

# From The Headend To The Home AMT Has The Equipment You Need.

Contact AMT for quick equipment delivery from the Satellite to the Set top box. AMT has the right solution in stock and expert technical support for your CATV system.



advanced media technologies

Mayo 2011 | Año 17 | N° 192  
Segunda Edición

# Prensario Internacional

www.prensario.tv

Televisión • Broadband • New Media • Licensing

30  
AÑOS

Generando lealtad en los suscriptores

**EWTN**  
el canal católico

Para más información escribanos a:  
liberoamerica@ewtn.com

Distribución

expo  
**Canitec**  
2011



25 al 27 de Mayo  
Centro de Convenciones y  
Exposiciones de Puebla, México

Cobertura

III Cumbre de la APTC en Lima, Perú



AQUÍ TODO SE VE MEJOR





**NBA** RESPIRA  
**HONDO**  
**EMPIEZAN LOS PLAYOFFS**

**TEMPORADA 2010 - 2011**

**SPACE**  
 EMOCIONES EXTREMAS  
[www.canal-space.tv](http://www.canal-space.tv)

ARGENTINA / BOLIVIA / CHILE  
 PARAGUAY / URUGUAY

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

MEXICO / CENTRO AMÉRICA  
 PAÍSES ANDINOS / CARIBE

• **LUIS BOLLIO**  
[luis.bollio@turner.com](mailto:luis.bollio@turner.com)  
 Tel: (5255) 5089-3556  
 Fax: (5255) 5089-6280

BRASIL

• **ANTHONY DOYLE**  
[anthony.doyle@turner.com](mailto:anthony.doyle@turner.com)  
 Tel: (5511) 6501-6700  
 Fax: (5511) 5507-7082

**S**  
spin

**WTF!**

**SERIES, MÚSICA, PELÍCULAS Y TENDENCIAS**  
¿NO TIENES SONY SPIN? SOLICÍTALO A TU SISTEMA DE TV PAGA

**EL  
NUEVO CANAL  
QUE TE  
PONDRÁ  
DE  
CABEZA**

**LOST GIRL**  
**MIÉRCOLES 10 PM**

 @SONYSPINLA  SONYSPINLA

SONY SPIN EL NUEVO CANAL PARA JÓVENES DE SONY ENTERTAINMENT TELEVISION

© 2011 SONY ENTERTAINMENT TELEVISION INC. ALL RIGHTS RESERVED. © 2011 SONY ENTERTAINMENT TELEVISION INC. ALL RIGHTS RESERVED. DE LA SERIE LA RESECCION TARDANOS DE OTHELINO, INC.



# MÉXICO: CRECIMIENTO, CONCENTRACIÓN, CONVERGENCIA

Las tres “C” de la actividad económica posmoderna se están volviendo a dar en el mercado mexicano, después de la crisis mundial del 2008 y una recuperación más lenta que en otros países latinoamericanos debido a las contingencias de la economía estadounidense. Hoy parecen superados estos avatares, se crece al 5% anual y México figura peleando por la posición estelar —con Brasil— en el área de la TV de paga; está en un proceso de reformulación de las telecomunicaciones, y aparece perfilado hacia un fuerte aumento de la penetración de la TV restringida y el acceso a la Internet, habiendo ya llegado a niveles de saturación en materia de telefonía móvil y estabilidad o suave crecimiento en telefonía fija, tras años de declive.

Las transformaciones presentes y futuras se han caracterizado por el intenso debate entre los participantes, y no han estado exentas de polémica las intervenciones de las agencias regulatorias; en el ámbito de las telecomunicaciones, además de la **Secretaría de Comunicaciones y Transporte (SCT)**, están la **Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel)**, la **Comisión Nacional de Competencia (CFC)**, conocida también como **Cofeco** y la **Procuraduría General del Consumidor (Profeco)**. En el centro de la polémica están el papel de **Telmex**, con su reiteradamente anunciado interés en



Carlos Slim, Telmex



Emilio Azcarraga Jean, Televisa

ingresar a la distribución de televisión; la participación de las demás telcos; el papel de los cableoperadores, proveyendo *Triple Play* y, desde este mes, *Cuádruple Play* en el caso de **TotalPlay**, de **Grupo Salinas** —ver nota aparte— y el anuncio de la posible licitación de una tercera y quizás cuarta cadenas de TV, en el marco de la conversión a digital de la TV analógica.

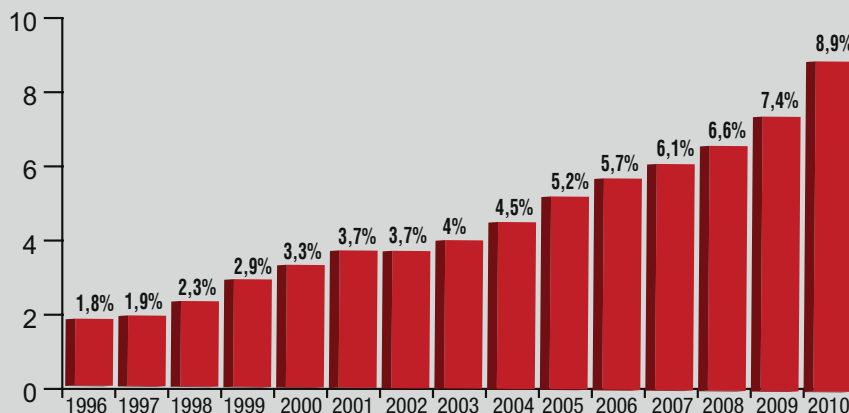
### FACTORES EN PUGNA

Aquí se conjugan dos factores en cierta manera contradictorios: por un lado, la potencia del mercado interno, la expansión al exterior —como la inversión de **Televisa** en **Univisión**, o las del **Carlos Slim** en Brasil y



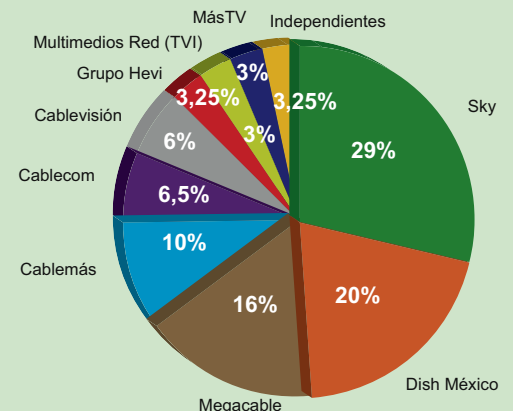
Mony de Swaan, titular de Cofetel

### MÉXICO: PENETRACIÓN TV DE PAGA - SUSCRITORES CADA CIEN HABITANTES (1996-2010)



Fuente: Cofetel

### MÉXICO: MARKET SHARE DE TV DE PAGA, POR OPERADORES (1T 2011)



Fuente: Empresas/Private Advisor

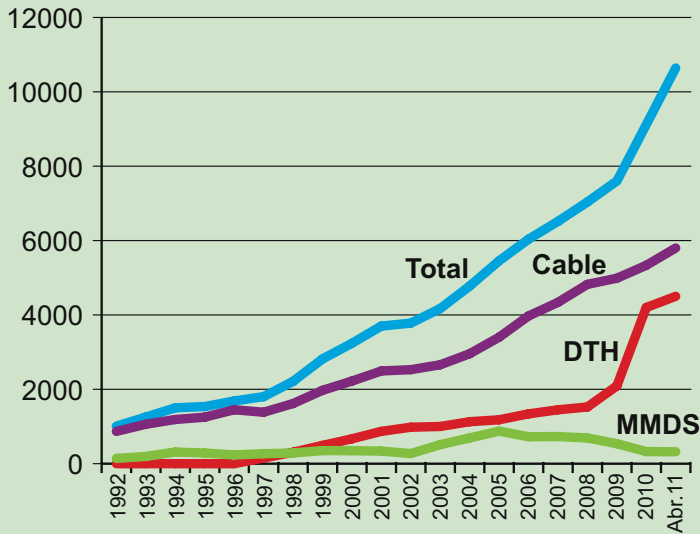




MÉXICO: CRECIMIENTO, CONCENTRACIÓN, CONVERGENCIA

MÉXICO: EVOLUCIÓN DE SUSCRIPTORES, POR TECNOLOGÍA (1992-ABRIL 2011)

Fuente: COFETEL



otros países— que ponen a México en el papel de una potencia regional, en la medida en que se asuman las responsabilidades del caso. Por el otro lado, y frenando los desarrollos, está la situación judicial por la cual gran parte de las decisiones del Poder Ejecutivo en telecomunicaciones son trabadas con amparos judiciales, al punto de contarse en más de mil las causas pendientes de juzgamiento, algunas de las cuales, como la multa de 1.000 millones de dólares impuesta por la CFC a **Telcel**, podrían tardar hasta cuatro años en

Corte Suprema dictaminó que las resoluciones de Cofetel quedarán en firme aunque la empresa afectada presente un amparo. Esto dio nuevo impulso a las resoluciones de arbitraje de la tasa de interconexión para llamadas telefónicas —ver reportaje a **Enrique Yamuni**, en esta edición— cuando exista desacuerdo entre las partes. La tasa fijada para este año por Cofetel está en los 39 centavos de peso por minuto, alrededor de 3 centavos de dólar, frente a los 95 centavos por minuto (8 centavos de dólar) acordados

resolverse.

En este sentido hubo dos grandes novedades en las últimas semanas: por un lado, el Congreso Mexicano reforzó las normas de defensa de la competencia y aprobó penas de prisión para quienes sean condenados por actos de monopolio. Por el otro, la

entre **Telefónica** y Telmex/Telcel.

**Telmex** puede esperar que estas medidas tengan una contraprestación: que se la autorice a distribuir televisión, algo prohibido por su título de concesión de 1991. Los cableoperadores agrupados en Canitec se oponen a esto, considerando que el poder de las empresas del Ing. Slim (que controlan el 80% de las líneas fijas y el 70% de las líneas móviles) podría llevarla a fijar tarifas predatorias que perjudicarían al cable. Los analistas creen que en esta época de convergencia ya no tiene sentido privar a Telmex de participar en el negocio de la TV, pero existe consenso acerca de la necesidad de garantizar el equilibrio del mercado.

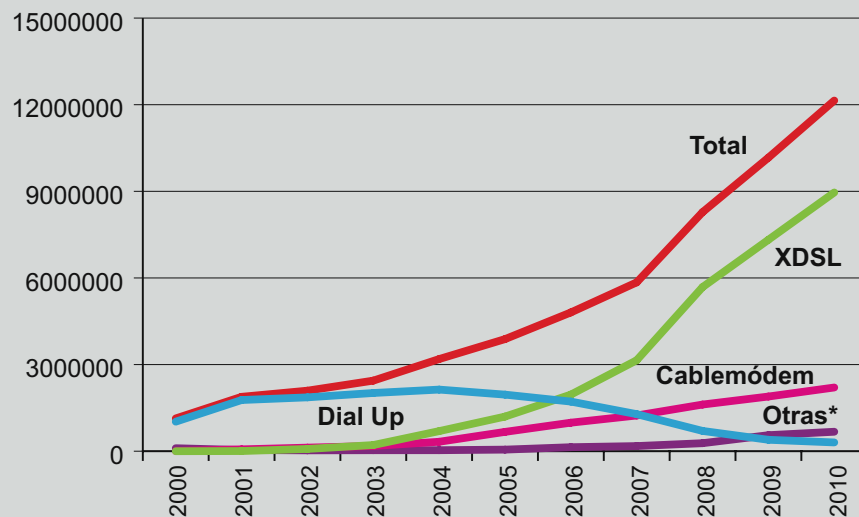
Mientras tanto, Telmex tiene un convenio de comercialización y cobranza de los servicios de **Dish México**, alianza de **MVS** y **EchoStar** de los Estados Unidos (ver nota aparte) y un acuerdo por el cual podría ingresar como socia si cambian las reglamentaciones. Frente a esto, Televisa ha adquirido, en 1,600 millones de dólares, el 50% de la telco **Iusacell**, controlada por Ricardo Salinas Pliego, quien también opera TV Azteca y otras empresas, como las tiendas Elektra. Televisa participa también, con Telefónica y **Megacable**, en el consorcio que comenzará a explotar dos fibras de la red de la Comisión Federal de Electricidad, la segunda en importancia en México, y ha sido autorizada a comprar la totalidad de las acciones de **Cablemás**, que será integrada a Cablevisión del DF y los otros activos de cable de Televisa.

