueva plataforma Intelsat Epic permite adaptar los canales en función de una región y un haz específicos. Los haces pincel y la reutilización de frecuencias ofrece un caudal mayor al tiempo que rebajan el costo de Mbit/s, lo cual cambia el modelo económico para el suministro de contenido de características localizadas.

Trabajando de manera superpuesta a nuestra flota existente, la plataforma Intelsat Epic ofrecerá a los clientes la libertad de adaptar la entrega de contenido para llegar a un público todo lo grande, o todo lo reducido, que sea necesario atender.

La plataforma también ofrece transmisiones a cabeceras de cables, así como rutas punto a punto, con escala adaptable y enlaces de contribución eficaces en función del costo para el cursado de aplicaciones de video de uso ocasional.

Al principio, la plataforma Intelsat Epic constará de dos satélites. El Intelsat 29e, de lanzamiento previsto para 2015, atenderá a las Américas, así como a clientes de servicios de movilidad en el Atlántico norte. A dicho satélite se sumará el Intelsat 33e en 2016. En conjunto, los satélites de la plataforma Intelsat Epic atenderán a todas las regiones pobladas del mundo.

Trabajando en estrecha colaboración con los líderes del sector de radiodifusión latinoamericano, Intelsat seguirá desplegando las tecnologías más modernas para que los espectadores en todo el mundo tengan una experiencia insuperable a la hora de ver sus programas.



THE MOST WIDELY DEPLOYED

LOW COST HD SET-TOP BOX

IN LATIN AMERICA.



DC550D Tango

ALL DIGITAL, MPEG-4 / MPEG-2,  
HIGH DEFINITION SET-TOP BOX

The Pace DC550D Tango HD set-top box introduces the latest advanced video technology in a feature rich and cost effective MPEG-4 / MPEG-2 HD box.

Pace Americas, Inc. 3701 FAU Boulevard,  
Suite 200, Boca Raton Florida 33431, USA  
Tel: 561 995 6000 Fax: 561 995 6001



www.pace.com

## NAGRA: NUEVOS DESARROLLOS DE OTT Y TV EVERYWHERE

EN LA IBC DE AMSTERDAM

Nagra tuvo una gran presencia en la IBC de Amsterdam, con un stand en el Hall 1 y como auspiciante del cóctel de cierre. Allí recibió la visita de los operadores más importantes que asistieron a la expo, como Telefónica, con

la que ahora está haciendo todo el upgrade de CAS con nueva tecnología, Net, Oi, varios



Christine Oury y Thierry Martin en el teatro para mostrar TV Everywhere

de Uruguay y todos los principales. Prensario dialogó con Thierry Martin, que destacó que en el stand de Holanda mostró principalmente, en tres diferentes teatros a los lados del booth, sus nuevas plataformas de OTT y TV Everywhere. En OTT exclusivo se mostró el desarrollo puntual realizado en España, para Justel, como nueva idea comercial. Por ahora es un caso único.

Sobre OTT señaló que todavía 'no es tanto un negocio como una necesidad de marketing', donde los operadores quieren tenerlo para que no les gane la competencia. Se logró una gran estética en el desarrollo para España, junto con un acceso ágil en los contenidos.

En TV Everywhere y multipantalla, afirmó Martin, que el punto de negocio cambió, la tecnología ya simplifica los procesos, el costo se reduce y no la calidad, con lo cual 'ya tiene sentido invertir'.

Por otro lado está la búsqueda de los operadores por bajar el costo de las cajas, lo que, según explicó, se da 'automáticamente un 15%' todos los años. También en función de la necesidad de los clientes se hacen las integraciones, que pueden durar 10 minutos o semanas. El último año hicieron más de 400. Prensario pudo comprobar en la demostración, tanto la amigabilidad del sistema, como la rápida coordinación entre el televisor y el iPad.

Ahora tendrá por segundo año consecutivo un stand en Jornadas Internacionales de Buenos Aires, para incentivar el contacto con los operadores. 'Tenemos muy buenas soluciones para los operadores argentinos y del Cono Sur, donde podemos ayudarle a mejorar sus economías', remarcó.



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



Fiber Mid-Span Access Tool



Quick Change Coning/Stripping Tool



RG 6 Torque Wrench



RG 6 & 11 Compression Tool



RG 6 & 11 Drop Trimmer



Fiber Tube Scorer



**Distribución**  
CATV

**Telecom**  
Fibra Óptica

**Energía**  
Transmisión

**Electrónica**  
Transmisión

Ripley  
45 Nooks Hill Road  
Cromwell, CT 06416 USA  
Corporate Office: +1 (860) 835-2200  
Latin America Office: +1 (554) 469-6203  
info@ripley-tools.com  
www.ripley-tools.com







## Llegó el momento de sorprender de nuevo a sus suscriptores.

SEACHANGE<sup>®</sup> NUCLEUS<sup>™</sup> SOFT BOX GATEWAY. THE MARKET DISRUPTOR.



El "Nucleus" de SeaChange ya está aquí para asegurar que los proveedores de servicios de video puedan dominar el cambio hacia un consumo de medios personalizado dentro del hogar. Lo llamamos Nucleus, pues permite que cada dispositivo del hogar se conecte y comparta todos los medios. Actualmente, trabaja con QAM y está listo para trabajar con IP en el futuro.

Acepte el desafío. Asegure su sitio dentro de los hogares de sus suscriptores.

DVR TOTAL EN EL HOGAR | MEDIOS COMPARTIDOS A TRAVÉS DE DLNA  
TELÉFONOS INTELIGENTES Y TABLETAS UTILIZADAS COMO CONTROLES REMOTOS | Y MUCHO MÁS

VISÍTENOS EN IBC2012.



www.seachange.com



SOLUCIONES DE VIDEO INTELIGENTE EN LA NUBE

## ARGO SYSTEMS LLEVA EL SISTEMA MADEA A LATINOAMÉRICA

### GESTIÓN DE AFILIADOS EN CANALES DE TV PAGA

Mauro Páez-Pumar, VP Sales & Marketing de Argo Systems, dialogó con PRENSARIO sobre la empresa, que ha trabajado de manera exclusiva en la industria de la TV paga desde 1995, 'construyendo una sólida reputación con los clientes a nivel mundial'. 'Se le da gran importancia a las necesidades de los clientes y la flexibilidad de sus sistemas para adaptarse al negocio de cada uno de los canales', añadió Páez-Pumar.

La incorporación del ejecutivo al equipo, unido a sus clientes locales como HBO Latin America y MGM Latin America, ha ayudado a atender las necesidades particulares de este mercado, donde la empresa espera aumentar su cartera de clientes en los próximos meses.

Medea es el software desarrollado por Argo para consolidar el manejo del negocio de afiliados y simplificar los procesos de ventas, facturación, cobranzas y reportes de distribución de canales de TV paga. 'Conceptos como impuestos y múltiples monedas, entre otros, han sido incorporados en la solución ya que son imprescindibles para el manejo del negocio de afiliados a nivel mundial'.

En relación a este software, Mauro Páez destacó: 'Una de las razones que me inclinó a unirme al equipo de Argo fue la penetración del producto en Canadá, Estados Unidos y Europa. La empresa tiene más de 300 canales alrededor del mundo utilizando Medea, y a través del sistema se facturan más de USD 10 billones de dólares

a afiliados anualmente'.

También mencionó que la marca tiene capacidad de atender tanto a grupos grandes, como a canales independientes, tal como ocurre en Latinoamérica, donde el producto se adapta al tamaño y complejidad de los distintos clientes.

'El hecho de tener más de 15 años operando en Estados Unidos y el resto del mundo con clientes de todos los tamaños, nos ha permitido desarrollar un software lo suficientemente flexible para adaptarse a las realidades del mercado de TV paga de América Latina. Si agregamos los tres upgrades, basados en las necesidades de todos nuestros clientes que se le hacen al producto cada año, podemos estar seguros de que Medea se mantendrá al día para manejar el negocio de mañana', explicó.

#### EL MERCADO LATINOAMERICANO

'El mercado de TV paga continúa creciendo rápidamente, y las necesidades de tener un sistema confiable y centralizado para el manejo integral del negocio de afiliados se hace cada vez más importante. Ante esta realidad, los programadores se ven en el dilema de dedicar recursos al desarrollo de un sistema interno o continuar manejando la parte más importante de su negocio en múltiples hojas de Excel'.

'Con la llegada de Medea al mercado latino-



ARGO SYSTEMS

Mauro Páez-Pumar, VP Sales & Marketing, Argo Systems

americano, los programadores tienen una opción que se adapta al tamaño de su negocio. Es un sistema que se actualiza año a año, basado en las necesidades de los usuarios de más de 300 canales a nivel mundial. Medea les permite centralizar y dar visibilidad a toda la información del negocio, reemplazando las hojas de Excel o a los desarrollos de software, dándole la oportunidad a las empresas de enfocar el 100% de sus recursos en actividades dirigidas al incremento de sus ganancias'.

Finalmente, el ejecutivo mencionó los recursos que se están dirigiendo al mercado de la región. Además del área de Ventas, Argo está enfocando su equipo de desarrollo, asegurando implementar las mejoras requeridas por el mercado latinoamericano. Acaba de asignar un gerente de producto, analistas y personal de soporte para 'cubrir las necesidades de todos los clientes en esta importante región'.

Argo Systems espera convertirse en un proveedor relevante en la industria por lo que estará participando en los distintos shows y ferias. 'Esperamos poder, a corto plazo, introducir en este mercado otros productos como Nestor, que maneja, desde el punto de vista del operador de TV paga, toda la relación con los programadores', concluyó.

## MoCA: POR PRIMERA VEZ EN JORNADAS

Multimedia over Coax Alliance (MoCA) asiste a Jornadas Internacionales de Buenos Aires a través de Rob Gelpman, VP Marketing & Member Relations, quien promueve la alianza tecnológica compuesta por 60 miembros en todo el mundo.

MoCA posee más de 110 productos certificados (STBs, ONTs, Gateways, routers, adaptadores de TV a Internet, DVRs, etc.) y promueve

un estándar universal para hogares conectados, sin importar el tipo de proveedor, sea este IPTV, satélite o cable.

Gelpman explica: 'Ofrecemos performance y fiabilidad, dos características imprescindibles para operadores que quieren ofrecer servicios para



MoCA Multimedia over Coax Alliance

Rob Gelpman, VP Marketing & Member Relations de MoCA

hogares conectados. En Estados Unidos, el 95% de los operadores grandes, y alguna pequeña telco, usan MoCA'.

www.arris.com

Espere

mas de su red

Despliegue servicios bidireccionales avanzados tales como video-on-demand, datos de alta velocidad y VoIP, utilizando la tecnología de múltiples longitudes de onda y las soluciones digitales de ARRIS.



Smartphone interactive, scan here

## SAFEVIEW: SOLUCIÓN PREFERIDA POR LOS OPERADORES

YA TIENE UN LUGAR EN LATINOAMÉRICA

Safeview lleva varios años de trabajo e inversión en la región, acudiendo a los diferentes eventos, pero fundamentalmente de un año a esta parte empezó a ganarse un reconocimiento particular de parte de los operadores y a tener implementaciones concretas.

Fue a partir del nombramiento de **Carlos Granzotto** en la dirección general para Latinoamérica, quien volcó su experiencia y contactos de tantos años en el mercado, principalmente en **Supercanal** de Argentina, para generar una movida que pone ahora a Safeview como uno de los proveedores más elegidos. Esto incluye una metodología de

trabajo muy cercana al operador, con capacitaciones y crecimientos compartidos.

Se destaca el posicionamiento logrado en Argentina con ocho cabeceras digitales instaladas, algunas justamente con Supercanal, en un proceso escalable que crecerá progresivamente en función de las necesidades del MSO. Están en Tucumán, San Juan, Villa Mercedes, Trelew y Ushuaia. En el mismo país también se tiene a **San Luis CTV, RTC Reconquista y Litoral Cable Color**.

También lo ha logrado en Venezuela, con ocho cabeceras de distintos operadores y ahora Perú con cinco, hablando de cabeceras integrales ya puestas en marcha, no en proyecto, lo que implica que Safeview es una solución muy elegida por los cableoperadores grandes, medianos y hasta pequeños, por las facilidades que tiene. En lo que respecta a Perú, se está dando ahora una estrecha relación con los socios de la **Asociación Peruana de TV por Cable (APTC)**, con la que organizó una capacitación en Lima. Se realizó en el hotel El Condado el 14 y 15 de agosto, con la presencia de más



Carlos Granzotto, director general de Safeview para Latinoamérica



Carlos Granzotto y Ovidio Rueda, presidente de APTC, junto al equipo de Safeview, en la jornada de capacitación en Lima

de 70 técnicos de distintos cableoperadores agrupados a la entidad.

Esto apunta a la consolidación definitiva de Safeview en ese país, donde más de cinco operadores lo han elegido como solución integral. Safeview es una compañía española de tecnología para la convergencia digital, con una solución integral para las industrias del cable, satélite, terrestre, IPTV, VOD y OTT. Ya tiene integraciones en Rumania, Polonia, Rusia, China, Pakistan, India y Filipinas, pero en Latinoamérica tiene casi tantas implementaciones como en el resto del mundo, lo cual habla de cómo se acomoda su solución a las necesidades actuales de los operadores latinos.



El seminario de Safeview para los socios de APTC en Lima, Perú

## IRDETO: 'ES EL MOMENTO DE INVERTIR EN LATINOAMÉRICA'

El gran stand de **Irdeto** fue uno de los centros de reunión elegidos por los operadores de Latinoamérica que viajaron a la IBC de Amsterdam. Allí la marca pudo demostrar la importancia que tiene a nivel mundial, y la opción que implica para los operadores. Eso también lo mostró en la fiesta que tuvo en el Heineken Experience en el marco de la expo.

PRENSARIO pudo conversar con **Giovani Henrique**, junto al VP para DTV sales de la compañía, **Richard Frankland**, quien remarcó que más allá del Mundial y los Juegos

Olímpicos, que movilizan a todo Brasil, hay una 'voluntad clara' de los clientes de otros países, que el año pasado preguntaban por OTT, hoy ya planean compras concretas para este año, diciendo que necesitan ponerlo en marcha en el mercado. Lo están haciendo **Net, Telecentro, VTR, Cablevisión** de Argentina y México, entre otros.

Eso junto a una búsqueda muy importante por las cajas híbridas, por lo cual están haciendo nuevas integraciones con modelos específicos de STBs en México y Argentina. Más de cuatro



Giovani Henrique con Richard Frankland, VP de DTV sales de Irdeto

proyectos interesantes se discutieron allí en Amsterdam. Por todo eso, Frankland dijo que 'es el momento de invertir en Latinoamérica', apostar a dar mucho soporte y a enriquecer la cadena de valor. En eso están abocados.

# Los Expertos en Redes Quieren Saber Mas

Proveyendo infraestructura...



...para la industria

Consolidado como uno de los líderes y pioneros en tecnología óptica de banda ancha, y ahora aun más fortalecido por la adquisición del portafolio de Trident7™, Aurora Networks ha diseñado, creado y comercializado soluciones de Fibra hasta las Premisas que permiten la entrega de servicios basados en estándares tanto para clientes residenciales como para pequeños y medianos negocios. Nuestro sistema FTTP permite proveer servicios de voz, datos y video (IP Video y transmisión de RF Análogo/Digital para redes de banda ancha). **Escoja Aurora Networks hoy mismo.**



*A whole new light, growing brighter!*

## RED INTERCABLE: TECNOLOGÍA DIGITAL PARA PEQUEÑOS OPERADORES

Red Intercable presentará en esta edición de Jornadas Internacionales, su sistema *Dibox* que ya se encuentra en cableoperadores Pyme de 300 localidades y les permite realizar una inversión 'segura, a largo plazo, compatible y escalable.



*Dibox* brinda un paquete de herramientas que permite, tanto a los operadores que forman parte de la organización, como los que no, satisfacer las necesidades que surgen del proceso de digitalización. Se distingue por su equipamiento, contenido, servicios asociados y por el valor de su marca que se posiciona año a año.

La empresa, integrada por cableoperadores pequeños y medianos, genera soluciones integrales adaptadas a las demandas del mercado y a los recursos económicos y financieros de los cableoperadores, transformando proyectos de difícil acceso para una Pyme, en proyectos de posible implementación. Es por esto que sus soluciones están pensadas para que las inver-

siones sean efectivas, a largo plazo, compatibles y escalables.

La plataforma *Dibox* es muy flexible, de simple operación y mantenimiento, con posibilidad de operación 100% redundante, gestionable por el propio cableoperador en forma autónoma a través de su sistema de gestión de usuarios, compatible y escalable ante diferentes requerimientos de formatos de entrada y salida, adaptable a transportes QAM y/o IPTV y a múltiples aplicaciones, y permite conexión centralizada con fines de monitoreo remoto activadas por licencia.

El Mundial de Sudáfrica 2010 fue el inicio de sus transmisiones en HD. Hoy, con 20 señales HD en pantalla, Red Intercable ofrece un potencial mayor, que permite un crecimiento exponencial de la capacidad de transmisión de 96 señales en definición estándar (SD), radios y señales de audio, y más 60 señales en alta definición (HD).

### DIBOX PLAY: ENTRETENIMIENTO ONLINE

Red Intercable lanzó la plataforma *Dibox Play*, un servicio para sus abonados digitales, que permite acceder a través de la web, a los contenidos de varias señales de cable.



En la primera etapa, *Dibox Play* está ofreciendo a los abonados que completen un sencillo procedimiento de registración, los contenidos de *MovieCity* y próximamente incluirá los contenidos de otros proveedores que cuentan con plataformas de TV Everywhere.

*Dibox Play* puede utilizarse desde diferentes dispositivos y en cualquier locación con una conexión mayor a los 350 Kbps.

**AMPLIE EL ALCANCE, DE SU FACTURACIÓN. POR MENOS DE U\$S 1000.**

**LINDSAY BROADBAND**  
TECNOLOGÍA INSUPERABLE

El Acces Point reforzado Strand-Mounted (SNHAP) de Lindsay es una manera sencilla y rápida de ofrecer Wi-Fi y extender la red para acceder a clientes a los que antes no se llegaba, obteniendo ingresos adicionales. Con la conexión a cualquier fuente de alimentación, ya sea de un Tap o un acoplador direccional, permite ofrecer señales de radio simples o duales de alta potencia con una gestión múltiple y segura, enrutamientos avanzados y opciones de Bridge DOCSIS o backhaul óptico. Del fabricante original del Strand Mounted Acces Point, diseñado por ingenieros de cable, para técnicos de cable. Desde menos de 1.000 dolares. Difícil de superar.

### Soluciones robustas para Wireless, Ópticas y RF

[www.lindsaybroadbandinc.com](http://www.lindsaybroadbandinc.com)

# Es fácil reconocer quien utiliza antenas



Proeletronic



**Detalle Conector**

**super POWER**

**UHF Digital HDTV**

**UHF Yagi Digital**



Modulador Adyacente 1/2"

Amplificador de Línea

Booster UHF Double Voltage 24dB / 34dB

Extensor de Control Remoto

Reverizador

Conectores "T" Compresión

Divisores 1GHz Solder Block

Pizas de Compresión RG59 e RG6 Fichamento 20.3mm

Pizas Polarizables Ajustables RG59 e RG6 Ajustável

## AMT CIERRA ACUERDO CON INVISO

TAMBIÉN DISTRIBUYE A LINDSAY BROADBAND

Vladimir Velickovich y José Luis Reyes de AMT, expresaron a Prensario que, tras cinco años de provechosa alianza, decidieron formalizar un acuerdo de cooperación mutua donde Inviso se suma a la amplia gama de oferta de la distribuidora e integradora con los productos de Miranda Technologies.

Así se espera que AMT atienda de la mejor manera a los broadcasters de toda la región y

que ayude a Inviso con sus clientes de cable, que son muchos también. La formalización del acuerdo permite hacer publicidad en la web de la otra parte, entre otras ventajas, dirigido a cubrir cada vez más clientes.

Como ejemplo, AMT prepara un upgrade de la plataforma de DarTV que es un caso de éxito del año pasado y lo hará con la última tecnología filebase de Miranda que distribuye Inviso.



Vladimir Velickovich, José Luis Reyes y Dave Atman de Lindsay Broadband

AMT también acaba de celebrar además un acuerdo de distribución con Lindsay Broadband, siempre presidido por Dave Atman, que viene teniendo una presencia consistente en la región en los últimos años.

## PERFECT VISION: APUESTA A TRONCALES

Joel Quiñones de Perfect Vision expresó a Prensario en Tepal que ya tenía muchos clientes en República Dominicana, y destacó que se están expandiendo a muchos productos en la línea de troncales. Está en ese proceso y esperan sea un éxito en la región como las otras líneas que vienen desarrollando.

Perfect Vision volverá a estar presente en Jornadas de Buenos Aires con un stand, en su barrido súper completo por toda la región como pocas empresas están haciendo. Vale

recordar que ahora Fabián Meza ve toda Sudamérica hispanoparlante y el Caribe, y estará en Jornadas siendo ya muy conocido por el mercado. También completó su estructura en la región tras haber sumado a Horacio Orozco para Brasil, ejecutivo con 20 años de experiencia y radicado en Sao Paulo. Coincide con la apertura de las oficinas en esa ciudad en el elegante barrio de Morumbí.

En México cuenta con su sales manager para el mercado Jorge Carrasco.



Perfect Vision: Fabián Meza, David Lord, Joel Quiñones, Horacio Orozco y Emilio Aguirre, de SVC de Uberlandia

### technetix

Líder europeo en el desarrollo de productos y soluciones para redes de telecomunicaciones de banda ancha.

- Disponemos de equipos desde cabecera hasta la última milla.
- Somos especialistas en modernización y adaptación de equipos
- Desarrollamos soluciones especiales para clientes.
- Equipos de gestión de cabecera
- Reducción de ruido mediante tecnología Ingress Safe®
- Tecnología Modem Safe® para prevención de picos de corriente
- Aisladores gálvanicos.

Productos y soluciones orientadas a reducir los costes de operación y mantenimiento.

Más de 20 años de experiencia en el mercado

[www.technetix.com](http://www.technetix.com)



© Technetix Group Limited 2010  
Technetix, the Technetix logo, Ingress Safe, Modem Safe and CPD Safe are trademarks and registered trademarks of Technetix Group Limited in the UK and certain other countries.



**Amphenol Argentina**  
Av. Callao 930 - 2B Plaza  
C1023AAP - Buenos Aires  
Argentina  
Tel.: +54 11 4816 4876

**TFC South America S.A.**  
Av. Sarmiento 786 - 9A  
H3500BJU - Resistencia  
Argentina  
Tel.: +54 362 442 1237

[www.timesfiber.com](http://www.timesfiber.com)



Engineered to save you time

**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 Plegar 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](http://www.arcomlabs.com)

## GIKO: MÁS DE 3000 PRODUCTOS PARA FIBRA ÓPTICA EN TODO EL MUNDO

Giko se especializa en productos y accesorios para la industria de las telecomunicaciones, como fabricantes de componentes activos y pasivos de fibra óptica. **Fernando Rama**, Country Manager para Argentina, explicó que: 'Como resultado de muchos años de experiencia como distribuidores de componentes y accesorios para infraestructuras de fibra óptica, Giko estableció su planta de producción propia en Asia en 1995, que actualmente produce 1,5 millones conjuntos de conectores anuales'.



**Fernando Rama, country manager para Argentina**



Su primera oficina de ventas internacionales, actual casa matriz, se abrió en España en 1999 con el objetivo de proporcionar un mejor servicio a los clientes europeos. Hoy, Giko cuenta con una red de distribución mundial con oficinas de ventas en Europa, África y América.

'Más de 300 personas forman parte de Giko en todo el mundo. La formación continua de sus empleados es fundamental para el logro de los objetivos y se invierte tiempo y recursos en la investigación y desarrollo de nuevas metodologías y procedimientos de trabajo'.

Giko está presente en Argentina desde 2006. Cuenta con un laboratorio equipado con instrumentos y equipos para garantizar el cumplimiento de las normas europeas de calidad para sus productos, así como ofrecer servicios de calibración y pruebas sus clientes, explicó Fernando Rama.

'Nuestros principales clientes son las empresas operadoras de telecomunicaciones líderes, con las cuales tenemos productos homologados. En el mercado latinoamericano trabajamos con **Telmex** México, **Telefónica** Brasil, **Telefónica** Argentina y **Claro** Argentina, entre otros', señaló.

El portfolio de productos de la marca incor-

pora más de 3000 productos para cada demanda en el despliegue de redes de fibra óptica incluyendo conectores, cables de fibra óptica, cajas de empalme, bastidores, splitters, cajas de conectorización, etc.