LA TERCERA CADENA

La otra iniciativa que tiene conmocionada a la industria es el anuncio de la factibilidad de una tercera cadena de TV de alcance nacional, que sería adjudicada por licitación. Existiría lugar incluso para una cuarta cadena, pero es probable que el gobierno sea cauteloso al respecto. Para habilitar los “slots” hace falta la migración de las emisoras de TV analógica al espectro digital, proceso que el gobierno intentó acelerar (fijando 2015 en lugar de 2021 como plazo para el “apagón analógico”) pero que está suspendida por amparos judiciales presentados por empresas e instituciones que alegan que carecen de los fondos necesarios para la migración a digital. **Mony de Swaan**, titular de Cofetel, ha optado por seguir avanzando con el cronograma

MÉXICO: EVOLUCIÓN DE INTERNET

Fuente: COFETEL



\* Incluye tecnología ISDN, enlaces dedicados, satelital, MMDS y otros

# home & health

Discovery

Nueva cara, mismo canal.



Sabemos como te gusta estrenar, por eso tenemos un regalo para ti...

**Nuevo logo y nuevo look!**

Esperamos que lo disfrutes.

Lunes de Salud Martes de Relaciones Miércoles de Belleza Jueves de Hogar Viernes de Familia

Miami +1 (786) 273.4201 México (5255) 5249.8867 Argentina (5411) 4313.5005 Brasil (5511) 2138.9600





MÉXICO: CRECIMIENTO, CONCENTRACIÓN, CONVERGENCIA

anterior. Telmex anunció que, de lanzarse la licitación, consideraría presentarse a ella.

De hecho, aunque no se llegue a una tercera cadena nacional, la migración a digital pondría a disposición de la TV un considerable número adicional de “slots” para emisoras locales y regionales. Hasta ahorita ha existido el concepto de la necesidad del alcance nacional para tener fuerza competitiva con Televisa y TV Azteca, pero la convergencia con Internet y el avance de la TV paga, que llega al 36% de los hogares y sigue en aumento, no avalan que esto siga siendo cierto para el futuro.

CONVERGENCIA

El lanzamiento de TotalPlay, controlada por Iusacell, ha sido otro de los anuncios más interesantes de los últimos tiempos. Se trata de un sistema de fibra óptica al hogar que promete 250 canales, incluyendo los disponibles en HD, y acceso a Internet de hasta 100 Mbps. La meta de TotalPlay es llegar a los 100 mil suscriptores en el primer año y comienza en el DF y Toluca, luego se extenderá a ciudades como Cuernavaca, Mérida, Tijuana y Celaya, cubriendo las principales regiones del país para 2014.

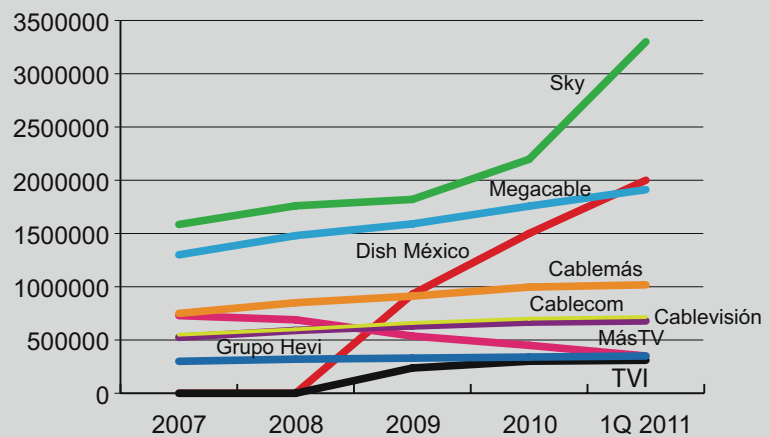
TV Azteca tiene además, sin novedades en los últimos tiempos, el sistema HiTV de canales digitales que operan con las frecuencias asignadas para la migración de los tres canales de aire de Azteca (7,13 y 40) y dejados libres por su compresión digital. Como otros tantos temas, HiTV está en los estrados judiciales esperando dictamen.

Buena parte de la estrategia de los principales cableoperadores para competir con Telmex ha estado centrada en Yo!, paquete de costo menor a la suma de los servicios comprendidos. La propuesta inicial irá evolucionando de acuerdo a los crecientes requerimientos de ancho de banda de los usuarios y las ofertas que hagan los servicios satelitales, no sólo DishMéxico sino también Sky, que ha llegando a los 3,3 millones de suscriptores (parte de ellos en América Central y el Caribe) con una agresiva oferta de servicios prepagos. El otro aspecto a considerar es que ya no basta ofrecer video para que un sistema de cable sea rentable —como señala Enrique Yamuni—, por lo cual la tendencia a la convergencia se hace más urgente.

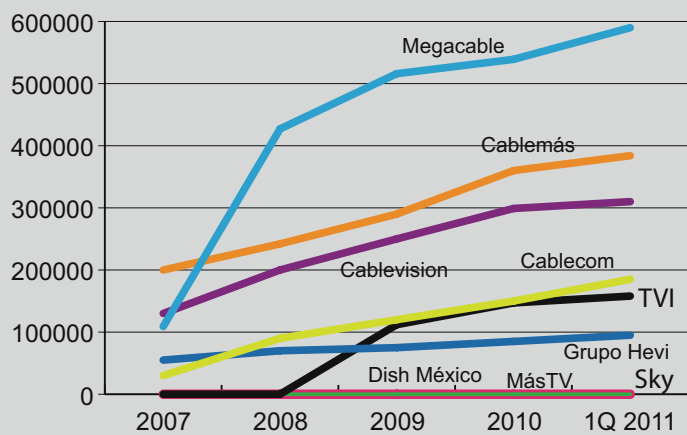
MÉXICO: SUSCRIPTORES DE VIDEO, INTERNET Y TELEFONÍA EN LOS PRINCIPALES OPERADORES

Fuente: Compañías / Private Advisor

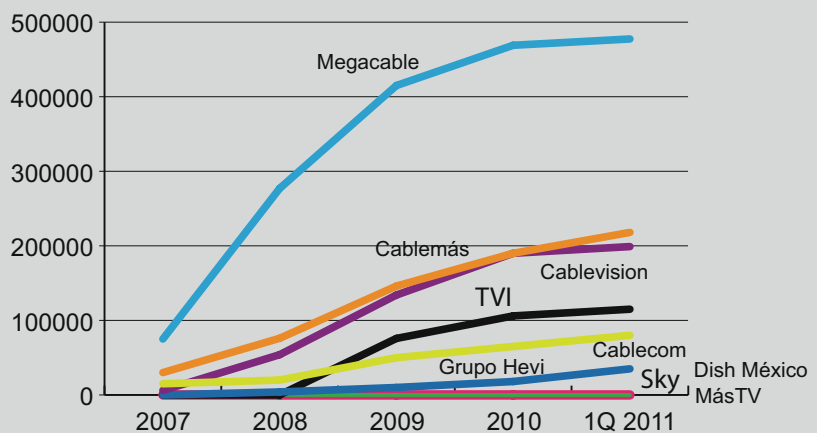
VIDEO



INTERNET



TELEFONÍA





**Disney & ESPN** Media Networks  
Latin America

AMÉRICA LATINA,  
AMÉRICA CENTRAL Y CARIBE

Tel: (5411) 5031-0800  
ventasafiliadosla@espn.com

BRASIL

Tel: (5511) 3677-7604  
marcello.zeni@espn.com

MÉXICO

Tel: (5255) 5258 - 1963  
arturo.flores@disney.com

ARGENTINA

Tel: (5411) 4311-3532  
Sebastian.lopez@espn.com



# MÉXICO: CRECE EL MERCADO PUBLICITARIO

Un crecimiento de 5% en la facturación publicitaria espera Aegis Media para 2011 frente a 2010 y un 6,5% en 2012 frente al año actual, en línea con la recuperación y expansión de la actividad económica general.

El informe señala que 'la confianza de los consumidores ha regresado al nivel anterior a la crisis de 2009 y, si no se producen declinaciones en el clima económico global, está garantizado el crecimiento por los próximos tres años.'

Para Aegis Media, México seguirá siendo un mercado publicitario donde prevalezca la televisión (con 68% de share del total) y se prevé una baja en la cuota de mercado de las publicaciones impresas, cuyas inversiones serán en parte transferidas a los medios digitales.

Se estima que el mayor crecimiento por rubro corresponderá a Productos de higiene personal, salud y cosméticos, seguido por Telecomunicaciones —pese al conflicto de Telmex y América Móvil con Televisa y TV Azteca— y Automóviles, dentro de una reestructuración de estrategias que alcanza a 'prácticamente todos los anunciantes' en función de la irrupción de los medios digitales, que en 2010 crecieron un 31% para alcanzar un share de 5%. Para 2011 se espera que alcancen un share de 6%.

Se subraya que 'la televisión no sólo no está perdiendo audiencias sino que el tiempo transcurrido frente al televisor está aumentando en promedio y la transformación se produce por 'la migración de TV abierta a TV de paga, donde se encuentran mayores opciones de programación'

Con respecto a los medios gráficos, el informe señala que existe una tendencia negativa, con unos pocos casos de circulación en aumento; pero, destaca que estos medios tendrán una gran importancia frente a las elecciones presidenciales de 2012, donde la propaganda en televisión estará limitada y controlada por el IFE.

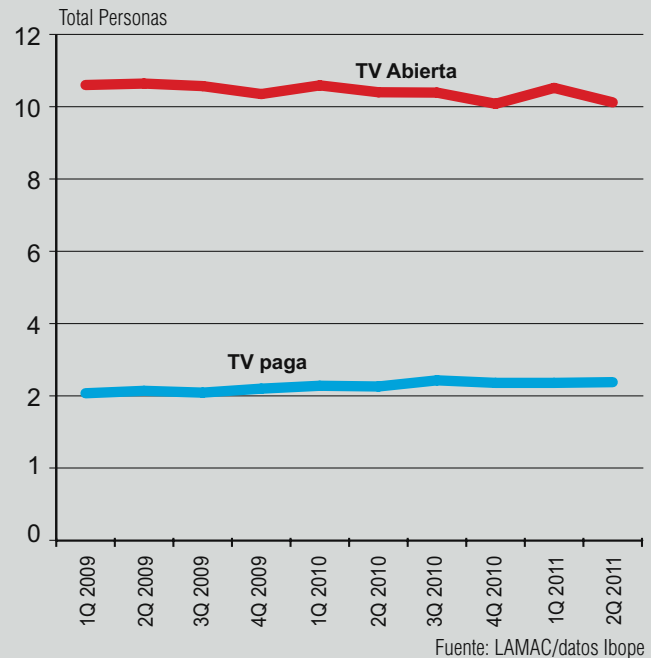
Un párrafo interesante es el dedicado a la publicidad en exteriores, desde que afirma que es 'el medio con mayor cobertura' y que 'su uso se va haciendo cada vez más diversificado', con 'nuevos materiales y tecnologías ofrecidos a los anunciantes', a la vez que la Ciudad de México ha modificado sus normas regulatorias, 'favoreciendo al futuro de la actividad'.

En materia de TV de paga, México está creciendo a pasos acelerados, compitiendo

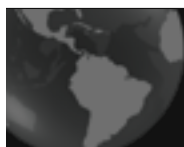
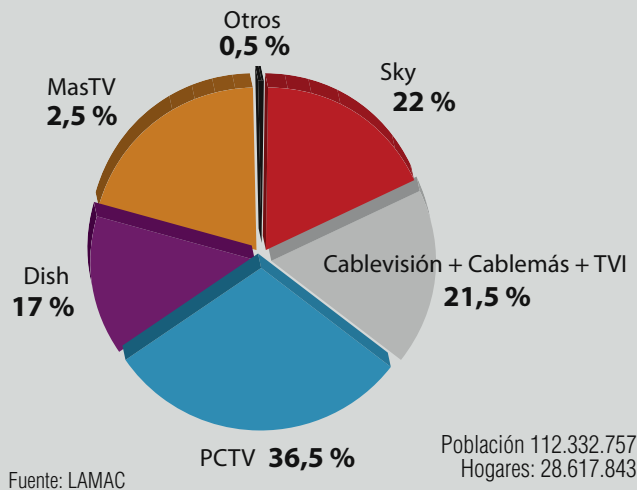
con Brasil por el galardón de ser el mercado más grande de América Latina. Para LAMAC, a fines de 2010 había 10,5 millones de suscriptores, en tanto Cofetel reconocía algo menos de 10 millones; la diferencia puede ser atribuida a la demora en recibirse los informes por parte de los operadores, y está dentro de los márgenes estadísticos de 5% admisibles en este tipo de evaluaciones. En cuanto a la importancia de los operadores dentro del mercado, LAMAC reconocía 36,5% a las empresas asociadas a PCTV, que incluyen a Megacable, con 1.73 millones de suscriptores; 22% a Sky, 21,5% a las empresas controladas por Televisa (Cablevisión DF, Cablemás, TVI Monterrey), 17% a Dish, 2,5% a MasTV y 0,5% a otros operadores.

En materia de audiencia y con datos de Ibope, LAMAC estimaba para el primer trimestre de 2011 que, en el rubro TV, la TV abierta tuvo un promedio de 10,12% del universo personas en la República Mexicana (112 millones de personas) y la TV de paga un 2,38%.

## AUDIENCIA PROMEDIO TV ABIERTA Y TV PAGA



## DISTRIBUCIÓN SUSCRIPTORES DE TV PAGA





# AGUA, LUZ, GAS, TABU, DEXTER Y KDABRA 2.

TRABAJAMOS PARA QUE  
LA TV PAGA SEA UN SERVICIO  
INDISPENSABLE.

Nuevas series, nuevas temporadas. Nuevas formas de conectarnos con tus suscriptores y transformarlos en fanáticos. Porque cuanto más amen a nuestros canales... más te amarán a ti.



ARGENTINA: (5411) 4101 1100 / CENTROAMERICA: (502) 2387 3700 / CHILE: (542) 790 6600 / COLOMBIA: (571) 410 2088  
MEXICO: (5255) 9138 4600 / VENEZUELA: (58212) 820 3200

**FOX** | LATIN AMERICAN CHANNELS   
**BRANDS WITH FANS**

# SKY: GRAN CRECIMIENTO DE SUS PAQUETES ECONÓMICOS

## CONSOLIDA LA OPERACIÓN EN CENTROAMÉRICA CON 160.000 ABONADOS



Alex Penna, director general



Más de 3,3 millones de usuarios ya están suscritos a Sky, el sistema de TV de paga que tuvo un crecimiento muy acelerado en los últimos meses. Alex Penna, director general de Sky, atribuyó el éxito al paquete VeTV, que aportó a los suscriptores una 'atractiva oferta' con mayor facilidad de acceso y flexibilidad.

'Es un segmento de mercado muy amplio que estaba desatendido: un sector popular que no contaba con TV de paga, pero que puede acceder gracias a este tipo de paquetes. Ofrecemos 41 canales, incluyendo los canales de TV abierta y las mejores señales de TV de paga. Tiene un precio accesible y brinda cierta flexibilidad económica. Es un paquete único en el mercado diseñado como prepago desde su origen, y disponible a US\$ 14,45 por mes', describió Penna a Prensario.

También es 'flexible con el suscriptor' que, si no cuenta con los recursos para hacer su recarga a 30 días, puede esperar un par de meses y su TV de paga no se cancela, sino que queda en "stand by". 'La combinación de un buen producto, un precio accesible y flexibilidad resultan en el éxito que tenemos', aseveró.

Además de ser líder del segmento DTH, Sky es la empresa de TV paga con más suscriptores de México. Penna comentó que la variedad

de ofertas es la 'clave' del éxito. Éstas incluyen paquetes económicos como VeTV, o modulares que permiten diversas combinaciones como MiSKY.

'Tenemos una oferta de TV paga completa con paquetes tradicionales, básicos y Premium con contenidos en exclusiva. Por ejemplo, MiSKY permite al suscriptor elegir los módulos que prefiera; puede incluir películas, canales de entretenimiento o infantiles, y cambiarlo cada mes de la forma que quiera', añadió

### FUERTE PRESENCIA EN CENTROAMÉRICA

Sky está presente también en Centroamérica, donde ha crecido en número de clientes pese a la competencia, tanto en cable como en DTH. En países como El Salvador, Panamá y Costa Rica, cuenta con cerca de 160.000 suscriptores, que son grandes espectadores de la Liga Española de Fútbol, uno de los contenidos exclusivos más fuertes de la compañía.

'En República Dominicana, las ventas se han impulsado gracias al lanzamiento reciente de un paquete económico similar a VeTV, pero que no es prepago. En el resto de Centroamérica se están estudiando las posibilidades de promover paquetes del mismo estilo para acelerar el crecimiento de la base de suscriptores en la región', resaltó Penna.

El año pasado, se lanzaron propuestas satelitales donde se insertaron canales locales de la mayoría de los países de la región. Así se mejoró la oferta de contenidos en Costa Rica, República Dominicana, Panamá, Honduras y El Salvador y se hizo más atractivo el producto, lo que repercutió en el crecimiento de la empresa en Centroamérica.

### DIFERENCIARSE DE LA COMPETENCIA

Respecto a sus competidores, Penna explicó que es 'difícil ofrecer una alternativa mejor'

a la de Sky: 'Dish, el principal competidor, comenzó a operar con un paquete limitado y muy económico (US\$ 12,74), pero la gran diferencia está en que no incluye las señales de TV abierta, como las de TV Azteca y Televisa. El resto de los paquetes están arriba de ese costo. Pero no se puede competir con nuestro paquete VeTV ya que ellos funcionan con el tradicional sistema de postpago, donde la señal se corta por incumplimiento con las cuotas'.

Además contó que próximamente Sky lanzará el servicio VOD, y está trabajando en el concepto de TV Everywhere, para la transmisión de contenidos que puedan visualizarse desde celulares, iPhones y iPads. 'Estamos trabajando para seguir distinguiéndonos. La competencia existe y debemos estar alertas, pues cada vez crece más dentro del mercado. También han evolucionado los servicios Triple y Cuádruple Play y hay nuevos jugadores como Dish y TotalPlay de Iusacell —ver nota aparte. Tenemos que estar preparados para competir y ajustar estrategias para seguir teniendo éxito en el negocio'.

### EL CRECIMIENTO CON HD

El año pasado Sky lanzó los canales en alta definición, que también se ha reflejado en un crecimiento significativo. El paquete actual cuenta con 21 canales HD y a los suscriptores a ese servicio se le ha agregado un plus de contenidos especiales como la Liga Española de Fútbol y la NFL en HD.

Además, ofrece un decodificador que permite ver en HD y grabar, para los que cuentan con el paquete Moviecity o HBO. Ahora, lanzará también una caja más económica sin disco duro que, si bien no permite grabar, se le puede conectar un disco duro externo para guardar los contenidos deseados. Con ello piensa ampliar su base de suscriptores.

Finalmente, Penna expresó: 'Es una maravilla cuando te acostumbras a ver contenidos en HD y difícilmente puedes volver a lo de antes. Hemos experimentado un crecimiento fuerte y seguiremos aumentando la base'.



La noticia del día véala en [www.prensario.tv](http://www.prensario.tv)

Síguenos también en Facebook y Twitter





TODO ESTA DICHO.



Para más información usa tu smartphone





# CABLEVISIÓN: MÁS HD, MÁS ON DEMAND Y FIBRA ÓPTICA EN 2011



SE CONSOLIDA COMO LA CUARTA FUERZA DEL MERCADO



Guillermo "Memo" Salcedo

**Cablevisión** de México, operador de cable del **Grupo Televisa**, cerró el primer trimestre del año con aproximadamente 680.000 clientes de TV de paga, 310.800 de Internet de banda ancha, y cerca de 200.000 de telefonía, mostrando un incremento del 6.9%, 18.8% y 32.3%, respectivamente en comparación con 2010.

En reportaje a **PRENSARIO**, **Guillermo "Memo" Salcedo**, director de Mercadotecnia de **Cablevisión**, explicó que la operación ha tenido un 'buen comienzo de año', creciendo en la oferta de canales HD, VOD y VOD HD, además de la apuesta por aumentar en velocidades de Internet.

Uno de los anuncios más importantes es la nueva tecnología **Fiber Deep** (*Fiber To The Curb*) con la cual el operador está modernizando su red y acercando la fibra óptica al hogar del cliente para brindar una mayor capacidad del servicio de Internet y nuevos servicios, de manera rentable. 'Hoy ofrecemos paquetes con 20 megas en Ciudad de México, y estamos probando velocidades de más de 100 megas en laboratorio, con esta fuerte apuesta tecnológica', aseveró Salcedo.

## CANALES HD Y VOD

Lanzado desde 2005, **Cablevisión** ha sido uno de los pioneros en el servicio HD y VOD en Ciudad de México. Actualmente cuenta con 32 señales HD, entre ellas, **ESPN HD, HBO HD, Moviecity HD, MGM HD, TLC HD, Discovery Theater HD, MTV HD, CNN HD** y los canales abiertos de Televisa más **TDN HD** y **Golden HD**.

Los nuevos paquetes *Yoo* de **Cablevisión** incluyen HD sin costo adicional, aunque los suscriptores también pueden tener HD a la carta agregando *HDPack Value* o *Premium* a su paquete actual. Los paquetes *HDPack Premium* incluyen 29 canales HD y el videograbador DVR con sintonizador dual en HD desde 195 pesos por mes (16,5 dólares, aproximadamente) y *HDPack Value*, con 29 canales HD desde \$99 pesos por mes (8,5 dólares, aproximadamente). Ambas cajas son **Motorola**.

La variedad de contenidos en VOD es un diferencial del operador: 'Contamos con 5.000 horas de contenidos On Demand, de los cuales un 60% se renueva mensualmente. También ofrecemos VOD en alta definición, con películas de Hollywood, cine independiente y contenido del prime time de los canales de Televisa, que se suman al fútbol local'.

Los géneros que más solicitan los suscriptores son el "Catch Up TV" (permite ver capítulos de telenovelas y series, que ya se emitieron en TV) de los programas producidos por Televisa, películas, contenidos para la familia y niños, y programación adulta.

'Estos servicios de valor agregado nos permiten diferenciarnos en el mercado mexicano, ofreciendo una combinación única de producto a un precio muy accesible. La relación precio-calidad continúa siendo nuestro gran diferencial frente a la competencia', subrayó.

De acuerdo a Salcedo, el VOD ha aportado una experiencia 'magnífica' a la compañía, creciendo no sólo en la cantidad de suscriptores, sino también en el número de compras y, por lo tanto, de ingresos.

'La apuesta de Cablevisión es hacia la no linealidad de los contenidos, siempre y cuando se pueda, ya que hay géneros que no lo permiten (noticias, por ejemplo). En el DF mexicano hay poco tiempo para ver TV y, sobre todo, llegar a casa a tiempo para asistir a los programas que más nos gusten. Por eso el VOD es una oferta que ha sido tan bien aceptada por los usuarios', completó.

**Cablevisión** también ofrece PPV (denominado Pago Por Evento, PPE) y aunque Salcedo considera que el VOD 'es un producto sustituto' para la mayoría de los contenidos que se pueden ofrecer en PPE, remarcó que los deportes como peleas, partidos y programación para adultos seguirán ofreciéndose en Pago por Evento debido a la naturaleza de la forma de consumo de estos contenidos. Las películas de estreno en *Cablevisión On Demand* tienen regularmente un precio de 40 pesos mexicanos (3,4 dólares) mientras que en PPE tienen un precio de 36 pesos (3,10 dólares).

## EL MERCADO MEXICANO

Junto con Brasil, México se ha consolidado como los mercados latinoamericanos de mayor crecimiento en el área de telecomunicaciones, totalizando más de 10 millones de clientes de TV de paga, e incrementándose la competencia con nuevos operadores, que ya ofrecen servicios empaquetados de *Triple* y *Cuádruple Play*.

Salcedo destacó: 'El mercado de telecomunicaciones mexicano es el más atractivo de la región junto con Brasil, y se espera un fuerte crecimiento en los próximos 5 años. Históricamente ha sido un mercado competitivo, pero en los últimos meses ha mostrado un dinamismo increíble'.

Desde comienzos de 2011 se han lanzado nuevos operadores: 'Estamos seguros de lo que ofrecemos al cliente y por qué nos eligen. Competimos desde hace mucho tiempo con importantes jugadores y no hemos visto nada nuevo bajo el sol. Afortunadamente es una competencia sana en un mercado bien regulado', finalizó Salcedo.

# SPARTACUS

GODS OF ARENA

cuando quieras, como quieras.

Somos el primer canal de servicios a demanda, creado para que nuestros suscriptores disfruten lo mejor de nuestro contenido de la manera que quieran y a través de la plataforma que elijan. Porque así es como todos quieren entretenerse hoy.

moviecity  
play ▶

moviecity  
moviecity.com

moviecity moviecity moviecity cityvibe citymundo citymix cityfamily citystars





# MULTIMEDIOS REDES (TVI) DE MONTERREY: DIGITALIZACIÓN, HD Y DVR

SINERGIA CON EL GRUPO TELEVISIÓN CON EL YOO



Jorge Azzario, director general

‘Multimedios Redes (TVI) tuvo un gran 2010, donde logró los mejores crecimientos porcentuales de la industria en RGUs, destacando un crecimiento de 41% en telefonía fija, 28% en ingresos y 26% en EBITDA, incluyendo las empresas filiales que aún no consolidan sus resultados con TVI.’