Para esta edición de Jornadas Internacionales, Giko tendrá un stand donde presentará su gama de componentes de red óptica, soluciones para el despliegue de redes FTTH, la tecnología que soporta servicios de comunicaciones de alta capacidad/alta velocidad a través de fibra óptica directa al domicilio del usuario final.

'Todos estos componentes pasivos hacen posible la conexión y comunicación entre los equipos activos, de tecnología GPON, en central del operador (OLT) y los equipos activos de usuario (ONT). Ofreciendo una alta gama de soluciones en función del tipo de despliegue de red realizado (aéreo, subterráneo, fachada, canalizado, etc.) y en función de la tipología del cliente final'.

Y concluyó: 'Estamos firmando un convenio de OEM con un proveedor y fabricante líder en el mundo de tecnología GPON como plan de expansión de la compañía para producir los equipos en planta de producción propia con marca Giko'.

Televisión

Contenido

Convenciones

seguinos en @PRENSARIO o en Prensario.tv

## N8760H

### Digital Hybrid Receiver

N8760H is an advanced and interactive HD digital receiver. It is designed for pay-TV hybrid service. It provides standard and high definition reception based on H.264/MPEG2, DVB-S2 and ISDB-T standards. With HDMI interface and HDCP content protection, N8760H ensures high quality contents to an HD-ready TV set.

- DVB-S2 & ISDB-T Compliant
- Digital Video and Audio Output
- USB2.0 for Function Expanding
- RJ45 for Ethernet
- Video Resolution: 1080p/1080i/720p
- EPG Advertisement Supported



See us at:



Shenzhen COSHIP Electronics CO., LTD.

Address: Rainbow Bldg, North, Hi-tech Industrial Park, Nanshan District, Shenzhen, P.R.China.518057

Tel: +86-755-2659 9288 Fax: +86-755-2672 2666 Email: sales@coship.com www.coship.com SZSE Stock Code:002062

Local Sales Contact: Mr. Vipin Sharma Call Phone: +91 9999994675

24 Hours Service Center in India

## EXIM, 30 AÑOS DE LICENSING CON VALOR

Exim Licensing Group cumplió 30 años en el mercado, 'sumando valor año a año', según afirmó su presidente, **Elías Hofman**, al que **PRENSARIO** entrevistó con motivo de su aniversario.

'Arrancamos en 1982, en un café de Buenos Aires, Argentina, sólo durante las tardes. El mercado de licencias estaba tomado en un 95% por una sola empresa, por lo que era muy difícil crecer. Apuntamos entonces a una política de diferenciación, buscando unir los derechos de licencias con los de televisión, a partir de la relación con **Horacio Levin**, de prestigio en el mercado publicitario que luego fue presidente de **Promofilm**. Juntos comenzamos a asistir a los MIPTV y Mipcom de Cannes, Horacio desarrollaba los derechos de TV y nosotros las licencias', señaló Hofman.

'Luego, para robustecer la diferenciación, comenzamos a anexar territorios. Primero fue Uruguay ya que lo podíamos monitorear fácil, luego Chile y Brasil, donde hicimos joint-ventures con socios locales. Después crecimos a México, Colombia, y hace once años pasamos nuestro headquarters a Miami, justo antes de la crisis 2001 de Argentina. Hoy tenemos una

estructura plena continental, con 20 millones de dólares de facturación anual, donde Brasil acapara el 50% del movimiento. Con el socio brasileño, **Celso Rafael**, la relación fue tan afín que con el tiempo pasó a ser EVP global de la empresa, dentro de un contexto de solidez y superación progresiva que nos mantiene muy entusiasmados'.

'El negocio del licensing hay que saberlo llevar, porque es de volumen, con escasos márgenes de rentabilidad y muchos riesgos. Lo bueno que tiene es que permite generar desarrollos complementarios que hacen la diferencia, como las promociones, los live shows, los productos de valor agregado en las campañas, la parte de tecnología como son los SMS, los MMS, todo tematizado con las licencias', completó.

'Hoy tenemos un plantel de más de 200 personas, donde 140 se dedican a licencias y 70 a los live shows. No hay competidores con nuestra extensión continental. Pueden ser fuertes en dos-tres países, pero ninguno en tantos como nosotros con oficinas reales-reales'.

'El paso siguiente en la evolución ha sido la generación de contenido original. Nos asociamos con **Ledafilms** y **MondoTV** para crear **Bondiband**, serie animada sobre un grupo de música juvenil que se estrenó en **Disney XD Latin America** en junio. La idea y el desarrollo base es nuestro, pensamos el producto para un pleno desarrollo 360°. La ventaja de tener contenido original es que uno lo genera a medida de sus necesidades y aparte aprovecha sus réditos un 100%, no un 30% como en el caso de las licencias, por decir un porcentaje promedio'.

'Aparte, los derechos de productos de terceros van y vienen, es importante tener un caballo propio que siempre esté presente; ya estamos



Elías Hofman, presidente de Exim

con un segundo proyecto, **Chow Fun**, en conjunto con **Discovery Kids Latin America**. Se va a desarrollar un 80% en Argentina y un 20% en India, a través de una empresa top de animación internacional. Aún no podemos dar demasiados detalles, pero la evolución continúa con contenido original'.

También Exim evoluciona en los *live shows*. 'Aparte de los típicos shows unitarios de licencias conocidas, probamos este año con un nuevo tipo de formato: el **Family Fest**, que se basa en ofrecer en un mismo lugar durante un fin de semana, gran cantidad de obras todas juntas. Lo hicimos en el predio de La Rural en Buenos Aires, y estuvieron **El Chavo**, **Barney**, **Los Padrinos Mágicos**, **Star Wars**, **Spiderman**. Fue un gran esfuerzo coordinar tantas obras en tan poco tiempo, nadie hizo algo semejante. Involucramos a 65 actores y 35 técnicos. Ahora llevaremos este formato a Uruguay, Paraguay, Brasil y en marzo 2013 volverá a la Argentina'.

'Como se ve, apostamos siempre por la creación e innovación, en productos y formatos de negocio. Esto creo es lo que puede definir a Exim tras 30 años de trayectoria, que confiamos sean muchos-muchos más', concluyó Elías Hofman.

## Deje de perder tiempo y dinero en su negocio de afiliados.



### Medea lo maneja todo por usted.

# ARGO Medea

Medea es el software, desarrollado por Argo Systems, que permite el manejo centralizado de la comercialización mundial de sus canales. Medea automatiza el proceso de distribución, facturación, cobranzas, contratos y administración de decodificadores en una sola aplicación.

Aprenda por qué más de 300 canales a nivel mundial se han beneficiado utilizando Medea para manejar sus negocios de afiliados.

obtener más información:

[argosys.com](http://argosys.com)

**ARGO**  
SYSTEMS

2964 Peachtree Road  
Suite 400  
Atlanta, GA USA 30305

Mauro Paez-Pumar • VP Mercadeo y Ventas  
TEL.: 001 404 953 4733 • e-mail: [mpaezpumar@argosys.com](mailto:mpaezpumar@argosys.com)





PARA SU PROYECTO DE TRIPLE PLAY,  
ELIJA EN BASE A LA EXPERIENCIA.

Brindamos Plataformas llave en mano para servicios de telecomunicaciones Integrales Triple Play. Desarrollamos proyectos y suministramos la Ingeniería para soluciones de Telefonía IP, Internet y CATV.

- **Instalación y configuración de nodos de telefonía IP e Internet**
- **Softswitch multiservicio integrado a Provisioning y Billing**
- **Fácilmente escalable en tamaño y aplicaciones**



Bv. Chacabuco 520 / Córdoba / (0351) 589-0000 / [ip-tel@ip-tel.com.ar](mailto:ip-tel@ip-tel.com.ar)  
Arenales 1418, 2º Piso, Ciudad Autónoma de Bs. As. Tel.: 54 011 6009-0000 / [amba@ip-tel.com.ar](mailto:amba@ip-tel.com.ar)



[www.ip-tel.com.ar](http://www.ip-tel.com.ar)

# ANDINA LINK, 10 AÑOS EN CENTRO AMÉRICA



Como lo hizo en los últimos diez años, el equipo de **Luz Marina Arango** reunió nuevamente a la industria de las telecomunicaciones de Centroamérica, y por tercera vez en la ciudad de San Pedro Sula, Honduras. El evento conjugó capacitación con muestra comercial, con una variada oferta de soluciones de tecnología y programación para cable. La concentración que se da desde hace unos años, se reflejó en la asistencia del evento. Por un lado, los operadores independientes plantearon una problemática totalmente diferente a la de los grandes operadores. Por otro lado, la oferta de soluciones también se ajustó a los bolsillos más pequeños.

Al momento de la apertura oficial de la muestra se contaba con más de 500 pre-inscriptos, sin contar los expositores. Esto habla del interés que despierta el evento en los operadores centroamericanos.

El ánimo de los expositores era bueno y, si bien esperaban contar con más visitantes, varios destacaron que tuvieron oportunidad de entrevistarse con operadores de El Salvador, Costa Rica, Guatemala y algunos hondureños.

Las conferencias de **Gabriel Levy** y el ingeniero **Miguel Vélez** de la **Conatel**, con la presencia del secretario de Telecomunicaciones de Paraguay, fueron los puntos más altos de la primera jornada. La charla sobre el cambio de



**Luz Marina Arango, de TDC Events, en el acto de inauguración**



**Nadim Sadrzadeh, Farah Sadrzadeh, Foad Towfiq y el equipo de Promptlink**

paradigmas en las telecomunicaciones, con las participaciones de **Levy, Joel Quiniones** y **José Carrasco, de Perfect Vision**, tuvo una intensa concurrencia. Ya en la segunda jornada, **Cisco** con **Sergio Sicard** y **Conax** con **José Cedeno**, se sumaron a la discusión sobre el nuevo paradigma de los negocios en la era digital.

El gran tema de los dos días de exposición pasó por la realidad que atraviesa el mercado centroamericano. La consolidación de algunos grupos importantes como **Tigo, Amnet** y algunos grandes MSOs de la región, hace que la mayoría de los esfuerzos se concentre en grandes ciudades, dejando a los municipios más chicos un tanto desatendidos.

### OPERADORES DE CENTROAMÉRICA

Algo característico de Andina Link Centroamérica, y que lo sigue haciendo muy atractivo, es la concurrencia de operadores de distintos países de la región. Operadores de El Salvador, Belice, Nicaragua, Guatemala, entre otros, recorrieron los pasillos de la muestra y fueron muy requeridos por los expositores. Aunque siempre queda el deseo de haber visto a más clientes, la mayoría de los expositores se llevó un saldo positivo de su participación.

Volviendo al mercado regional que concurrió a la muestra, se destacó la participación de un grupo de operadores pequeños y medianos de la parte oriental de El Salvador, quienes aprovecharon la muestra para reunirse y discutir la posibilidad de armar una asociación de operadores, que permita negociar en mejores términos con los proveedores.

En ese país, ya existe una asociación de cable operadores, pero no reúne al total de pequeños empresarios, y éste puede ser el punto de partida para formar una organización más representativa que permita negociar con otra fuerza.

Uno de los mayores impedimentos que

existen hoy en Centroamérica para comenzar a ofrecer servicios de valor agregado, es el alto costo de interconexión que están cobrando las incumbentes por los servicios de datos. Los operadores comentaron que están pagando alrededor de 500 dólares por Mega, una enormidad para el volumen de negocios que ellos pueden generar. Esto genera una brecha muy marcada entre los grandes y los pequeños operadores, y es algo que debería cambiar lo más pronto posible si se quiere universalizar los servicios de banda ancha y el acceso a la sociedad de la información.

Hoy la región necesita digitalizarse de inmediato, porque aún los sistemas siguen funcionando con grillas acotadas sin servicios HD y en muchos casos sin servicios Premium. Por ello es importante que los cableoperadores más pequeños se acerquen a este tipo de eventos para informarse y desmitificar el concepto que 'digitalizarse es caro'. Existen soluciones en el mercado que permiten ofrecer de 12 o 16 señales, ocupando solo sólo QAM, o posiciones de canales, utilizando solo 24 Mega. Con una muy pequeña inversión, de 3000 a 5000 dólares, se pueden sumar canales a la grilla y empezar a ofrecer HD y paquetes Premium que son muy sencillos de monetizar.

Si los pequeños operadores no se acercan a estos eventos, se van a quedar con el concepto de que la fibra y los *headends* IP siguen siendo caros, cuando el desarrollo de la tecnología ha llevado prácticamente a igualar los costos de redes HFC con redes de fibra. Los servicios OTT, o los servicios IP que pueden prestar las grandes empresas van a cambiar sus ecuaciones de ingreso y no debería ser así.

La infraestructura montada es un *asset* demasiado importante como para no montar sobre ella servicios de valor agregado que permita competir con las telcos que vienen por todo.



**Edward Juárez y Rafael Vargas**



**Marcelo Zamora y Ernesto Riviera, de Power & Telephone Supply**

El mejor distribuidor de productos de CATV y telecomunicaciones, IPTV, FTTH, GPON, GEAPON, DTH, VoIP, WI-FI y WIMAX en América Latina. Tenemos las grandes marcas que nos respaldan.

- |                   |                     |                 |
|-------------------|---------------------|-----------------|
| ADTRAN            | Emerson             | Quintum         |
| Alpha             | Erico               | Regal           |
| AM communications | Fluke               | Raisecom        |
| Amino             | Gilbert             | Ripley          |
| ANRITSU           | GMP                 | Senior          |
| Arris             | Hellermann Tyton    | Sumitomo        |
| Asoka             | Hollan              | Superior        |
| Blonder Tongue    | IBBS                | Suttle          |
| CableAML          | JDSU Acterna        | Telect          |
| Canusa            | Larus               | Telelynx        |
| Channell          | Lemco               | Thomas & Betts  |
| Cisco             | Lindsay Electronics | Times Fiber     |
| Clearfield        | Maclean / Joslyn    | Transition      |
| Comtrend          | National Strand     | Vecima Networks |
| Corning           | Netgear             | Vericom         |
| Draka             | PLP                 | Viking-Satcom   |
|                   |                     | Wire World      |



Inventario permanente: una manera de mostrarle que **trabajamos donde Usted trabaja.**

+1 901 866 5116 | [www.ptsupply.com](http://www.ptsupply.com) | Your Supply Chain Partner

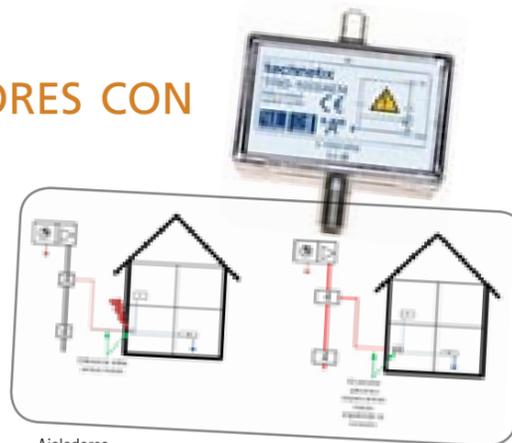
## TECHNETIX: NUEVA LÍNEA DE AISLADORES CON TECNOLOGÍA *MODEM SAFE*

Technetix presenta su línea de aisladores galvánicos con tecnología *Modem Safe*, sistema diseñado para proteger el equipamiento electrónico contra las sobretensiones producidas por las tormentas eléctricas.

La tecnología *Modem Safe* fue creada para proteger el equipamiento electrónico contra las sobretensiones producidas por las tormentas eléctricas. Durante un fenómeno de tormentas eléctricas, pueden producirse gran cantidad de descargas eléctricas que, aunque rara vez descarguen directamente en la red de cable, por su intensidad llevan aparejado un campo electromagnético muy intenso. Dicho campo por proximidad lleva a producir un efecto de inducción electromagnética generando una corriente eléctrica en el conductor exterior de las líneas coaxiales, en algunos casos superior a 1000V.

Dichas corrientes inducidas sobre el conductor exterior son repetitivas y tienen el potencial de afectar a los activos conectados a la red. Adicionalmente, el impacto de dichas corrientes de forma consecutiva sobre los propios pasivos de la red, incide sobre las ferritas de dichos dispositivos, estos componentes incluidos en prácticamente cualquier dispositivo pasivo (splitters, taps, etc...). Después de ser sometidas a este stress eléctrico, las ferritas quedan magnetizadas, perdiendo su comportamiento lineal y por lo tanto empeorando los resultados de intermodulación pasiva.

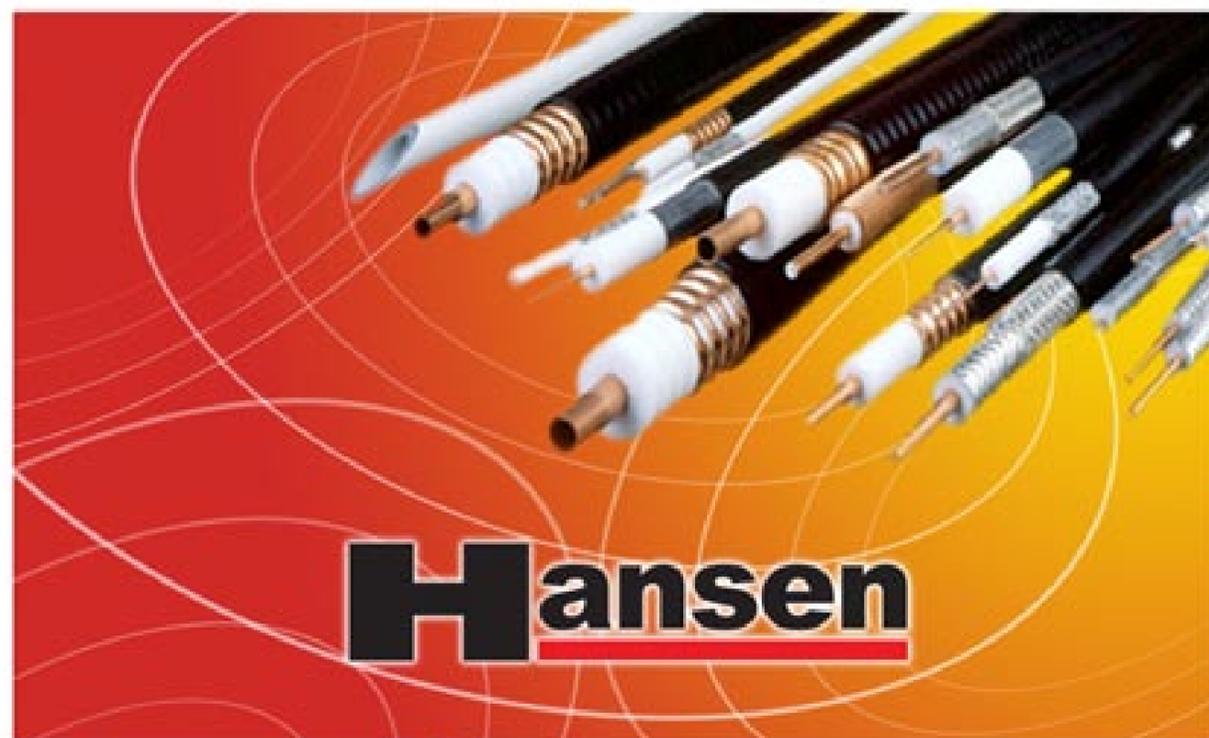
Modem Safe es un circuito diseñado para absorber las sobretensiones de muy baja frecuencia, de hecho en su diseño se toma en consideración un pulso de 1kV 1.2/50µs según IEC 100-4-5 level 2). El sistema consiste en una



Aisladores

serie de condensadores capaces de “transformar” dicho pulso en un pico máximo de 35V, inofensivos para las ferritas.

Con esta tecnología es posible evitar la degradación progresiva de los pasivos tanto de exterior como interior, igualmente el hecho de eliminar corrientes de 1000V protege los cable módems y decodificadores de estos destructivos picos de corriente tan habituales durante las tormentas.



# Hansen

**PIT**  
TELECOM



Coyhaique # 1513, San Miguel Santiago, Chile  
Tel.: (56-2) 7916122 / 3121379  
info@pittelecom.cl | www.pittelecom.cl

# DESDE LA CABECERA HASTA EL HOGAR

Entregando Productos, Conocimiento, Servicio y Experiencia

TVC Ofrece Soluciones de Negocios Integrales De Acuerdo a sus Necesidades

- Soluciones IP
- Proyectos para Cabecera Digital
- Soluciones de Distribución y Soporte
- Servicio de Diseño Profesional
- Servicios End-to-End
- Gestión de Materiales
- Instalación en sitio
- Adiestramiento en Sitio
- Soporte Técnico Post-Venta
- Alianza con Suplidores de Clase Mundial

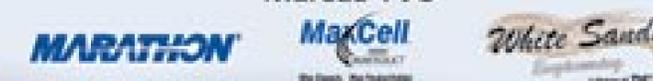


A Division of WESCO Distribution, Inc.

Algunos Suplidores



Marcas TVC



2105 N.W. 102nd Ave, Miami, FL 33172 salescala@tvclatinamerica.com www.tvclatinamerica.com

# ABTA 2012:

## EL MERCADO BRASILEÑO EN TRANSICIÓN



POR ALEJO SMIRNOFF Y FABRICIO FERRARA

La expo organizada por la **Asociación Brasileña de TV por Assinatura (ABTA)** se realizó del 31 de julio al 2 de agosto en São Paulo, y generó una gran repercusión entre los asistentes. Los expositores remarcaron la buena cantidad y calidad de participantes, mientras que los visitantes destacaron el buen nivel de las conferencias y los avances tecnológicos entre los distribuidores.

Según **Converge Comunicações**, el número de asistentes final fue de 10.000, un 20% más que en 2011. Ayudado por el momento del mercado local, **ABTA** recibió nuevos players que ven en el modelo de suscripción el futuro para sustentarse y crecer.

La diferencia fundamental frente a 2011 es que las señales regresaron con stand: volvieron **Fox Latin American Channels (Fox Sports Brasil)** alcanzó 7 millones de suscrip-



Panel inaugural: Ana Paulo Dourado, Paulo Bernardo, João Rezende, Manoel Rangel y Alexandre Annenberg, ex presidente de ABTA, ahora a cargo de Oscar Simões

tores) y **Turner**, que no asistieron en 2011 ante la incertidumbre de la ley de Servicios de Acceso Condicionado (SeAC). Y, por primera vez estuvo **BBC Worldwide**, tras el lanzamiento de **BBC HD** en **NET Serviços**. A ellas se sumaron **TV5, Globosat** y **Band**.

Un caso interesante es el de **Esporte Interativo** que, con base en Río de Janeiro, comenzó como portal web y canal abierto a través las antenas parabólicas (en Brasil un 40% de las personas acceden a TV por esa vía); desde hace unos meses la señal está disponible en todos los operadores de TV de paga del país, con excepción de **NET** y **Sky**.

‘Es una evolución lógica de todos los mercados, como sucedió en Estados Unidos con las grandes networks: los grupos de medios van de un modelo gratuito a un modelo de pago. Hoy tenemos una audiencia de 40 millones de personas por mes, contabilizando todas las plataformas, que asiste a contenidos exclusivos como las mejores ligas de fútbol del mundo, la NFL, vóley, básquet, entre otros’, explicó a **PRENSARIO** **Edgard Diniz**, presidente.

**Antonio Joao Filho**, director general de **Claro TV**, explicó en una de las conferencias que el suceso del sistema DTH del grupo **América Móvil** se generó a partir de definir claramente el público objetivo al cual dirigirse y establecer una oferta de bajo costo basada en la calidad de servicio y eficiencia. ‘Es fundamental poder hacer más con menos’, resumió.

En la misma conferencia participó **Richard**

**Allen**, accionista de **Blue Interactive**, compañía que adquirió el sistema **Via Cabo**, que suma más de 100.000 suscriptores en varios estados. ‘La situación brasileña actual, entre crecimiento y regulación, es el mejor ambiente para invertir. Además, Brasil resulta atractivo por el tamaño del mercado, la alta demanda, y la baja penetración del servicio. Hay espacio suficiente para pequeños, medianos y grandes



Gustavo Leme, EVP y director general de Canais Fox, Eduardo Zebini, VP de Fox Sports y Santiago de Carolis, director de Marketing Fox Sports Cono Sur. Fox Sports lanzará Fox Sports 2 en enero de 2013

operadores’, afirmó.

**Marcos Amazonas**, presidente del consejo de la asociación independiente **NeoTV** y uno de los pioneros de la industria en Brasil, subrayó: ‘Para ser exitoso en este negocio es necesario comprender que no se trabaja ni con televisión ni banda ancha, por separado, sino con un modelo de suscripción’.