Jorge Azzario, director general de Multimedios Redes (TVI) de Monterrey describió a PENSARIO el balance 2010 y añadió: ‘Ha sido especialmente exitosa nuestra estrategia de expansión regional, apoyada por grandes inversiones en plataformas y nueva cobertura.’

En relación a 2011, el directivo dijo que se ha iniciado ‘con mucho dinamismo comercial’ y que está viendo oportunidades ‘muy claras’

en nuevos segmentos de negocio. ‘Para ello lanzaremos nuevas velocidades para Internet así como una gama nueva de paquetes de video para varios segmentos del mercado. La telefonía fija ha visto desplazado su tráfico fijo-móvil hacia las redes sociales, por lo que estaremos presentando algunos servicios interesantes en este sentido.’

‘Las estrategias de empaquetamiento siguen dando excelentes resultados, con un especial crecimiento en el *Doble Play* de video-telefonía. Hacia la segunda mitad del año veremos nuevas ofertas aún más competitivas, así como otras orientadas a empaquetar contenidos especializados de video para los segmentos de mayor consumo’, agregó.

## DIGITALIZACIÓN, HD Y DVR

Azzario destacó que Multimedios Redes comenzó un ‘ambicioso’ proyecto para que sus ofertas de video lleguen al mercado a través de plataformas digitales en todas las poblaciones de la región: ‘Apalancados en nuestras redes regionales de fibra óptica y con la llegada de nuevas tecnologías, estamos llevando los contenidos digitales a todas las televisiones del hogar, algo que hoy solamente lo hacemos *Cablevisión* en el Distrito Federal y nosotros en Monterrey. La estandarización de plataformas nos está permitiendo operar a tasas más rentables de retorno sobre nuestros activos.’

En referencia al HD y DVR, aseveró: ‘2011 será en año en el que la industria de televisión de paga finalmente verá despegar la penetración de los servicios HD y DVR en México. Nuevas cajas digitales, nuevos contenidos y también un entorno más competitivo está provocando esta interesante alineación de factores que seguramente enriquecerán la oferta de entretenimiento para el usuario final.’

Y pronosticó para el año que viene: ‘Seguramente 2012 continuará con un crecimiento acelerado en las ofertas de HD y otros servicios diferenciados de video que compitan mejor contra las ofertas de la televisión satelital.’

## SINERGIAS CON EL GRUPO TELEVISIÓN

La sinergia ‘más importante’ con el **Grupo Televisión** sigue siendo, de acuerdo a Azzario, la plataforma comercial de **Yoo**, que opera junto a **Cablevisión**, **Cablemás** y **Megacable**.

‘Los movimientos que Grupo está haciendo en el segmento móvil, así como los que regionalmente estamos llevando adelante los diferentes operadores permitirán una integración natural de ofertas móviles para nuestros mercados. La reciente adquisición de **Cablevisión Saltillo** le dará a TVI un importante impulso, más allá de convertirlo ahora en el quinto operador de cable del país. Y presentará importantes oportunidades de sinergias operativas en una plaza estratégica en la región’, finalizó.

## MÉXICO: SCT NO PUEDE MODIFICAR TÍTULO DE TELMEX, DICE CANITEC

La **Cámara de la Industria de Telecomunicaciones por Cable de México (CANITEC)** afirma que la **Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)** ‘no puede modificar el título de concesión de Telmex’, tal como le ha sido exigido definir por fallo judicial.

La Cámara argumenta que Telmex ‘evidentemente no ha cumplido’ con sus obligaciones de interconexión; que ‘se encuentra en franco incumpliendo de diversas

obligaciones de su título de concesión’; que no ha sido expedido el **Convenio Marco de Interconexión** a que obliga el **Acuerdo de Convergencia** firmado en 2006, y que no ha sido consultada la **Comisión Intersectorial de Gasto Público, Financiamiento y Desincorporación**, para que ‘determine el monto de la contraprestación que deben recibir las arcas públicas por la modificación del título de Telmex’.

Canitec critica la gestión de la SCT y la **Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel)** y demanda ‘pleno apego a la Ley’, señalando que ‘esta cámara y sus representantes harán valer todos los recursos legales en México y en la esfera internacional’ para ‘hacer cumplir la Constitución, las leyes federales y los tratados internacionales’ y denunciará ‘cualquier intento por pasar encima de éstas’.

# TAKE NEW YORK

CONQUISTARON L.A., TOMARON MIAMI, AHORA LE TOCA A NEW YORK

KOURTNEY & KIM



ESTRENA TODOS  
LOS JUEVES DE MAYO

**22:30 HRS (MEX)**

**E**  
EONLINELATINO.COM  
@EONLINELATINO

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



## ENRIQUE YAMUNI: "YA QUEDAMOS POQUITOS"



Enrique Yamuni

Agudo observador y activo participante de la realidad de la TV de paga en México, Enrique Yamuni Robles viene platicando desde hace años con Prensario acerca de las novedades y experiencias de la industria en éste, uno de los dos mercados más importantes de América Latina, como ingrediente principal de esta edición Canitec 2011.

‘El mercado mexicano se está concentrando, y ya quedamos poquitos. Televisa aglomera Cablevisión, Televisión Internacional y Cablemás. Ernesto Tinajero, de Cablecom, ha comprado el club de fútbol Querétaro. Quedamos Héctor Vielma y nosotros. Todavía va a haber más consolidación, por lo que viene pasando en el ambiente de las telecomunicaciones. Nosotros somos consolidadores, tenemos buena tecnología y ofrecemos un buen servicio a nuestros clientes. Los sistemas que están en problemas son los que ofrecen un solo tipo de servicio, los que no son digitales. Cuando están “a tiro de fibra” de nosotros podemos considerar incorporar los, como hicimos con Omnicable, en el norte de nuestro país y la frontera con Arizona.’

### MERCADO EN EXPANSIÓN

‘No creo que, después del descenso en los

precios causados por la competencia con los servicios satelitales, sigan bajando más. Con la mejoría y estabilización de los ingresos de los usuarios, estamos aumentando las “unidades generadoras de ingresos”, calculamos que en 200 mil y hasta más en el año. Para este 2011 esperamos que el número de suscriptores de video aumente de 5 a 6%, los de telefonía un 10% y los de Internet un 15%. Donde más se está trabajando es en la mejora de los anchos de banda que se pueden ofrecer a los usuarios de Internet y en la digitalización de los servicios



de video, con una meta importante: después de digitalizar medio millón de suscriptores en 2010, llegaremos al millón en 2011 y la meta es 1,5 millones en 2012. Esto significa que tendremos que el 70% de los abonados de video serán 100% digitales, y es importante porque nos permitirá ofrecer mejor ancho de banda y eliminará la piratería, que es mucho más intensa cuando el servicio es analógico. La autoridad no hace nada por combatir esa piratería.’

En 2010 lanzamos Megared y ahora nuestro servicio Nitro, de acceso a Internet, pasará de 10 Mbps a 20 Mbps, a la vez que estamos subiendo a 5 Mbps los que han estado recibiendo 2 Mbps, y a 10 los de 5. Como referencia, Telmex ofrece sólo hasta 5 Mbps y eso en áreas seleccionadas.’

### LAS TASAS DE INTERCONEXIÓN

‘De todos modos, las tasas de interconexión siguen siendo un problema para el desarrollo de la telefonía, especialmente en el caso de llamadas de un teléfono fijo a un celular. No podemos bajar la tarifa cuando la tasa de interconexión es de un peso por minuto y debieran ser 40 centavos por minuto. Telmex no va a bajar esto voluntariamente, porque para ellos representa un ingreso muy importante, en el orden de 2 mil 500 millones de dólares

por año; en las áreas de servicio local (ASL) hay un sistema “bill and keep” por el cual no se efectúan pagos, pero hay muchas zonas de “acceso no igualitario” (“no Equal Access”) donde hay que pagar 75 centavos de peso por minuto, cuando a un cliente de Telmex se le cobra en total 50 centavos por una llamada similar. Y esto, aunque yo tenga infraestructura con telefonía local, porque Telmex trabaja con la identificación del origen de la llamada y me cobra la tasa mayor aunque yo le entregue la llamada localmente.’

### LA RED DE LA CFE

Con respecto al comienzo de la utilización de la red de telecomunicaciones de la Comisión Federal de Electricidad, parte de la cual Megacable explotará en consorcio con Telefónica y Televisa, el Ing. Yamuni explica que ello sucederá en agosto: ‘Nos va a permitir mejorar los servicios actuales, ser más competitivos, enlazar todas nuestras ciudades y centralizar los servicios de video, ahorrando en cabeceras, eliminando los “clusters” y simplificando la operación. Sin esta red sería difícil lograrlo. El uso de la red de la CFE nos permitirá aumentar nuestra eficiencia con una menor inversión en infraestructura.’

Con respecto a los resultados y proyectos alrededor de Yoo, el servicio con marca unificada que prestan Megacable y los cableoperadores afiliados a Televisa, ‘ante la competencia satelital, estamos cambiando la estrategia y desarrollaremos una estrategia para la gente que considera que no tiene el dinero como para suscribirse a los tres servicios y en cambio puede utilizar uno de ellos. En aquellos lugares donde tendremos digitalizados al 100% de los suscriptores vamos a poder ofrecer “Internet desnuda”, porque cuando hay canales analógicos es posible acceder desde la conexión de Internet a los canales de video; en digital estamos protegidos contra esto. Y, al que compre Internet, le daremos Megafón Cero, un servicio de telefonía por Internet que le permitirá recibir llamadas en forma gratuita, pagando sólo por las que efectúe.’





**casa**  
c l u b • t v

# UNA PROGRAMACIÓN HECHA A LA MEDIDA PARA LA MUJER DE LATINOAMÉRICA

LA FUERZA FEMENINA, LA INSPIRACIÓN Y LA TRANSFORMACIÓN  
A TRAVÉS DE IDEAS Y PROYECTOS ORIGINALES Y CREATIVOS ESTÁN EN CASA.  
MÁS QUE UN CANAL DE TELEVISIÓN, CASA CLUB TV ES UN PUNTO  
DE ENCUENTRO DE LA MUJER QUE OFRECE INFORMACIÓN, ENTRETENIMIENTO  
Y QUE AYUDA A MEJORAR SU VIDA.

Marcello Coltro, Vicepresidente Senior de Ventas y CMO - [mcoltro@mgmlatino.com](mailto:mcoltro@mgmlatino.com) - Tel: (13-05) - 648-5226  
Ricardo Montagnana, Director Senior de Mercadeo - [rmontagnana@mgmlatino.com](mailto:rmontagnana@mgmlatino.com) - Tel: (1-305) - 648-5246  
Carlos A. Dellocchio, Dir. de Ventas de Afiliados para América Latina - [cdellocchio@mgmlatino.com](mailto:cdellocchio@mgmlatino.com) - Tel: (54-11) - 5291-6248



## DISH MÉXICO: FUERTE CRECIMIENTO



Ernesto Vargas y José Luis Woodhouse



El servicio satelital de televisión **Dish México**, sociedad de **MVS Comunicaciones** con **EchoStar** de los Estados Unidos, es uno de los emprendimientos más exitosos —y más polémicos— de México en los últimos años. En tanto, sigue creciendo y tiene como meta multiplicar su llegada en los próximos años, con

proyecciones que varían pero están expresadas invariablemente en millones.

Dish Mexico se origina como consecuencia de un acuerdo de MVS, que operaba el servicio inalámbrico **MásTV**, con la proveedora de servicios satelitales EchoStar de los Estados Unidos, que lleva **Charlie Erguen** y viene de comprar la quiebra de las tiendas de video Blockbuster en la Unión Americana.

MásTV había llegado a más de 800 mil suscriptores con un servicio básico de 15 canales más canales Premium opcionales, pero tuvo el inconveniente de quedar en desventaja en materia de oferta de canales frente a **Sky** y en su momento **DirecTV**, hasta el 2007.

Saltar al satélite permitió ofrecer 30 canales básicos a un precio inferior al de la industria

del cable y Sky. **Ernesto Vargas**, CEO de MVS Comunicaciones, señaló en su momento a **PRENSARIO** que la idea 'no es competir con el cable o Sky sino llegar a un público intermedio entre la TV abierta y la de paga, familias cuyos recursos no le permiten suscribirse al cable o satélite'.