Fernando Ramos, de G2C (reemplaza a NET Brasil como distribuidor de señales de Globosat), José Félix de Net y Rossana Fontenele, directora de Organizações Globo



Mauricio Tavares, director de adquisiciones de Rede TV, Vera Zaverucha, directora de Ancine, y Anthony Doyle, VP Regional de Turner International do Brasil. ABTA 2012 marcó el regreso de las señales al mercado

# Desde La Cabecera Hasta La Casa, AMT cuenta con el equipo necesario y en inventario.



GX2 Plataforma Óptica

Soluciones Carrier Ethernet



Fuente De Poder con Respaldo - XM2/PWE

Amplificadores RF



- BT
- MB
- BLE
- SLE

Nodo Óptico Hub Virtual

- SG4000
- Ethernet Switch
- VSN2000
- SG1000
- MBN



- DGT700
- DCX700
- DTA-101
- DTA-HD

- SBV5222

- DCX3510
- DCX3501

Taps - FFT

Para mayor información, llame al 954.427.5711 o visite [amt.com](http://amt.com)



Paulo Saad, de Band, Mario Damante, Fernando Magalhães, de NET, Rodrigo Marques, director ejecutivo de estrategia y gestión operacional de Band, y Anthony Doyle, de Turner



Marco Dyodi y Eduardo Guedes, gerente de marketing de Oi (extremos) con Ane Cristina Varoto, directora TI y Rodrigo Duclós, CIO de Net Servicios

Telefónica presentó la nueva marca comercial para su servicio de TV de paga Vivo TV, en reemplazo de TVA, y GVT anunció que alcanzó 200.000 clientes en el primer semestre del año, respondiendo por el 10% del crecimiento del mercado local. 'La meta es superar los 400.000 a fines de 2012 y totalizar 1 millón en 2013', destacó Dante Campagno, director de TV por assinatura.

La telco Algar Telecom (operador DTH con 100 mil clientes) se asoció a WDC Networks (proveedor de productos wireless y FTTH para ISPs) para lanzar ISP TV, mediante el cual los más de 1.600 ISPs (responden por el 15% de las conexiones totales del país) podrán ofrecer servicios de TV de paga, y empaquetarlos con sus servicios de telefonía e Internet. 'Queremos expandir el servicio a las ciudades más pequeñas, donde los grandes operadores no llegan', resaltaron Osvaldo Carrijo, director comercial de Algar, y Vanderlei Rigatieri, director general de WDC.

Entre las novedades, André Kriger, director de fibra de Telefónica, anunció que en octubre

la compañía lanzará su servicio IPTV con solución de Microsoft en la ciudad de São Paulo (actualmente está en fase de prueba para más de 4.000 clientes), con el que busca alcanzar 600.000 abonados en 2015. Para ese año espera alcanzar el millón de suscriptores en ultra banda ancha. Lo mismo Oi, que sumará un servicio IPTV a su DTH, cuya fecha de lanzamiento se estima para fines de año, según Marco Dyodi, director de segmentos minoristas - FTTH/IPTV.

En el seminario *La oferta convergente por otros caminos*, Ariel Dascal, director general de OiTV, recomendó revisar los modelos de contenidos para mantener las ganancias, sin dejar de atender las necesidades del consumidor; Márcio Carvalho, director de productos de Net Serviços, dijo que la fidelización pasa a ser más importante que sumar más clientes; Antonio Barreto, CEO de DLA, fue contundente: 'Entramos en una época donde la tecnología ya no es barrera para nada'.

Verimatrix, Minerva, Network Broadcast y el integrador local Samurai, realizaron el seminario *Soluciones reales para un mundo real*, sobre OTT, multipantalla, e integraciones exitosas. Media Networks presentó al grupo Sistema Catarinense de Comunicaciones (SCC) como su primer cliente del servicio *Go Digital* en Brasil, sistema que le permitirá desplegar su servicio de TV de paga digitalizado en la ciudad de Curitiba en Santa Catarina.

**LOS PROGRAMADORES FRENTE A LA LEY SeAC**

Este año se sumaron activamente a la convención los productores independientes, a través de una alianza entre ABTA y ABPI TV; los nuevos operadores new media y algunos compradores de contenido de los canales abiertos.

Alexandre Annenberg, presidente de ABTA, destacó a Prensario que vio a los asistentes con más 'optimismo' y explicó: 'En el primer trimestre del año, el sector de la TV de paga tuvo una facturación de 5,4 billones de reales (2,6 billones de dólares), un 38% más que igual periodo de 2011, según Inter-Meios'.

De acuerdo a la Anatel, el mercado de TV por suscripción alcanzó los 14,5 millones de clientes a junio de este año. Fuentes del organismo indicaron también que el total de licencias a entregar este año es de 38, un número menor al que se esperaba inicialmente.

Manoel Rangel, presidente de Ancine, encabezó un panel --del que se informa por separado-- donde defendió a la Ley 12.485 de Acceso Condicionado.

Se sumaron luego Anthony Doyle, VP regional de Turner, quien se mostró escéptico sobre los beneficios de la ley. 'Cuanto más investigamos sobre su injerencia, más nos asustamos. Tenemos dudas sobre su aplicación en relación a las cuotas, pero también sobre los nuevos canales a lanzar. De todos modos, creemos que no es un problema de contenidos, sino de modelo'.

Paulo Saad, director de Band, remarcó que la estrategia del grupo en este contexto es lanzar nuevos canales (como ARTE1, que aún no está en el aire). 'El gran dilema es costo vs. calidad. Los costos de la producción local doblan al de otras propuestas de programación. En el contexto económico recesivo, esto nos lleva a una situación no tan optimista como en 2011'.

Producto de la nueva normativa, Prensario supo que a fines de agosto la Ancine



Claro TV: Alessandro Silva, gerente de calidad, Claudio Zylberman, director de Ingeniería y Tecnología, Antonio Joao Filho, Graziela Solis, gerente de promoción y eventos, e Igor Chambon, gerente de tecnologías y CAS



Ricardo Grilli y Robes Solei de RCA/Tech Cable, Marcelo de Freitas de Discovery, y Alberto Umhof de BVCi. Los independientes atentos a los cambios en el mercado brasileño

SOLUCION INTEGRAL EN TELECOMUNICACIONES

- **Fabricamos**  
Antenas Parabólicas de fibra de Vidrio para banda C, banda KU y Offset Homologadas por el MTC.
- **Equipos para HEADEND**  
Moduladores A/V  
Demoduladores A/V  
Procesadores de Señal  
Combinadores Pasivos (Pico Macom)  
Receptores de Satélite MPG4  
Amplificadores ACI, Motorola y FTD Networks  
POWER SUPPLY 14 Amp.
- **LO MEJOR EN EQUIPOS OPTICOS**  
FTD NETWORKS  
Transmisores Ópticos  
Nodos Ópticos  
Receptores Ópticos  
Plataformas Ópticas  
ODF 12, 24, 48 y 96 hilos



HERRAMIENTAS y FERRETERÍA EN GENERAL



TENEMOS A SU DISPOSICIÓN LOS MEJORES PRODUCTOS EN LAS MEJORES MARCAS



VENTA E INSTALACIONES A NIVEL NACIONAL

www.corpetel.com.pe

Tienda: JR. PARURO 1401 TDA. 108 "PARURO SHOPPING CENTER"

Oficina Comercial: AV. NICOLAS DE PIEROLA 1717 DPTO. 502

428 3002 / 426 1251

Rpm #315274 Nextel 817\*3978



Net Servicios: Claudio Borgo, Rodrigo Marques, director ejecutivo estrategia y gestión operacional, y Marcelo Parraga

presentará un documento con los canales que cumplen con todos los requisitos para ingresar a las grillas de los operadores. Uno de ellos es **BoxBrazil**, grupo de cuatro señales HD y SD (**Prime BoxBrazil**, **Music BoxBrazil**, **Travel BoxBrazil** y **Fashion TV Brazil**), dirigido por **Cícero Aragón**, CEO, quien participó en ABTA

para promoverlas.

#### OPERADORES INDEPENDIENTES

Se vieron en la feria operadores independientes, muchos de los cuales tienen dueños de Argentina. Contrastando con la euforia general de la feria, **PRENSARIO** habló con **Ricardo Grilli**, de **RCA/Tech Cable** y **Alberto Umhof**, de **BVCI**, quienes dijeron que el crecimiento de ABTA es en realidad para unos tres o cuatro operadores. 'En este contexto, a los independientes les toca vender y salir del mercado', opinaron. La opción puede ser armar una cooperativa, propuesta desestimada debido al 'individualismo' que existe en ese mercado, según explicaron.

Del lado de las señales, **Silvia Saad** anunció que **Band** cerró un acuerdo de distribución recíproca con **MGM Networks**, a través de la cual el grupo brasileño distribuye sus señales en Brasil, y MGM las de ellos en el resto de La-



Marcus Gava, director adjunto de Video y Nuevos Productos, y Osvaldo Carrijo, Algar Telecom (extremos) con Vanderlei Rigatieri Jr., de WDC Networks

tinoamérica. Al mismo tiempo, confirmaron a **Castalia** como representante para Estados Unidos. Por su parte, **AiTV** anunció que relanzará la señal **Fashion TV** en Latinoamérica, para la que tendrá producciones locales de Argentina, Perú, Colombia, Venezuela y Brasil. En este último país, la señal es distribuida por **BoxBrazil**.

## ANCINE: 'LA CUESTIÓN DE LA CALIDAD ES UN FALSO DILEMA'

**Manoel Rangel**, presidente de **Ancine**, volvió a asistir a un foro de la industria como ABTA y defendió la Ley de Servicios de Acceso Condicionado (SeAC) N° 12.485 que, al igual que el año pasado, fue uno de los temas más importantes del evento.

'La Ancine y todos los organismos reguladores tenemos una profunda convicción de lo que se busca con esta ley: una transición armoniosa entre una etapa y otra superadora de la industria de las telecomunicaciones en Brasil. Hay en ella también una responsabilidad latente de la sociedad civil.'

'Este es un momento nuevo del mercado y debemos actuar para promover a todos los actores por igual. La 12.485 es el resultado de una política de distribución de la riqueza, donde el aumento en el poder adquisitivo de las clases C y D (serán el 60% de la población en 2014) redundará en un crecimiento de la demanda de servicios audiovisuales', resaltó Rangel durante un panel.

En relación a las tendencias, explicó que Brasil, al igual que lo que sucede en el mundo, va hacia un mercado de suscripción. 'Los ingresos por suscripción están siendo más importantes que los de publicidad. Se prevé que en 2014 los primeros signifiquen el 15% en el mundo. Es una clara transición en la industria: las empresas de medios van hacia ese modelo', dijo.

Hoy Brasil significa el 45% del mercado latinoamericano de publicidad, incluyendo ingresos por suscripciones y publicidad, de acuerdo a datos de World TV Market a 2011. Sobre la TV de paga, estimó que habrá 30 millones de abonados y una penetración del 50% en 2017, según Anatel, mientras que ABTA pronostica cerca de 35 millones en el mismo período.

'La normativa viene a potenciar este escenario, trayendo más competidores al mercado, además de sumar contenido y empresas brasileñas en el negocio. La cuestión de la



Manoel Rangel, presidente de Ancine

calidad de esos contenidos independientes y locales es un falso dilema'. Se supo durante el evento que Ancine publicará en algunos días los canales brasileños que cumplen todos los requisitos para ingresar a las grillas de los operadores.

El funcionario expresó que la meta es que haya más producción brasileña (ya sea suelta o en canales de pago) en todo el mundo. 'La internacionalización del mercado es un paso natural, aunque el mercado local funciona como palanca para que eso suceda. El Fondo Audiovisual tendrá en éste, uno de los principales objetivos, proveyendo créditos para la producción y capacitación', completó Rangel.



giko®

Productos de Fibra Óptica

Productos específicos para despliegue de redes FTTH

Productos certificados y homologados en operadores líderes del mercado

Planta de conectorización propia en Argentina

Giko Argentina S.A.  
www.gikogroup.com - argentina@gikogroup.com

Planta de conectorización y Oficinas:  
Santa Catalina 1561 - C1437FOE - Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
Tel/fax: +54 11 4919-6100

Visite [www.prensario.net](http://www.prensario.net) todos los días

## DIRECTV SPORTS: 'LOS GRANDES EVENTOS DEPORTIVOS AYUDAN A CONSOLIDARNOS COMO OPCIÓN DEPORTIVA'

LA SEÑAL SE CONSOLIDA EN LATINOAMÉRICA CON 4 MILLONES DE ABONADOS

DirecTV Latin America organizó un **press tour de tres días en Madrid España, al que fue invitado Prensario junto a otros medios de América Latina. Se asistió a distintas conferencias de prensa de ejecutivos y presentadores de la señal deportiva, DirecTV Sports, que transmitió en exclusiva el partido de vuelta de la SuperCopa Española.**

Guillermo Barreto, director de Programación de DirecTV Sports, el canal deportivo del operador DTH, describió a Prensario la oferta de contenidos exclusivos del canal, que tuvo seis señales para cubrir los Juegos Olímpicos de Londres.