Las estimaciones sobre la dimensión actual de Dish Mexico varían según la fuente, entre los 2,2 y 2,8 millones de suscriptores, y las previsiones para 2015 llegan a los 6 millones. Algunos analistas predicen que el futuro de la TV de paga está en el DTH y que las transmisiones satelitales tendrán suscriptores más que el cable, lo cual no serían malas noticias tanto para Dish Mexico como para Sky, cuya cuota de mercado está igualando en la actualidad a la del cable, fenómeno similar al de Brasil.

MVS es una poderosa creadora de contenidos, con varios canales como **52MX**, **Multipremier**, **Exa**, **Cine Latino**, **MC** y **Zaz**, además de la representación de **Antena 3** de España.

**¡Te echarán porras!**

La simplificación y flexibilidad de las guías de Passport®, y el reconocimiento al consumidor, ¡los convertirá en tus más leales fanáticos!

Passport guides ShowRunner VOD application interactive applications entertainment metadata

Para mas información, contacte a Karl Misling:  
702.480.2478 / karl.misling@rovicorp.com

**rovi**

# PERSONALIDADES QUE CONVIERTEN HECHOS REALES EN HISTORIAS INCREÍBLES.



El Último Samurai

Películas



Iconoclastas

Documentales



Extreme Makeover:  
Home Edition

Realities

TM & © 2013, WARNER BROS. Entertainment Group, Inc. con copyright de Time Warner. Todos los derechos reservados.



**INFINITO**  
REALIDAD QUE SUPERA LA FICCIÓN.

## TOTALPLAY, NUEVO SERVICIO CUÁDRUPLE PLAY DE IUSACELL

PLANEA LLEGAR A 100 MIL HOGARES A FINES DE AÑO



Ricardo Salinas Pliego en plena alocución. Dijo que alcanzará 300.000 clientes en 2012

**TotalPlay**, servicio de Cuádruple Play operado por la telco **Iusacell**, se relanzó a comienzos de este mes en el DF mexicano con una renovada oferta de video, Internet, telefonía + telefonía móvil y red FTTH propia, que involucró una inversión de más de 7.000 millones de dólares.

**Ricardo Salinas Pliego**, titular del **Grupo Salinas**, participó en el lanzamiento junto con **Samer Salameh**, director general de **TotalPlay**, y destacó: 'Se concreta hoy un sueño que he tenido desde hace 10 años. Lo veíamos venir, pero por distintas circunstancias de índole tecnológico, de costos, de mercado, debimos aplazarlo hasta ahora. **TotalPlay** ofrece conectividad total y nos permita competir en el mercado con **Sky** y **Cablevisión**'.

La compañía hizo una prueba para 5.000

clientes, a los que le ofrecieron el equipo y 'quedaron muy conformes', dijo Salinas Pliego. 'Para los próximos dos años esperamos un crecimiento modesto, planeando llegar a 100.000 hogares en 2011 y 300.000 en 2012', agregó.

Tras una primera etapa en el DF y Toluca, se extenderá el servicio a ciudades como Cuernavaca, Mérida, Tijuana y Celaya, cubriendo las principales regiones del país para 2014.

### GRAN INVERSIÓN EN FIBRA ÓPTICA

La mayor parte de la inversión se ha hecho en el tendido de la red de fibra óptica hasta el hogar, 'la clave del servicio' de acuerdo a **Salinas Pliego**. Esta permite accesos a Internet de hasta 100 Mbps y una variedad de 250 canales de televisión y video, de los cuales 35 son en alta definición y películas *On Demand*, además de telefonía fija y móvil, esta última utilizando la red 4G de **Iusacell**.

En relación a la telefonía fija, Salinas Pliego aseveró que ofrece la tarifa 'más baja del mercado' en llamadas locales, nacionales e internacionales (Estados Unidos y Canadá), con el valor agregado de poder enlazar (por primera vez en México), llamadas del televisor al teléfono.

En reportaje a **PRENSARIO**, Salameh explicó que el servicio fusiona dos necesidades tecnológicas, la de telecomunicaciones con la de entretenimiento, creando así el concepto de



Ricardo Salinas Pliego, presidente del Grupo Salinas, y Samer Salameh, director general de TotalPlay

*infotainment*.

'Una gran ventaja para la expansión de su base de clientes es que está dirigido a todos los nichos del mercado', dijo Salameh, y añadió: El servicio de **TotalPlay** apunta a todos los segmentos socioeconómicos, con paquetes que van desde 499 (43 dólares) a los 1399 pesos mexicanos (121 dólares)'.

### IUSACELL

**Iusacell** es ahora un joint-venture entre el **Grupo Salinas** y el **Grupo Televisa**, en el que este último recientemente invirtió 1.600 millones de dólares por el 50% de las acciones de la compañía. Actualmente es una empresa de telecomunicaciones con presencia en casi la totalidad del territorio de la República, totalizando 4 millones de clientes móviles.

## MOVIECITY ESTRENÓ SPARTACUS: GODS OF THE ARENA

Después del éxito de repercusión mundial que representó la serie *Spartacus: Blood and Sand*, **Movicity** estrenó el pasado 8 de mayo en exclusiva para América Latina su precuela, *Spartacus: Gods of the Arena*, que narra cómo era la vida de los personajes más importantes antes de la serie original.

A lo largo de seis capítulos que se emitirán por la señal Premium, *Spartacus: Gods of the Arena* muestra cómo crece la casa de gladiadores para dar origen al mito de Spartacus. Se conocerá la vida de los personajes principales antes de *Blood and Sand*: el dueño de la escuela, Batatius (protagonizado por John Hannah), su ambiciosa y bella esposa Lucretia (encarnada por Lucy Lawless), el valiente gladiador Gannicus (Dustin Clare), a su mejor amigo y entrenador, Oenomaus (Peter Mensah, de 300), a su mujer Melitta (Marisa Ramirez) y al esclavo que logra vencerlo, Crixus.



*Spartacus: Gods of the Arena*

NEW YORK ES DEMASIADO GRANDE  
COMO PARA QUE SE SEPA TU SECRETO.

# GOSSIP GIRL

NUEVA  
TEMPORADA.  
24 DE MAYO  
21 HS.



**Ventas Afiliadas:**  
Región Sur  
(0054) 11 4318-3100  
Defensa 599, 2° piso  
Buenos Aires, Argentina

**glitz\***

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





## CABLECOM: 'EL TRIPLE PLAY NOS PERMITE AFRONTAR EL NUEVO ENTORNO COMPETITIVO'

'2010 fue año de consolidación, retos y acciones específicas para **Cablecom**, como consecuencia de elementos tanto internos como de mercado. A nivel externo, el mercado de televisión de paga continuó mostrando mayores niveles de competencia, centrada principalmente en precios y ejercida tanto por plataformas de TV satelital como por cable.'

**Ernesto Tinajero**, director general de Cablecom, añadió a PENSARIO que en 2010 la compañía tuvo cambios en 'todos los niveles': inversiones, producto y campañas de mercadeo. 'Las inversiones mejoraron sustancialmente nuestra estructura de costos en servicios de Internet y telefonía en sus principales plazas.'

'Fue el elemento clave para el rediseño de la mayoría de los paquetes *Doble y Triple Play*, los cuales nos permiten afrontar el nuevo entor-

no competitivo y económico del país.'

'Con un crecimiento totalmente orgánico, Cablecom continuó creciendo durante 2010 en cada una de sus líneas de servicios aumentando la cantidad de suscriptores de video en un 5%, de digital en 10%, de Internet en 26% y telefonía en 27%. Nuestros RGU se incrementaron en más de 50 mil unidades, lo cual representó un crecimiento del 7%', subrayó Tinajero.



Ernesto Tinajero

### INVERSIONES

La red bidireccional de la compañía pasó de ser el 59% en 2009 al 65% en 2010, lo que le permitió al operador lograr niveles de bidireccionalidad mayores al 70% en varias regiones y un incremento del 15% de casas pasadas bidireccionales.

'Adquirimos una nueva plataforma digital que nos permitirá optimizar el ancho de banda y mejorar la calidad en servicio de video. Podremos contar con tecnología IPTV y entregar señales a cabeceras remotas, a la par de permitirnos ofrecer servicios HD, VOD y PPV por impulso.'

'**Metrored**, nuestra unidad de negocios de telecomunicaciones y servicios de valor agregado, comenzó a ejecutar el año pasado un plan de crecimiento de redes de larga distancia que le permitirá llegar a la mayoría de las plazas de alto potencial comercial de la República Mexicana, estrategia fundada tanto en el beneficio de Metrored como en todas las posibles sinergias ligadas a Cablecom.'

### EL MERCADO MEXICANO

'Telecomunicaciones y televisión de paga siguieron presentando la mayor participación del sector de tecnología, servicios y telecomunicaciones en su conjunto, con aproximadamente, 50% de la participación del mismo', resaltó Tinajero.

Y añadió: 'En el caso específico de televisión de paga, el entorno competitivo presentó a los mismos participantes que en 2009 más la incorporación de **TotalPlay** con su solución de "fibra hasta casa", en algunas zonas del Distrito Federal y áreas conurbadas del mismo con el Estado de México.'

'La fuerte competencia en el sector resultó en una tendencia hacia la baja de los precios, ofreciendo productos con menor cantidad de canales, presionando al tradicional producto básico, no sólo de Cablecom sino del total de competidores.'

'La respuesta por parte de los proveedores satelitales fue la creación de paquetes acorde al poder de gastos de los niveles socioeconómicos menos favorecidos, afectando a la mayoría de los operadores por cable quienes sufrieron ajustes a la baja en básico. No obstante ello, Cablecom, a través de una política comercial caso a caso, logró moderar significativamente dicho efecto.'



UEFA  
CHAMPIONS  
LEAGUE



**WEMBLEY**

LONDON FINAL 2011

Sábado 28 de Mayo

EN VIVO Y EN ALTA DEFINICIÓN SÓLO POR...

**FOX**  
sports

FOXsportsHD

VENTAS DE AFILIADOS: FERNANDO ITURRIAGA: 954-509-8956 (MIAMI, FL.)



# TELMEX-AMÉRICA MÓVIL: CRECEN INTERNET Y TELEFONÍA MÓVIL, CAEN LAS LÍNEAS FIJAS

231 MILLONES DE CLIENTES MÓVILES, 13,6 MILLONES DE BANDA ANCHA Y 10,8 MILLONES DE TV DE PAGA EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2011



**Teléfonos de México** (Telmex), la telco controlada por el Ing. Carlos Slim, obtuvo ingresos por 27 mil 547 millones de pesos mexicanos (2 mil 365 millones de dólares) durante el primer trimestre de 2011, mostrando una disminución del 3,63% respecto al mismo trimestre del pasado, de acuerdo a su primer reporte financiero del 2011.

De acuerdo al mismo documento, 'los ingresos de línea fija tuvieron una contracción ya que el incremento en ingresos por datos y redes corporativas no fue suficiente para compensar la baja en los ingresos de voz fija'.

Telmex totalizó en este período 15,5 millones de líneas fijas (12,5 residenciales, 1,5 en zonas rurales, 727.000 de telefonía pública y 862.000 prepago), una caída del 1,6% frente al mismo período de 2010. También 7,56 millones de accesos de Internet de **Infinitum** (banda ancha) y 84.000 de **Prodigy** (dial-up).

El reporte trimestral dedica un apartado a la interconexión, donde señala que el tráfico totalizó 10 mil 433 millones de minutos, es decir una caída del 1,5% frente al primer trimestre de 2010 como resultado de la reducción del 2% del tráfico de interconexión con otros operadores locales y de larga distancia, y por la disminución del 6,4% en el tráfico asociado con los servicios de 'el que llama paga'.

## TELCEL

Mientras que Telmex mostró una caída en

líneas e ingresos en el primer trimestre de 2011, la operadora de telefonía móvil **Telcel**, del grupo **América Móvil**, creció un 5% en ingresos, totalizando 37 mil millones de pesos mexicanos (3.175 millones de dólares) y sumando 1,5 millones de abonados, un 38,2% frente a marzo de 2010.

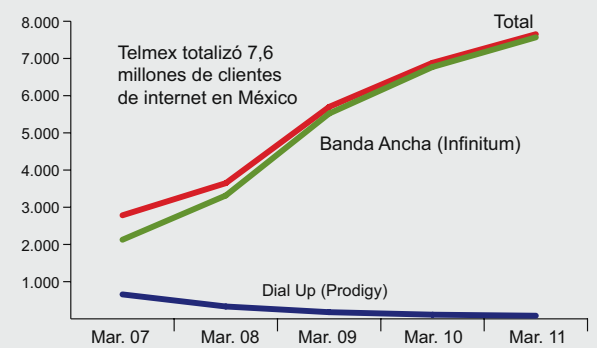
Telcel totalizó 65,6 millones de clientes móviles, de los cuales 59,1 millones son de prepago y 6,6 millones de postpago (51% del mercado mexicano), segmento donde sumó 271.000 abonados, 3,6% de crecimiento en comparación con igual período del año pasado. También aumentó 147.000 clientes portados.