En el marco del *press tour* por Madrid, Barreto destacó: 'Los grandes eventos deportivos que tenemos en exclusiva generan una alta atracción de público: tenemos las mejores ligas de fútbol, básquet, tenis y seguimos sumando deportes.'

De parte de DirecTV participaron en Madrid **Sandro Mesquita**, director de Marketing y **Alfonso Noaín**, corporate Sports Marketing Director Constructor, Selma Astudillo, jefa de relaciones públicas, junto a los comentaristas de DirecTV Sports **Juan Pablo Varsky** y **Pablo Giralt**.

En junio, DirecTV Sports compartió los derechos de emisión asociándose al grupo **Albavisión (Ángel González)** transmitiendo 31 partidos en HD y la final en 3D. Luego, vinieron los JJOO de Londres que, en pala-

bras de Barreto, fue un 'superéxito a nivel de programación y distribución'.

'DirecTV se puso como objetivo tener la mejor oferta deportiva del mercado', subrayó Barreto, quien destacó la relación con **Fox Sports** y **ESPN**, con quienes comparte derechos.

Y agregó: 'A la oferta tradicional, sumamos DirecTV Sports y los canales locales específicos del género: **Meridiano TV** de Venezuela, **TyC Sports** de Argentina y **Canal de Fútbol** de Chile.

DirecTV Sports tiene 4 millones de suscriptores con contenidos exclusivos de MBL (*Extra Innings*, con 45 partidos), NBA (*NBA Pass* con 3 juegos en vivo por día), y NFL (*Sunday Ticket* con hasta 12 partidos). Barreto adelantó que tendrá el segundo clásico de 2013 entre el Barcelona y Real Madrid (marzo), campeonatos FIBA (Eurobasquet y Mundial España 2014) y boxeo.

### LOS JUEGOS OLÍMPICOS

'Rentamos un autobus (los tradicionales londinenses de doble piso) donde instalamos algunas cámaras y entrevistamos a los principales deportistas latinos: **Rubén Limardo** (medalla de Oro en esgrima para Venezuela) o **Paula Pareto** (Judo de Argentina), entre otros', dijo Barreto.

Hubo un equipo de 100 personas en la capital del Reino Unido, que produjo cuatro programas originales de *Conexión America*, todos ellos relacionados no únicamente a los JJOO en sí, sino también a mostrar la ciudad. 'A nivel programación la estrategia fue exponer la fiesta cultural que representa un evento de



Guillermo Barreto, director de Programación de DirecTV Sports

este tipo, con entrevistas a deportistas, pero también alcaldes, organizadores, etc. Nos permitió darle el "toque" de color que necesitábamos', añadió

El operador destinó seis canales exclusivos para el evento: 'El hecho de ser operador al mismo tiempo, nos permite disponer del número de canales dependiendo de los eventos deportivos que haya en el mundo. Tenemos prioridades regionales (en general fútbol de cualquier liga) y eventos específicos para cada territorio'.

DirecTV emitió la *Supercopa de España* en exclusiva con el Real Madrid y Barcelona, luego las ligas de fútbol francés, español y alemana, además de los partidos amistosos y de eliminatoria que las selecciones alemanas y francesas disputen de local. 'Seguimos apostando a la NBA que comienza en Octubre-Noviembre (tenemos un partido por semana), el bloque de programación *NBA TV* de seis horas diarias y *NBA Pass*, el servicio de PPV con 30 partidos semanales', explicó Barreto.

'La alta competencia para adquirir los derechos deportivos ha hecho que debiéramos reforzar los presupuestos, que crecen año a



## A giant lead for mankind

La innovación y la tecnología aplicada a nuestros productos nos permiten ofrecerle soluciones integrales con calidad superior al mejor precio.

### ENFOCADOS AL CLIENTE

#### CABLE COAXIAL

- Triple pantalla
- Con o sin mensajero
- Audio, video y datos
- Verificado a 3 GHz
- Apto para interior/exterior
- Recomendado para sistemas con vía de retorno

#### EQUIPAMIENTO FIBRA ÓPTICA

- Transmisores
- Nodos
- Amplificadores

Más de 18.000 m2 con la tecnología más avanzada, estrictos procesos y controles de calidad, para obtener un mayor rendimiento de producción, precios altamente competitivos y ofertas de productos más flexibles.

#### OFICINAS COMERCIALES

Buenos Aires  
Florida  
North Carolina  
Mexico DF  
Madrid

#### PLANTAS DE PRODUCCIÓN

Argentina  
USA



DirecTV y DirecTV Sports: Alfonso Noaín, Sandro Mesquita, Selma Astudillo y Guillermo Barreto



VIENE DE PÁG. 122

## DIRECTV SPORTS: 'LOS GRANDES EVENTOS DEPORTIVOS AYUDAN A CONSOLIDARNOS COMO OPCIÓN DEPORTIVA'

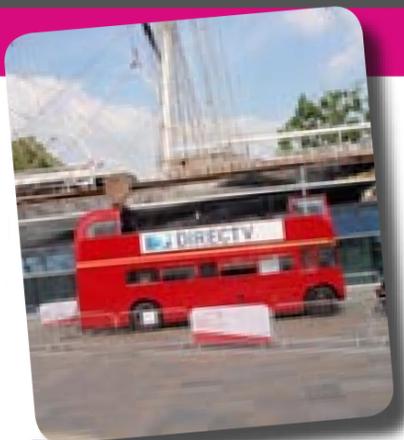
año. Ahora en particular estamos haciendo una fuerte inversión en tenis: acabamos de renovar el acuerdo por cuatro años del tenis femenino y también por 25 torneos anuales del ATP'.

### PRODUCCIÓN Y 360°

DirecTV posee el 40% de la productora **Torneos y Competencias** en Argentina, donde reside la base de producción de la compañía. 'Básicamente desde ahí generamos la mayoría de los contenidos, aunque también tenemos pequeños equipos de producción en Venezuela y Los Ángeles, que pueden definir prioridades de cobertura si hay eventos deportivos relevantes. Para los eventos principales sumamos comentaristas como Carlos Bianchi (Eurocopa)'.

Para el partido Real Madrid-Barcelona se formó un equipo de siete personas, entre los que se encontraban Varsky y Giralt, que comentaron el partido desde el Santiago Bernabéu. En relación a 2013, Barreto completó: 'Será la transición al Mundial de Fútbol Brasil 2014, hacia finales de año ya se sabrá quiénes participan y será uno de los principales tópicos entre la audiencia'.

Finalmente, Barreto describió la cobertura 360 del canal con el sistema *MiDirecTV* que sumó 8.000 suscriptores en los 25 partidos de la liga española de fútbol, y 4.000 en el primer partido de Supercopa jugado en Barcelona. 'Hay que destacar el trabajo en redes sociales, donde tuvimos un 300% de crecimiento de menciones, más de 34.5 millones de menciones y 176.000 interacciones en **Facebook** y **Twitter**'.



Cobertura especial de los Juegos Olímpicos: DirecTV instaló un estudio de televisión en uno de los tradicionales autobuses londinenses

## VARSKY: 'HACE UN TIEMPO DIRECTV ERA UN LUJO, HOY ES UN BIEN DE PRIMERA NECESIDAD'

En rueda de prensa en Madrid previa al partido de la *Supercopa Española*, los comentaristas de DirecTV Sports, **Pablo Giralt**, **Juan Pablo Varsky** y **Alex Candal** destacaron la exclusividad de contenidos como 'diferencial de la señal' y las ventajas de pertenecer a un operador, lo que provee una oferta 'única'.

**Juan Pablo Varsky** está en DirecTV Sports desde 2001, habiendo cubierto el Mundial de Fútbol Juvenil de Argentina 2001, el Mundial de Fútbol Japón-Corea 2002. 'Todos los eventos han marcado positivamente a quienes hacemos la señal. Sin dudas los eventos deportivos son el principal contenido, pero la producción propia marca un diferencial importante complementando', remarcó.

'Hace un tiempo DirecTV era un bien de lujo, hoy es un bien de primera necesidad. Su señal deportiva tiene la ventaja de pertenecer a un operador de TV de paga, que la distribuye de manera exclusiva por lo que ningún otro canal deportivo puede equipararse. Es líder en todos los aspectos: una referencia para los competidores y una necesidad para el espectador. Y sin dudas un modelo a seguir', completó.

tador. Y sin dudas un modelo a seguir', completó.

**Pablo Giralt** se inició en 2005 y el primer gran evento fue el Mundial de Fútbol de Alemania 2006. 'Desde entonces experimentamos un crecimiento en todos los sentidos: en Londres fuimos la envidia de muchas cadenas con más tiempo en el mercado. Tenemos un respaldo enorme de parte de la señal'. Destacó que entre los principales programas de producción propia están *Camino a Brasil*, *Fútbol Total* y *Conexión América* además de mencionar a las ligas francesas y alemanas de fútbol como nuevos derechos. 'El objetivo es rodear al contenido principal (los eventos en vivos) con el mejor producto original', coincidió con Varsky.

**Alex Candal** comenzó en 2008 en DirecTV Sports y hoy es el comentarista con base en España y que hace la amplia cobertura que el



Guillermo Barreto y Sandro Mesquita (extremos) con los comentaristas de DirecTV Sports Pablo Giralt, Juan Pablo Varsky y Alex Candal

canal tiene sobre la liga local de fútbol. 'La señal ha logrado como ningún otra romper la barrera cultural y de acentos entre países. Le hablamos a un solo país: América Latina', resaltó.

Finalmente, los tres comentaristas coincidieron: 'Hay un trabajo permanente por el equilibrio de programación panregional. Se busca que la audiencia se identifique con el contenido que transmiten los comentaristas y no con los diversos gustos deportivos de cada mercado'.

# Multicom: una explosión de calidad y valor



Línea de componentes activos y pasivos. Además fibra óptica Multicom, video HD, voz y datos de distribución para todas las redes



Nodo óptico de 4 puertos exterior

Cable de fibra óptica  
• ADSS  
• Armada  
• Tubo Suelto (Loose Tube)



Soluciones diseñadas para satisfacer sus necesidades en la industria



Nuevo!  
Connector de compresión



Cables coaxiales y conectores

- RG 59, 6, 11 & Cable troncal
- Cable con mensajero
- Tri-Shield
- 60, 90% Braid



Equipos de CATV tanto digitales como analógicos



Taps y pasivos de red dura

Llame ahora a Multicom, donde podemos ayudarle con equipos desde la cabeza, 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



**DATA FACTORY**  
AÑOS

Proveedor oficial de la CONMEBOL

EPG PASIVO E  
INTERACTIVO

CONTENIDOS PARA  
CELULARES

BUSCADORES Y  
SITIOS WEB

DIARIOS Y  
PUBLICACIONES  
GRÁFICAS

REVISTAS DE  
PROGRAMACIÓN

**UNA SOLA FUENTE DE DATOS Y UN SOLO PROVEEDOR  
PARA RESOLVER TODAS SUS NECESIDADES.**

- Somos líderes en Contenido de Programación de Televisión y Estadísticas Deportivas.
- Producimos información de programación de TV para Gráfica. (Diarios y Revistas).
- Tenemos un Sistema de Administración de Contenidos para programación Web y manejo de sitio con información renovada y constante.
- Alimentamos su EPG Interactiva y pasiva.
- Nos elige Clarín, La Nación, La Voz del Interior, ESPN, Cablevisión y los principales medios de Latinoamérica.
- Proveemos el contenido deportivo de ESPN, Yahoo!, Fox Sports, Terra, Univisión y los principales medios de cada país.
- Nuestros datos se integran a su pantalla a través de los nuevos sistemas digitales como servicios de valor agregado.



*Sea parte de la era digital...*



Conozca la nueva línea de decodificadores dotados de los últimos avances  
en Tv digital y sea protagonista del cambio.

## 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.

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 y Andina Link Centroamérica, donde sus productos tuvieron buena repercusión. En mayo, asistieron a la Cumbre APTC de Arequipa, y a Canitec de México. También participaron de Tepal en República Dominicana, ABTA de Brasil y estarán en 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 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'.



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



#### 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 las ferias.

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.