Los ingresos netos por servicios de celulares subieron 6,4%, impulsados por la demanda del servicio de datos, habiéndose expandido estos en 26,4% de forma anual.

## AMÉRICA MÓVIL: LATINOAMÉRICA & USA

El informe trimestral de América Móvil muestra que la compañía tuvo ingresos por 156 mil 200 millones de pesos mexicanos (13 mil 400 millones de dólares, aproximadamente),

TELMEX: CUENTAS DE INTERNET, POR TECNOLOGÍA (MARZO 2007-MARZO 2011)



Fuente: Reporte financiero trimestral de Telmex

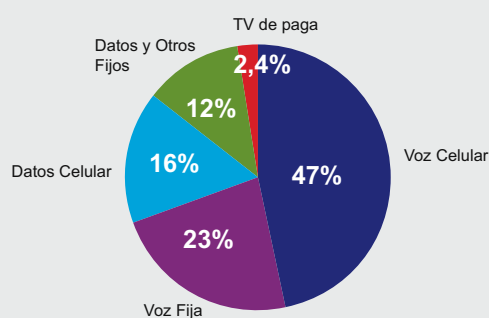
que aumentaron 6,3% frente a igual período de 2010.

'Los ingresos por datos móviles aumentaron 37,8% de forma anual y los servicios de datos fijos 7,4%. Los de voz fija decrecieron 4,3% en México, Centroamérica y El Caribe, contrarrestando el 3,7% de Sudamérica', añade el reporte.

El 63,5% provienen de las operaciones móviles en México (Telcel), Colombia (**Comcel**) y USA (**TracPhone**). Bajo la marca **Claro**, opera en el Cono Sur (Argentina, Paraguay, Brasil, Chile y Uruguay), Región Andina (Panamá, Ecuador y Perú), Centroamérica/El Caribe (Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Dominicana, Puerto Rico y Jamaica).

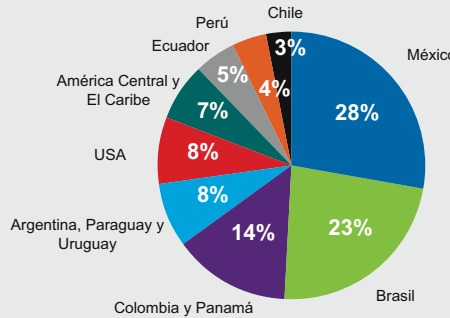
En cuanto a suscriptores, América Móvil cerró marzo con 231 millones de clientes móviles en Latinoamérica y Estados Unidos (212 en Latinoamérica, de los cuales 146% son postpago), 13,6 millones de accesos de banda ancha, 28,7 millones de líneas fijas y 10,8 millones de abonados de TV de paga, para alcanzar 284 millones de accesos, un 12,1% más que el año anterior.

AMÉRICA MÓVIL: INGRESOS POR SERVICIOS (1T10-1T11)



Fuente: Reporte financiero trimestral de América Móvil

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



Fuente: Reporte financiero trimestral de América Móvil

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

**50%**

**50%**



**COMEDY CENTRAL**

**PRÓXIMAMENTE 2012**



# GRUPO HEVI IMPULSA EL SERVICIO *TRIPLE PLAY*

PLANEA LANZAR VOD EN 2011



Luis y José Vielma con Ken Rubin, de Volicon, en la pasada NAB



Con 37 años en el mercado mexicano, el **Grupo Hevi** es la tradicional operación de TV de paga de **Héctor Vielma Valdivia** y sus hijos **Luis y José Vielma**, que ha incrementado fuertemente su presencia en el último tiempo con los servicios de Internet y telefonía.

Actualmente, opera en más de 10 estados de

la República (Jalisco, Aguascalientes, Michoacán, Guanajuato, Colima, Nayarit, Zacatecas, Chiapas, Querétaro y Tamaulipas) mediante 13,000 kilómetros extendidos de fibra óptica y cable coaxial, y está enfocado a la expansión de su servicio *Triple Play*, y a la oferta de señales en HD.

Ofrece tanto servicios corporativos como residenciales a través de **Telecable**, marca con la que ofrece video a 315.000 clientes, e **Hypercable**, con la que suma 95.000 abonados de Internet.

Además, produce y distribuye **Ocho TV**, canal con el que alcanza a 1,4 millones de televidentes.

‘La estrategia del **Grupo Hevi** es siempre mantenernos competitivos a través de inversiones en infraestructura de red, sistemas y contenido con objeto de tener productos diferenciados’, explicó

a **PRENSARIO Luis Vielma**.

Y añadió sobre el balance 2010: ‘Hemos tenido sólidos crecimientos en RGU principalmente por productos de Internet y telefonía, donde la compañía ha alcanzado 35.000 clientes. El 50% de la base de suscriptores de servicio básico podría contratar *Triple Play* y estimamos que a finales de 2011 estaremos arriba del 85%’.

En referencia a las inversiones, Vielma explica que este año estarán arriba de los 25 millones de dólares. Y añadió: ‘La inversión es para tener capacidad de dar servicios Docsis 3.0 en nuestros principales mercados y tener preparada la red HFC en un 70% de nuestros sistemas arriba en 870mhz’.

‘También para fortalecer nuestros productos de alta definición /DVR, lanzar servicio de VOD; terminar con el 60% de nuestros mercados con interconexión directa con **Telmex**; e invertir aún más en nuestras redes de servicios de datos para clientes empresariales y corporativos’, finalizó.



## Avanza en distribución y contenidos

Las señales tuvieron un crecimiento cercano al 20% en distribución durante el año 2010, la región andina especialmente elevó su nivel de participación seguida por Centro América y el cono sur, sumando así una importante cantidad de suscriptores que ya reflejan un destacado reconocimiento de las señales en la región.

**Humor Channel**, el único canal en latinoamérica con 24 horas dedicadas al humor. "Ofrecemos a los televidentes programación de calidad que refleja aquellos elementos diferenciadores de la cultura latina revelados a través del humor, planteamos situaciones cotidianos de una manera fresca y amigable manteniendo una visión global del tema humorístico".

**New Body Channel**, un canal donde la moda y las tendencias se convierten en estilo. "Nuestro canal está diseñado para que los televidentes estén siempre a la vanguardia en temas de salud, belleza, cultura, deportes extremos y mucho más.

**SupermusicaTv** es un canal donde todos los géneros musicales son reconocidos, para satisfacer todo tipo de público. "Nos destacamos por la variedad de artistas y géneros que incluimos en nuestra programación, este año el proyecto es fortalecer la pantalla con programas de producción propia y consolidarnos como un canal musical de variedad".

Max Media logra posicionarse progresivamente en el mercado como una compañía que ofrece productos innovadores y para todo público, con una ambiciosa proyección en distribución y otros frentes de negocio que se están consolidando paralelamente." Este año tendremos presencia en los eventos más representativos de la industria, Canitec en México, Tepal en República Dominicana, Jornadas en Argentina entre otros, con lo que reforzaremos la atención a nuestros clientes para seguir el proceso de expansión a través de los Cableoperadores de la región interesados en enriquecer su parrilla de programación con canales innovadores y al mejor precio".





**Yecica Pineda**  
Directora de Expansión  
expansion@maxmediasa.com

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

PBX: (571) 651 49 00 ext. 201 Cra. 46 No. 94-18 Bogotá - Colombia

**MCFLY SEGUIRÁ VIAJANDO EN EL TIEMPO  
AUNQUE NO SEPAS EN QUÉ DÍA VIVES.**

U.S. © 2011 TCM Court Entertainment, A Time Warner Company. All Rights Reserved.

**TCM**  
FOREVER

ARGENTINA / BOLIVIA / CHILE / PARAGUAY / URUGUAY

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

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / PAÍSES ANDINOS / CARIBE

• LUIS BOLIO  
luis.bolio@turner.com  
Tel. (5255) 5089-3556  
Fax. (5255) 5089-6260

BRASIL

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



## BRUCE BOREN: LOS LOGROS DE TELEVISA NETWORKS



**Bruce Boren, VP Televisa Networks**



‘Analizando estos ocho años de gestión, lo que más nos enorgullece en **Televisa Networks** es el desarrollo y lo hecho en producción original para los canales de TV de paga: tenemos en la actualidad casi 5 mil horas de programación original por año, la mayor en América Latina, y lo consideramos un logro muy importante’.

**Bruce Boren Krause**, VP de Televisa Networks, señaló que ‘esto ha marcado una pauta importante, aportando talento al desarrollo de programas y publicitario, algo que hace siete años era muy pequeño. El ofrecer productos de servicio y valor agregado nos ayuda a competir. Podemos decir que hemos agregado

inteligencia a los contenidos de TV latinoamericanos, desde que comenzamos a retransmitir producto original de la región, como *Mujeres Asesinas* a *Muñecas de la Mafia*. Comenzamos en 2005 y hemos logrado marcar un cambio importante: anteriormente no había audiencias importantes que se fijaran en lo producido en países como Argentina, Colombia, Chile, Perú y otros’.

‘Otro logro importante es que todos nuestros canales se han modernizado. Hemos podido invertir más no sólo en producción de TV sino en todos los aspectos que hacen a llegada de nuestra programación a los públicos en las más diversas partes del mundo. Los anunciantes gustan de esto y ello nos ha permitido captar una creciente masa de publicidad para nuestros programas en los diferentes territorios donde se emiten, fortaleciendo la actividad en su conjunto’.

‘El tercer logro es la internacionalización de nuestras señales. Más allá de nuestra llegada en toda Latinoamérica, nos hemos extendido a Europa y llegado a países como Australia y Nueva Zelanda. El lanzamiento de **TL Novelas** en portugués ha sido otra ampliación importante, que abre mercados de habla portuguesa y expande nuestros horizontes’.

En el caso de América Latina, vemos con orgullo que el lanzamiento de nuestros canales en sistemas de la Argentina y Chile, por citar al Cono Sur, nos ha ayudado a imponerlos en términos de audiencia: cuando se hace el listado de los veinte canales de

mayor repercusión, cuatro o cinco son de Televisa Networks. Y **El Canal de las Estrellas** es líder en entretenimiento en la región’.

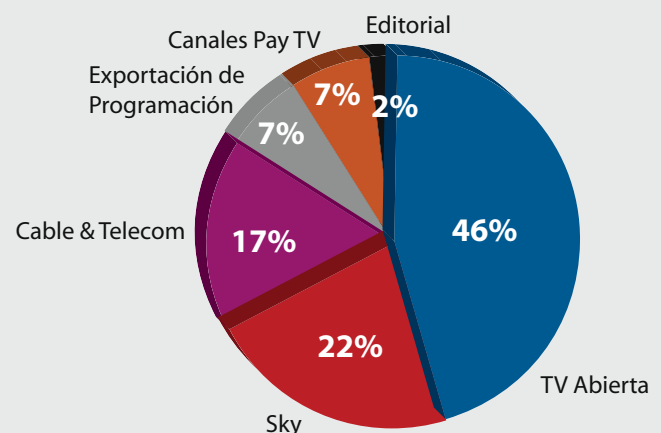
### DESAFÍOS A FUTURO

‘Como desafíos a futuro, tenemos el de aumentar la penetración de la TV de paga en México, donde ha alcanzado el 36%, con fuerte crecimiento en los últimos tiempos pero por debajo de los índices que se observan en Argentina y otros países de la región. Aquí se da la circunstancia de que, en México, claramente la TV abierta es muy fuerte, y esto se debe en muy buena medida a la calidad de la producción de Televisa, en esta misma casa. De todos modos, lo que observamos es que nuestros canales de TV de paga se van haciendo cada vez más relevantes a un mayor porcentaje de público, y esto nos alienta a seguir invirtiendo en calidad y talento, como manera de alcanzar los objetivos’.

‘A nivel internacional, nos encontramos con que hay una creciente saturación de canales en los sistemas de TV de paga en América Latina. Esto nos ha llevado a competir en terrenos nuevos, como el de los deportes, potenciando los contenidos que Televisa produce y tiene a disposición. Nuestro canal deportivo **TDN** fortalece el paquete de contenidos que pode-

> Pasa a Pag. 34

### TELEVISA: INGRESOS OPERATIVOS, POR SEGMENTO (2010)



Fuente: Grupo Televisa

## ENTRETENIMIENTO, EL IDIOMA UNIVERSAL.

Hablamos el idioma que todo el mundo quiere escuchar: el idioma del entretenimiento. Somos Universal Networks International, la división global de NBC Universal. Contamos con la calidad y prestigio de Universal Studios y reunimos bajo un mismo nombre a cuatro de los canales preferidos por todas las audiencias: Universal Channel, Universal Channel HD, Studio Universal y Syfy.