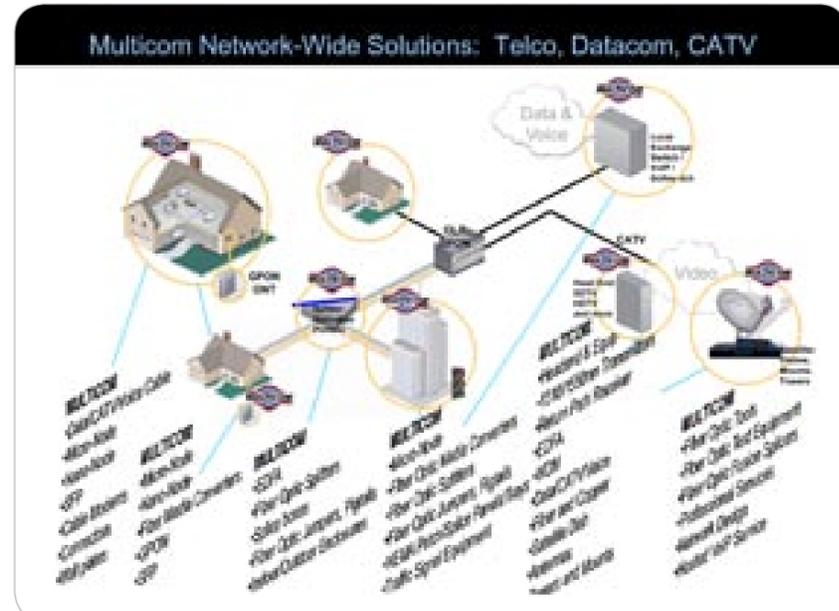
TECNOLOGÍAS PARA LA CONVERGENCIA DE TELEVISIÓN DIGITAL

Hoy, más de 100 operadores en Europa, Asia y América Latina confían su crecimiento en la solución integral para digitalización más utilizada en la industria de TV CABLE, SATELITE, TERRESTRE, IPTV, VOD y OTT.



EEUU - MEXICO - REPUBLICA DOMINICANA - VENEZUELA - ECUADOR - PERU - BOLIVIA - PARAGUAY  
ARGENTINA - ESPAÑA - POLONIA - RUMANIA - RUSIA - CHINA - PAKISTAN - INDIA - FILIPINAS

Safeview America Latina  
Av. Mayo 749 - Piso 2 Oficina 5 - CP: C1084AAC - C.A.B.A.  
Tel.:(+549) 2616511925



**Videoswitch**

DISTRIBUIDORES DIGITALES  
SDI SD / HD / 3G  
ASI

**Características:**

- ✓ Distribuidor digital económico y de alta calidad con equalización y re-clocking.
- ✓ Módulos de 1 entrada con 4 salidas y 1 entrada con 8 salidas.
- ✓ Equalización automática en la entrada.
- ✓ Detección automática o forzada de bitrate.
- ✓ Redocking con ByPass automático o forzado para cuando la señal no se puede re-clockear.
- ✓ Indicadores de pérdida de señal, enganche del reloj, bitrate y SD/HD (solo D3G).

**GUÍA DE PROGRAMACIÓN ELECTRÓNICA  
EPGS DVB / ISDB-Tb**

www.videoswitch.tv  
info@videoswitch.tv  
+54 (11) 4952-0324

## PIT TELECOM SE CONSOLIDA EN LA REGIÓN, ENFOCADA EN SOLUCIONES DE INGENIERÍA

### SOLUCIONES DE INGENIERÍA

Pit Telecom está consolidada como una empresa de 18 años de trayectoria, que trabaja con los clientes más importantes del mercado de telecomunicaciones de toda la región. Ante la competencia, su diferencial está puesto en las soluciones de ingeniería y productos con todo el respaldo necesario.



Jorge Boza

Con sede en Chile, la compañía es dirigida por **Jorge Boza**, quien comentó a Prensario que este año se construyó el nuevo edificio corporativo con tres plantas, para poder tener una plataforma con más de 900 m2 de oficinas para lograr ofrecer una atención de calidad personalizada a toda la región.

PIT completa tres edificios en Chile, una oficina comercial en Perú y, para los primeros meses de 2012, destaca la apertura de su sucursal en Costa Rica, destinada a atender el mercado centroamericano con mucha más cercanía. Así, se perfila como una empresa chilena con calidad de exportación para los clientes más relevantes y de mayor estructura de la región.

Jorge Boza destacó que **Hansen** es su producto principal de su gran oferta para toda la gama de TV por cable y DTH. Vale recordar que Hansen es el fabricante chino líder en cables coaxiales de 75 y 50 ohm en toda Asia, y Pit Telecom es su brazo comercial desde hace ya 16 años para Latinoamérica, con un desarrollo sostenido que ha logrado posicionar a la compañía china como una de las marcas de prestigio en los primeros lugares junto a las marcas tradicionales.

Esto como resultado de la combinación de un buen precio, calidad de producto y el servicio que equipo de PIT Telecom brinda para dar cubrir toda la región.

De todas maneras, la compañía chilena tiene también novedades, como incorporación a su portafolio de la marca **Bull**, con accesorios para la TV por cable y telefonía.

Su crecimiento de es sostenido en la región. Vale recordar que fue la primera compañía chilena en tener un stand en ABTA de Sao Paulo en su momento, lo que hoy los favorece con la aprobación del nuevo PLC.

# 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 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 sus 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**



KIEV MEDIA WEEK IS A ONE STOP DESTINATION FOR A UNIQUE RANGE OF FIVE MAJOR INTERNATIONAL MEDIA EVENTS



**KIEV MEDIA WEEK 2012**  
**SEPTEMBER 11-14**

Kiev, Ukraine, hotel Radisson Blu

[www.kievmediaweek.com](http://www.kievmediaweek.com)



INTERNATIONAL AUDIOVISUAL CONTENT MARKET  
UKRAINIAN CONTENT MARKET  
- 12-14 September 2012



INTERNATIONAL CONFERENCE AND  
SCREENING OF TV-FORMATS FORMAT SHOW  
- 11 September 2012



INTERNATIONAL CONFERENCE  
FILM BUSINESS  
- 12 September 2012



INTERNATIONAL CONFERENCE  
TELEVISION AS BUSINESS  
- 13 September 2012



INTERNATIONAL FORUM  
DIGITAL BROADCASTING IN UKRAINE  
- 14 September 2012

GENERAL MEDIA  
PARTNER:



ORGANIZER:



UNIQUE OPPORTUNITY TO PARTICIPATE IN THE CONTENT MARKET, VISIT INTERNATIONAL CONFERENCES AND SEMINARS, MEET AND NETWORK WITH SELLERS, BUYERS AND KEY MEDIA EXECUTIVES FROM UKRAINE, RUSSIA, OTHER CIS COUNTRIES AND BEYOND ALL AT THE SAME TIME AND IN ONE LOCATION

**WELLAV**



**Menos es Más**

## DMP900 única plataforma para la entrega de video

Menos espacio, menos conexiones, menor consumo de energía, mas capacidad, mas flexibilidad y mayor satisfacción del cliente. Esto es lo que WELLAV pone a su disposición con la plataforma DMP-900.

La DMP-900 es una plataforma digital escalable de ultima generación que puede manejar flujos de video con cualquier formato de entrada y salida mediante la centralización del procesamiento (multiplexación), con una gran capacidad (6 GB de datos) y con fuente de alimentación redundante. Cada DMP puede albergar seis módulos para soportar diferentes necesidades de procesamiento de video/audio, tales como recepción, decodificación, codificación, transcodificación, encriptación y modulación. Todos los módulos pueden intercambiarse en caliente (hot swap) y realizar copias de seguridad para minimizar la interrupción del servicio. El DMP es un equipo ideal para las cabeceras digitales SD y HD. Ofrece además soluciones de codificación / transcodificación, transmodulación, SMATV y transmisión de video / audio via IP.



86-752-2086868

[sales@wellav.com](mailto:sales@wellav.com)

[www.wellav.com](http://www.wellav.com)

Latinoamericana TCA S.A.C. - Independencia N° 371 - Miraflores - Lima 18 - Perú - 2426726 / 2412078 - Mail: [info@latinotca.com.pe](mailto:info@latinotca.com.pe)



# Intraway

Provisioning Suite

## CONOCEMOS LOS DESAFÍOS DE AMÉRICA LATINA

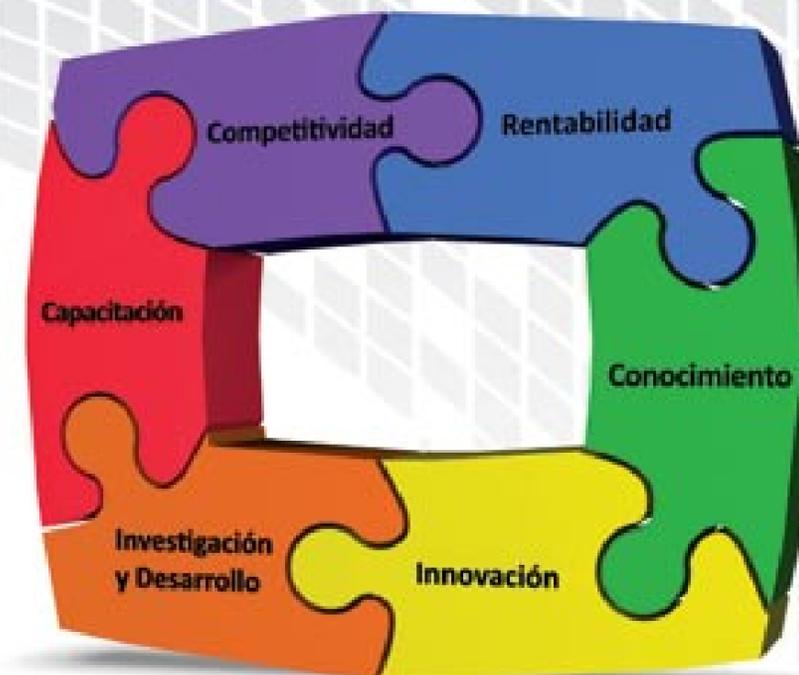


Provisioning y Gestión Integrada de Todos los Servicios



Visítenos hoy mismo en [www.intraway.com](http://www.intraway.com)

## Red Intercable: El valor de la sinergia



Somos Cableoperadores independientes, unidos por objetivos y realidades comunes.

Nuestra organización, que nuclea a más de 220 pymes, alcanza con su plataforma de servicios a más de 500 localidades, distribuidas en 19 provincias del territorio nacional, con redes que cubren más de 610.000 hogares.

Promovemos el conocimiento y la innovación tecnológica permanente con el objetivo de consolidar nuestras empresas como operaciones multiservicio vinculadas a comunicación y entretenimiento.

Así, hemos dado origen a desarrollos exclusivos y programas de capacitación que en la actualidad contribuyen de manera protagónica en la generación de valor para incursionar en nuevas prestaciones con competitividad y rentabilidad.

**La sinergia es la esencia de nuestra organización.**

Red Intercable, Pymes, República Argentina.



dibox



## JORNADAS INTERNACIONALES

Septiembre, 26, 27 y 28  
HILTON BUENOS AIRES

20 12



Stand N° 34  
Buenos Aires - Argentina

Flowdat le brinda la calidad de operación necesaria para el crecimiento de su empresa contando con una gran cantidad de herramientas.

GESTION  
**flowdat**

Controle los flujos de datos, analice eventos, identifique fallas en su red, registre las actividades de cada cliente supervisando el estado real de cada servicio.

GESTIONE

OPTIMIZE

CMTS  
DOCSIS 3 casa systems

INTEGRE

bti

CACHE  
CTRL

A través de Casa Systems, líder mundial en fabricación de CMTS, Interlink ofrece sus productos CMTS de tecnología de punta con certificación DOCSIS 3.0, una nueva categoría de dispositivos de red focalizados en la creciente oportunidad de mercado en servicios de banda ancha. Conozca los productos para cada necesidad.

La plataforma WIDECAS, implementa una solución de transparent Cache, para contenidos OTT como Netflix, Youtube, Hulu, además de P2P, DDL, y otros, facilitando a los operadores la entrega de este tipo de contenidos, mejorando la experiencia del usuario, y reduciendo costos de ancho de banda e infraestructura.



Corrientes 161  
CP. 2000 Rosario  
Santa Fe, Argentina

Consultoras  
Te. +54 341 4248123  
www.flowdat.com



# Wire•Tech

## 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

Thomas & Betts

ASKA

alpha

MOTOROLA

TELCON

TFC Amphenol

Cablematic

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

## CAPER 2012 CONFIRMA 85 EXPOSITORES Y 2500 M<sup>2</sup> DE STANDS

La edición 2012 de la expo Caper se realizará del 24 al 26 de octubre en el Centro Costa Salguero de Buenos Aires, con una nueva propuesta tecnológica y en sus conferencias.

**Pilar Orge Sánchez**, gerente general de Caper, destacó: 'A pesar de que este año se presentó con grandes desafíos e incertidumbres debido a las nuevas normativas relacionadas con la importación, que afectaron tanto a los socios importadores como fabricantes que necesitan insumos y repuestos, poco a poco la situación se fue acomodando y Caper 2012 cuenta ya con 85 empresas expositoras y alrededor de 2.500 m<sup>2</sup> netos de stands'. Y agregó que numerosas empresas estarán exponiendo por primera vez.

'Caper se ha convertido en una exposición referencial, tanto a nivel nacional como regional. Los visitantes del interior y de otros países de Latinoamérica crecen en número en cada edición. Ellos concurren a la muestra no sólo para ver lo nuevo de las marcas y el equipamiento de punta, sino también para escuchar a los disertantes de primer nivel que convocamos para nuestras

conferencias, talleres y workshops', comentó Orge Sánchez.

### TALLERES Y CONFERENCIAS

Entre los talleres de este año, se destaca el de pixilación, que estará a cargo de **Juan Pablo Zaramella**, **Sergio Piñeyro** y **Mario Rulloni** (director, director de fotografía y productor respectivamente del corto de animación *Luminaris*).

Se llevarán a cabo las clases magistrales de edición de sonido, de **Diego Gat**, **especialista en sonido**, "1, 2, 3: Cámara", a cargo del director de fotografía **Martín Siccardi** y los titulares de **Sinsistema**, **Sebastián Toro** y **Lucas Sambade**.

Habrà una **conferencia sobre 3D** a cargo de **Asociación De Directores De Fotografía (ADF)** con **Matías Mesa** y **Gabriel Pomeranic**, ambos socios de ADF; pipeline para producciones 3D, dictada por **Lorenzo Bazurto**, especialista en efectos visuales quien participó en la realización de *Avatar*. En *El ABC de la distribución cinematográfica*, **Manuel**



**Pilar Orge Sánchez**, gerente general de Caper

**García** disertará en representación de **Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires**.

Además, la **Cámara Argentina de Productores Artísticos, Creativos y Culturales** brindará una charla sobre convergencia tecnológica y nuevos modelos de negocios, cadenas de valor del sector audiovisual y música, y programas de financiamiento para las industrias artísticas, creativas y culturales.

Finalmente, se destacan las conferencias sobre la radio en la actualidad y los cambios que en ella produjo la nueva **Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual**, con **Luis Lazzaro**, Coordinador general de AFSCA, **Osvaldo Francés**, presidente de A.R.B.I.A y La Co.Ra.Me.Co, miembro del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual.

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

### 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



alpha

HP HIGH PERFORMANCE

# POWER

El XM3-HP Alpha CableUPS, la línea de baterías AlphaCell-HP y el nuevo gabinete HP de alta seguridad comparten un elemento de diseño común: **optimización de energía**. La línea HP de alto rendimiento de energía representa con visión a futuro, soluciones para los desafíos cada vez mayores que enfrentan los operadores de la red.



Visítenos en **Jornadas stand n° 35**.

Tel: 360.647.2360  
www.alpha.com

Alpha Technologies Inc.  
PRODUCTS > SERVICES > REPAIRS



21<sup>a</sup>  
EDICIÓN ANUAL

EXPOSICION INTERNACIONAL DE EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS  
PARA RADIO, TELEVISIÓN, CABLE, CINE, SATELITE, ILUMINACIÓN & AUDIO

# CAPER 2012

broadcast • cable • cine • satélite • iluminación • audio

- Seminarios
- Conferencias
- Workshops
- Master Classes
- Mesas Redondas

MIE JUE VIE  
**24 25 26 OCT**  
BUENOS AIRES • ARGENTINA

TELEVISIÓN  
CABLECINE  
SATELITE RADIO  
ILUMINACIÓN  
AUDIO

[www.caper.org](http://www.caper.org)



Tel/Fax: (54 11) 4374-9715 / (54 11) 4374-9202 . E-Mail: [consultas@caper.org](mailto:consultas@caper.org)

Las Cámaras N° 1 para móviles  
y estudios de Argentina

SONY  
make.believe



Las cámaras  
**HXC-100** y **HSC-300**  
ya están al alcance  
de tus manos, diseñadas  
especialmente para facilitar  
la transición de SD a HD,  
sin tener que salir  
de tu presupuesto.  
A un precio accesible con  
la mejor calidad del mercado.

Abriendo un nuevo mundo para la producción HD

HXC-100 y HSC-300 pertenecen a la línea HD/SD de estudio-exteriores con las siguientes características:

- 3 sensores CCD de 2/3" y 2.2 millones de píxeles con excelente calidad e imagen.
- Conversores A/D 14 bits full broadcast - Sistema Triax Digital
- Conversor de banda ancha de muy alta calidad para salida de HD/SD.
- Equipos multiformato que trabajan en 1080 a 50/59.94 entrelazado;  
720 a 50/59.94 progresivo o en TV estándar en 576/50 o 480/59.94 entrelazado.



HD PARA TODOS

Create. Connect. Inspire

Humberto 1° 2887/9  
(C1201ACE) Buenos Aires (Argentina)  
Tel: +54-11-4122-1200 / Fax: +54-11-4308-5493  
[info@viditec.com.ar](mailto:info@viditec.com.ar) / [www.viditec.com](http://www.viditec.com)

Viditec

## CALENDARIO

### OCTUBRE

- NEXTV SUMMIT - 3PLAY MEXICO & CENTRAL AMERICA (3-4), CIUDAD DE MEXICO, MEXICO
- MIPCOM (8-11), CANNES, FRANCE
- SPORTEL MONACO (15-18), GRIMALDI FORUM, MONACO
- SCTE THE CABLE-TEC EXPO (17-19), ORLANDO, FLORIDA
- CAPER (24-26), COSTA SALGUERO, Bs. As., ARGENTINA

### NOVIEMBRE

- DIGITAL FIBER (7-9), MERIDA VENEZUELA
- CHILE MEDIA SHOW (\*), SANTIAGO, CHILE

### DICIEMBRE

- ASIA TV FORUM (5-7), SANDS EXPO AND CONVENTION CENTER, MARINA BY SANDS, SINGAPORE
- U.S. HISPANIC MARKET SPECIAL REPORT
- AD SALES VENEZUELA

### 2013

#### ENERO

- NATPE 2013 (28-30) FOUNTAINEBLEAU RESORT, MIAMI BEACH, FLORIDA
- CCTA 2013 ANNUAL MEETING (\*)

#### FEBRERO

- RIOCONTENTMARKET (20-22), RIO DE JANEIRO, BRAZIL
- ANDINA LINK (26-28), CARTAGENA, COLOMBIA

#### MARZO

- PUNTA SHOW (\*), COLONIA, URUGUAY
- DISCOP ISTANBUL (5-7), INTERCONTINENTAL CEYLAN HOTEL, ISTANBUL, TURKEY
- SPORTEL RIO, (11-13), SOFITEL HOTEL, RIO DE JANEIRO, BRAZIL

#### ABRIL

- MIP TV (8-11), CANNES, FRANCE
- NAB (6-11) LAS VEGAS CONVENTION CENTER, USA

#### MAYO

- L.A. SCREENINGS (\*) LOS ANGELES, USA
- CUMBRE APTC, PERU (\*)
- EXPO CANITEC, MEXICO (\*)

(\*) LA FECHA NO SE HA CONFIRMADO HASTA EL MOMENTO

By  
Stalker

# Fin de Fiesta

## BUENAS NOTICIAS • AGUA • ANSIEDADES DE AEROPUERTO • GOURMET



Una de las alegrías de Asunción Media Show en Paraguay fue el entusiasmo de **Marcelo Bresca**, el eficiente representante de **Televisa** en el Cono Sur, mostrando a amigos, expositores y cableoperadores las fotos de su hija Sofía, de un mes de edad, que 'le ha cambiado la vida', como es de imaginar. Las felicitaciones se extendieron a Facebook, donde la foto de Sofía engalanó varias páginas y le mereció otra lluvia de felicitaciones al feliz papá primerizo.

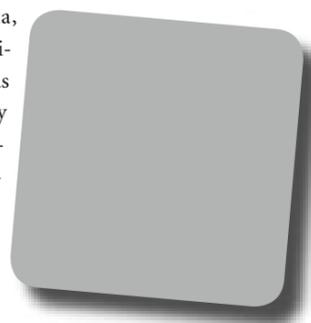
También se conoció la noticia del nacimiento de Fátima, hija de **Patricia Daujotas**, actualmente responsable de programación en **Fox** tras haber trabajado en **Telecinema** e **Imagen Satelital** --junto al legendario **Alberto González--** y **Telefé**. A la feliz mamá y a su esposo: ¡nuestras felicitaciones!

La gente de **Turner** mantiene su sentido del humor: a una ejecutiva de cuentas que viajó por primera vez a Asunción Media Show, le insistieron en que la compañía no iba a reconocerle gastos de agua mineral en el "frigorifer" de la habitación (a 2,50 dólares la botellita),

existiendo agua corriente en la canilla (grifo) del baño. Por suerte, no les hizo caso y se salvó de alguna dolencia, pero le quedó la duda hasta el regreso.

La concurrencia a la feria de tecnología IBC en Amsterdam se complicó para varios viajeros latinoamericanos por una huelga de personal de a bordo de la línea aérea alemana Lufthansa, una de las alternativas de llegada, vía Frankfurt. Claro que, a diferencia de lo que sucede en América Latina, donde los viajeros quedan varados durante horas o días, Lufthansa solucionó todo con un "service center" en el aeropuerto de Frankfurt y canjeó los pasajes de avión por pasajes de tren a Amsterdam, con lo cual el trastorno se convirtió en una demora de cuatro horas, no muy diferente de un simple vuelo cancelado. Por algo Europa está en el Primer Mundo...

La **Cofetel** de México contrató una historieta en el **Libro Vaquero**, publicación que va a los sectores populares, para explicar la ayuda que puede brindar a quienes tienen dificultades con el servicio telefónico o acceso a Internet. En forma novelada, los dibujos describen los problemas de una familia y como resolverlos con el portal **MiCofetel** de ayuda al usuario. Interesante.



## PERFECT VISION. SEMINARIOS | 2012 MANUFACTURING

### FORTALEZCA su ventaja COMPETITIVA

#### ¿QUIENES SOMOS?



#### NUESTROS PRODUCTOS



#### NUESTRA ASOCIACION



**FORTALEZCA SU VENTAJA COMPETITIVA** es un seminario totalmente GRATIS de un día diseñado específicamente para abordar los desafíos que enfrentan nuestros clientes con los obstáculos económicos de hoy día. Podrá conocer cómo las soluciones de Perfect Vision Manufacturing proporcionan resultados comprobados y confiables. Aparte, conocerán quienes somos como empresa, cuales son nuestros productos, y como nuestra asociación en el mercado le traera beneficios a su negocio.

#### TEMAS QUE CONSIDAREMOS DURANTE EL SEMINARIO:

- Nuestras Fabricas
- Nuestras Oficinas Corporativas
- Nuestros Centros de Distribucion
- Nuestras Oficinas Internacionales
- Nuestros Planes de 2012 en adelante.
- Conectores de Compresion
- Herramientas
- Cables Coaxiales
- Medidores de Campo
- Equipos de Planta Externa
- Fibra Optica
- Pasivos



Comuníquese hoy día para inscribirse en uno de nuestros próximos seminarios;

+1.501.626.5940  
+52 1 (55) 5030.0240

TeamLA@perfect-vision.com

Visítenos en  
**JORNADAS 2012**

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

CMTF 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



SERVICIO MAYORISTA DE  
TELEVISIÓN SATELITAL DTH  
MARCA BLANCA

SERVICIO DE DIGITALIZACIÓN  
DE CABECERAS ANÁLOGAS

TRANSPORTE SATELITAL DE  
SEÑALES DE AUDIO Y VIDEO

TuVes  
HD

Con tecnología 100% digital de última generación, TuVesHD entrega servicios mayoristas de televisión a cable operadores y empresas de telecomunicaciones que deseen entrar al negocio de la TV paga en Latinoamérica.

Incremente sus ingresos, aumente su cartera de clientes y mejore su oferta, digitalizando su tecnología con una mínima inversión.

Conviértase en nuestro socio y lleve a sus clientes la mejor televisión digital.

MPEG4

DVB S2

PVR