**UNIVERSAL**  
NETWORKS  
INTERNATIONAL

**UNIVERSAL**  
CHANNEL

**STUDIO**  
UNIVERSAL

**Syfy**

**UNIVERSAL**  
CHANNEL  
HD

MIAMI: (786) 866 8046 ARGENTINA: (5411) 4103 1100 CENTROAMERICA: (502) 2247 2700 CHILE: (562) 750 6600  
COLOMBIA: (571) 610 7044 MEXICO: (5255) 9138 6808 VENEZUELA: (58212) 820 3200





La versión argentina de *Mujeres Asesinas* y *Muñecas de la Mafia*, de Caracol TV Colombia son dos productos originales de Latinoamérica de mucho suceso en las señales de Televisa Networks



mos ofrecer, y TL Novelas en portugués marca nuestro ingreso a mercados como Brasil y Portugal, donde anteriormente no estábamos. De todos modos, somos conscientes de que esta es una iniciativa que puede llevar entre 5 y 6 años para consolidar, dentro del marco competitivo de la industria'. Y, Boren enfatiza: 'Pero, va a ser'.

#### PRESENCIA INTERNACIONAL

'Aunque producimos mucho y nuestra producción propia crece incesantemente, la mayor parte de la producción que emitimos es comprada. Esto hace necesaria nuestra presencia en las convenciones internacionales de venta de programación de TV, pero a la vez el ir a los mercados nos hace más competitivos, agrega inteligencia. Y, estos mercados nos han permitido establecer relaciones con empresas de otros países que también concurren a estos eventos, fortaleciendo nuestra acción en diferentes partes del mundo'.

'Por otro lado, hemos fortalecido nuestra acción con el establecimiento de oficinas en las sub-regiones, que prestan servicio a los clientes. No se trata sólo de vender, sino de prestar servicios que son imposibles de atender a la distancia. Nosotros podemos llegar a responder a las necesidades de Centroamérica desde México, pero ya Colombia o el Cono Sur se hacen imposibles. Está, como ejemplo, la provisión de decodificadores, pero también la atención de las necesidades que pudieran tener nuestros clientes, que así reciben un servicio personalizado. Nuestro equipo es pequeño, pero se preocupa por resolver los problemas y esto ayuda a nuestra relación con los clientes'.

'Nuestra máxima preocupación es darle el mejor servicio posible a los clientes, en el mejor nivel; queremos estar en su "top of mind", que nos llamen a nosotros cuando se les ocurra alguna idea. Otra de nuestras prioridades inter-

nacionales es la publicidad, estamos enfocados en ella y en su desarrollo, sin descuidar por ello todo lo relacionado con afiliados'.

#### LANZAMIENTOS

Con respecto a los lanzamientos más importantes de los últimos tiempos, Boren destacó, a nivel de México y América Central, el del canal deportivo TDN, y, en lo panregional, a **Golden**: 'Son los más solicitados', explica. 'También son los más caros. *El Canal de las Estrellas* tiene más de 20 años, es conocido por todos y nos ayuda por su calidad y ventas a presentar los nuevos canales'.

'En HD tenemos **Golden HD**, el canal más visto en Alta Definición en México. Me gusta hablar con mucho cariño de la Alta Definición y ponemos mucho énfasis en que los canales HD sean realmente con programación filmada el HD; lo "up converted" no sirve. En lo personal, creo que cuando se tienen a disposición canales de Alta Definición y otros de definición estándar, la gente se la pasa *zappeando* entre los canales HD, encantada por lo que ve. Claro está que hay que darle contenidos, no sólo imagen. Estamos trabajando en lanzar **De Película HD** y **Telehit HD**, y en los años siguientes por lo menos un canal de Alta Definición por temporada'.

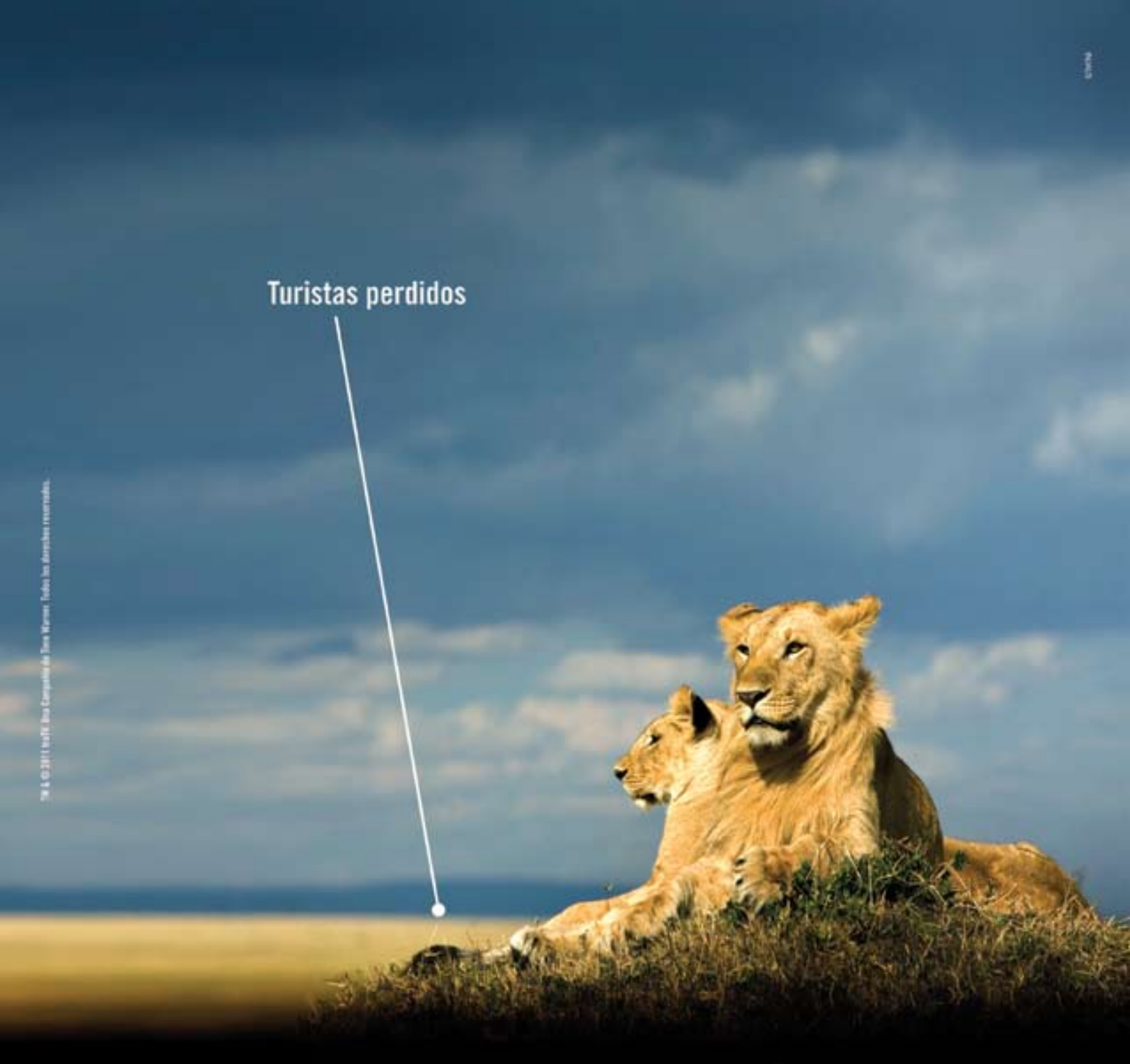
Con respecto a la tradicional presencia de Televisa Networks en Canitec, Bruce confirma que tendrá atractivos similares o superiores a los de años anteriores: 'Es el martes 25 y tenemos prevista la actuación de tres grupos musicales fuertes, con baile hacia el final. Con respecto al stand de Televisa Networks, tendremos la presencia de figuras atractivas para los concurrentes a la convención, que siempre nos han favorecido con una presencia multitudinaria'.

Para el futuro, Boren recalcó como objetivos 'Esforzarnos más y seguir enfocados. Mantener y aumentar las audiencias que hemos logrado, para asegurar que nuestros canales sigan siendo importantes para nuestros clientes. Y buscar nuevos anunciantes, a la vez que reforzamos la relación con los actuales, como manera de fortalecer ese aspecto de nuestra actividad'.

Turistas perdidos



TM & © 2011 Walt Disney Company. Todos los derechos reservados.



Ver un detalle cambia la historia.

**tru TV HD**

GENTE REAL.  
EXPERIENCIAS EXTRAORDINARIAS. ...

ARGENTINA / BOLIVIA / CHILE / PARAGUAY / URUGUAY

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

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / PAÍSES ANDINOS / CARIBE

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

BRASIL

• ANTHONY DOYLE  
anthony.doyle@turner.com  
Tel: (5511) 5501-6700  
Fax: (5511) 5507-7062



## UN AÑO RÉCORD PARA TURNER

BUEN POSICIONAMIENTO DE LAS SEÑALES DE CLAXSON Y EL HD



Luis Bolio

**Luis Bolio**, director regional de **Turner**, destacó que 2010 fue un año récord de crecimiento para el Grupo en México y Latinoamérica: 'Consolidamos la presencia de los canales de **Claxson** a dos años de haberlos adquirido, y también elegimos cuáles tenían más oportunidades de ser bien recibidos por los operadores del Cono Norte, como **Infinito** y **Space**'.

Respecto a las señales más nuevas, expresó: '**TCM** se va robusteciendo y hasta la más reciente, **ToonCast**, ya participa de la dinámica de los mercados. Es una buena oportunidad para empezar a trabajar en la programación y AdSales de **Warner Channel**, no así en afiliados; completa mucho el portafolio que se maneja hoy día en Latinoamérica'. Y agregó: 'Estamos entusiasmados con la nueva señal **Glitz**, pues pasamos a tener un canal totalmente propio en vez de una franquicia y con un espectro más amplio como lo es el estilo de vida'.

Bolio forma parte de la compañía desde hace 15 años. Cuando ingresó, Turner contaba con sólo tres canales. 'Hoy en día tenemos 16 canales y cumplimos cabalmente los manda-

tos de **Time Warner** de ser una compañía más pura y mejor orientada al entretenimiento, a una escala que nos permite gravitar en la TV paga de Latinoamérica y del mundo. Tanto con los canales más consolidados, como con los otros más jóvenes y de nicho, ocupamos un porcentaje y un peso específico importantes del rating y del valor de las señales de cable en los operadores. Ahora nos toca repetirlo en 2011'.

### BUENA POSICIÓN EN MÉXICO

Sobre la posición de **Turner** en México, Bolio contó que había gran efervescencia sobre cómo se iban a acomodar las cosas. 'Hoy la consolidación es una realidad con **Televisa** como propietaria del 100% del capital de **Cablemás**, con parte de **Multimedios Monterrey** y su incursión en **Iusacell**, para hacer algo importante de **Cuádruple Play** en **Cablevisión**', dijo y agregó: 'Nosotros celebramos esta inversión, pues pese a las dificultades que se presentan para hacer negocios con México cuando tales fuerzas están en pugna, hay operadores como **Cablevisión** y **Sky** que nos permiten tener 11 señales en sus servicios básicos'. Explicó que, en este panorama, 'el video puede ser un factor diferenciador en el corto plazo, incluso para **Telmex** si termina de modificar su título de concesión'.

'**Dish** también es interesante como oferta sui géneris porque, a diferencia de otros mini básicos, no tenía un precedente cuando se lanzó. Hizo un replanteamiento de la cantidad de hogares que no tenían TV paga, así que no vimos una migración crítica de un sistema a otro. Ahora que plantea una oferta todavía más mini básica, la monitoreamos para ver qué pasa y cuidar la cadena de valor. Fuimos siempre bien tratados porque ya teníamos un historial positivo con **MásTV** y hoy tenemos allí 7 señales entre sus diferentes paquetes', expresó.

'La nueva dinámica exige una labor muy concienzuda de interacción con los nuevos

participantes por el componente sensible de nuestro negocio. Incluso **Maxcom**, como nuevo sistema de IPTV, tiene todas nuestras señales. También **Ultravisión**, como MMDS de la familia **Zorrilla** que es una de las muchas fuerzas que compiten en Puebla, donde se llevará a cabo Canitec'.

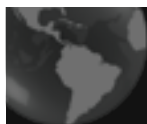
### EL HD COMO DIFERENCIADOR

Fue muy optimista sobre la tecnología en HD: '**TNT HD** se lanzó en diciembre del año pasado y es un éxito con un feed panregional que nos beneficia para México. Hay mucha insistencia y expectativa por el canal. **truTV HD** es 100% HD nativo, lo cual crea una diferencia en el contenido, y **Space**, primer canal en HD que lanzamos, también se ganó un lugar orientado a la acción'. Finalmente, expresó que **CNN** doméstico está contribuyendo a las operaciones 'con una oferta única en un canal de noticias, más allá de ser en inglés, pues la gente busca algo diferente'. Habló del canal que viene, **Cartoon Network** en HD: 'Esperamos que también sea una experiencia gratificante en animación'.

Sobre la tecnología HD, opinó: 'Creo que hoy hace la diferencia y el usuario discrimina vía precio o calidad de imagen y sonido. Nuestra experiencia con los operadores nos dice que ya no lo consideran un facilitador para completar un súper básico sino que le asignan un valor específico importante'.

### BROADBAND Y MOBILE

Sobre mobile y broadband, comentó: 'Continuamos con la oferta tradicional y seguimos generando contenidos que puedan ser relevantes'. Finalmente, destacó: 'Se puede ir creciendo en la medida que los mismos operadores entiendan el valor del contenido, a diferencia de las telcos que lo dan por descontado. **Cablevisión** muestra mucho interés en ver nuestra oferta de VOD y a partir de la compra de **Iusacell** por parte **Televisa**, creo que serán mucho más agresivos en mobile'.



La noticia del día  
véala en [www.prensario.tv](http://www.prensario.tv)

Síguenos también en Facebook y Twitter



Cinemax®  
un toque de contenido  
Premium  
ahora en el Paquete Básico



Ahora Cinemax® está en Básico y le trae a su suscriptor lo mejor de Hollywood y del cine independiente, además de las series más premiadas de HBO

**cine**max®

SOMOS  
LO QUE  
VES

# HBO: SERVICIOS PREMIUM EN UN ENTORNO COMPETITIVO

## MÁS ALTA DEFINICIÓN Y PELÍCULAS MULTIPREMIADAS



Pedro Casals

‘El mercado está pasando por un buen momento, nos está yendo muy bien, puesto que además de los nuevos jugadores y de la competencia están los nuevos paquetes de programación para alcanzar mercados que antes no estaban. Es un entorno interesante, pensamos que la competencia nos favorece a todos y al consumidor sin duda.’

**Pedro Casals**, VP regional de **HBO Latin America Group** para México y Centroamérica contó a PENSARIO que la división que tiene a su cargo para esas regiones atraviesa un momento de ‘gran competencia’, con nuevos jugadores y servicios en la TV de paga.

‘La competencia favorece a las empresas que trabajamos en el sector porque nos obliga a adaptarnos y a no olvidarnos del consumidor final. Estamos muy emocionados con lo que está por venir, con nuevos jugadores y un nuevo perfil del suscriptor (clase C), al que también queremos atender con la misma eficiencia que hemos hecho en todos estos años. Es un nuevo mercado y los paquetes son más livianos pero queremos consolidar empaquetando nuestros productos y adaptándonos a las necesidades del mercado de estas nuevas audiencias’, expresó.

Su prioridad es concentrarse en los servicios Premium. Consideró que son una ‘herramienta para los operadores’ y no se olvida del nuevo suscriptor, pero siguen pensando en incrementar

su álbum de canales Premium, empaquetados por HBO. ‘Aprovechamos y sacamos el mejor provecho de las nuevas tecnologías que han aparecido para ver TV, como es el HD o el VOD, donde el suscriptor ve en buena calidad su programación y con la libertad de elegir lo que desee en el momento que así lo quiera.’

‘Ante todo, somos contenido que marca la tendencia, siempre estamos rompiendo moldes. Ahí están nuestras series de gran éxito como *Mad Men*, que está en su cuarta temporada, la primera temporada de *Mujer de Fases*, la miniserie *Mildred Pierce*, la segunda temporada de *The Wannabes* y otras que dejaron huella y les fue muy bien como *Capadocia*, que ya está en su tercera temporada; *Big Love* terminó su quinta temporada y *In Treatment* ya va por la tercera.’

Además, habló de los éxitos que vienen como *Game of Thrones* y *Prófugos*, una súper producción hecha en Chile: ‘Nuestras producciones son originales y gustan en México, Argentina, e incluso en Brasil. Son éxitos panregionales. A nivel programación estamos extraordinariamente fuertes, así como a nivel tecnología, adaptándonos a las necesidades del mercado y apoyando siempre a los afiliados.’

### HBO2

Respecto a **HBO2**, Casals explicó que requirió todo un proceso de adaptación y que eso los ha

fortalecido: ‘Llevamos 20 años en el mercado innovando, adaptándonos. Queremos ser un aliado total de los afiliados para vender los servicios Premium, pues no sólo somos programas de TV bien empaquetados que tienen las últimas tecnologías y cuyo contenido se adapta a las necesidades de los suscriptores, sino que además tenemos un grupo de gente que se orienta a los afiliados y los ayuda a trabajar con sus fuerzas de ventas para saber explicar en qué consisten estos paquetes y cuáles son los beneficios. Día tras día tenemos la sensación de ser muy bienvenidos tanto en los mercados de México como en los de Centroamérica.’

‘Buscamos seguir trabajando en el día a día para innovar, adaptarnos e identificar las oportunidades que ofrece el mercado y esa capacidad para ayudar a los operadores en muchos terrenos. Trabajamos para satisfacer a los suscriptores’, concluyó Casals.

### PELÍCULAS MULTIPREMIADAS

El segmento de canales HD ha funcionado bien, y este año en **HBO Films** ha tenido gran éxito con películas como *Sunset Limited*, *Cinema Verité* y *Too Good to Fail*, que se estrenará próximamente. Además, ha tenido muchas nominaciones a los Óscar en películas que se transmiten o transmitirán por HBO como *The King’s Speech*, que recibió cuatro estatuillas a “Mejor Película”, “Mejor Actor” por **Colin Firth**, “Mejor Director” y “Mejor Guión Original”.

*Inception*, que recibió cuatro premios a “Mejor Cinematografía”, “Mejor Edición de Sonido”, “Mejor Mezcla de Sonido” y “Mejores Efectos Visuales”; *The Social Network*, que se alzó con tres premios “Mejor Edición de Película”, “Mejor Música” y “Mejor Guión Adaptado”.

Finalmente, *Toy Story 3*, con 2 premios a “Mejor Película Animada” y “Mejor Música Original”; *Alice in Wonderland*, que recibió dos por “Mejor Dirección de Arte” y “Mejor Diseño de Vestuario”; y *Harry Potter and the Deathly Hallows Part 1*, nominada a “Mejor Dirección de Arte” y “Mejores Efectos Visuales”, entre muchas otras.



¿De verdad quieres sentir  
emociones fuertes?



Encuéntralas en el canal de  
cable de Telemundo



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

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



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



## DISNEY JUNIOR SE AFIANZA EN LATINOAMÉRICA

ALCANZA A NIÑOS DE HASTA 7 AÑOS

Con el relanzamiento en abril de **Playhouse Disney** como **Disney Junior**, el canal de **The Walt Disney Company Latin America** amplía el target de audiencia llegando a los niños de hasta 7 años.

En reportaje a **PRENSARIO Cecilia Mendonça**, gerente general de **Disney Channels Latin America**, y **Gustavo Branger**, director de Programación, Producción (no-ficción), Adquisiciones y S&P explicaron que la señal se relanza con 15 millones de suscriptores, aunque creen que puede crecer en los operadores y en otras plataformas, como el área on line con sus contenidos interactivos.

‘La señal busca volver a la magia de Disney, trabajando los personajes más clásicos junto a otros nuevos, y trabajando desde un lugar de “contar cuentos” y hacer más desarrollo social. La introducción de personajes nuevos tiene también la misión de que a futuro se conviertan

en clásicos, interactuando con los anteriores, como por ejemplo, el de **Jake**, que está con los **Piratas de la Tierra de Nunca Jamás** de **Peter Pan**, e interactúa con el Capitán Garfío’, dijeron.

Los ejecutivos destacaron que ‘en Estados Unidos ya hay proyectos de nuevos personajes que tiene un poco la característica de los clásicos’. Y si bien los contenidos que llegan desde el país del norte son la marca registrada de Disney, desde Latinoamérica apuestan a la producción local, con producciones desde Argentina, como **El Jardín de Clarilú** o **La Florería de Bárbara**, que en Brasil se emite como **Floricultura de Nana**.

El objetivo es también replicar estas producciones desde los demás países.

Lo más fuerte de Playhouse Disney tiene su continuidad en la nueva señal, como **La Casa de Mickey Mouse** o la nueva temporada de **Topa y Muni**. ‘Además, **Art Attack** —que no



El Jardín de Clarilú

dejará de estar en **Disney Channel**— se emite también en Disney Jr. ya que sirve perfecto para este nuevo target hasta 7 años’, subrayaron los ejecutivos.

Mendonça y Branger resaltaron que ‘la nueva apuesta de Disney Jr. es única, y la idea sigue siendo ofrecer una primera experiencia “Disney”. En la marca existe un potencial de *cross over*, pues llegan a niños y niñas de 7 u 8 años. ‘Si centramos el contenido, podemos incluso ampliar ese target’, dijeron.

**SOMOS ACCIÓN!**

**Deportes - Musica - Estilo de Vida**

**PLANET X**

[WWW.PLANETXTV.COM](http://WWW.PLANETXTV.COM)

ALTERNATV PCTV

FIND  
YOUR  
BEAT

THE REALITY SHOW

With:  
**Dezarate**  
Barcelona España

Guarnada Pioneer Dj

Buscando Al DJ  
Mas Talentoso  
De Latinoamérica...

NETWORK CONTACT  
Sales Representative in Mexico:  
+ 52 (55) 26 29 53 20  
Maricela Hernandez  
Maricela.hernandez@alternatv.us  
[www.alternatv.us](http://www.alternatv.us)

# EL CALOR EXTREMO ES SOLO UN PRONOSTICO



**SE PONE BUENO.**

TM & © 2011 HTV, LLC & Carson International, Ltd.

ARGENTINA / BOLIVIA / CHILE / PARAGUAY / URUGUAY

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

MEXICO / CENTRO AMERICA / PAISES ANDINOS / CARIBE

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

BRASIL

• ANTHONY DOYLE  
anthony.doyle@turner.com  
Tel. (5511) 5501-5700  
Fax. (5511) 5507-7082



# FOX MÉXICO: CONTENIDO LOCAL Y CRECIMIENTO EN HD

LA ESTRATEGIA SE BASA EN EL ACERCAMIENTO A LOS OPERADORES Y A SUS NECESIDADES



**Marcio Fonseca,**  
VP de México y Centroamérica

‘Tenemos claro que hemos contribuido al crecimiento de esta industria, somos parte de ella y eso nos da una gran satisfacción’, expresó a **PRENSARIO** **Marcio Fonseca**, VP de **Fox Latin America Channels** para México y Centroamérica, a la vez que destacó que, tanto la industria como la empresa, se encuentran en un momento ‘muy positivo’, fortalecidos en medio de logros como ha sido la migración al HD.

‘Los últimos meses han sido de aprendizaje para el grupo. Nosotros quisimos acercarnos más a los operadores —tanto los grandes como los pequeños— y estrechar lazos con ellos. Les dimos la cara y entendimos más de cerca qué necesitaban, cómo podíamos trabajar mejor; les dijimos qué estábamos ofreciendo y escuchamos sus necesidades.’

‘Esto fue fundamental para hacer propuestas comerciales más relevantes para ambas partes. Esta cercanía nos ayudó a crecer tanto en distribución como en participación. Logramos lanzar más canales donde no estábamos y una mejor distribución para los canales que ya estaban ahí. Fue un trabajo exhaustivo alrededor de la República Mexicana, replanteamos y robusticimos el departamento de afiliados en México para que todos se sintieran

atendidos’, añadió.

‘Estamos ahora en con un paquete de canales muy completo, con señales para básicos, paquetes distintivos, paquetes Premium y paquetes HD. Hemos estado fortaleciendo cada uno de ellos durante los últimos dos años’. Según el ejecutivo, el grupo es líder en canales HD, tanto en básico como en Premium: ‘Lanzamos **Fox**, **Nat Geo** (híbrido); **Nat Geo Wild**, **CineCanal**, **Universal Channel**, **Fox News** y **MovieCity**, **Fox Sports** y **Fox Sports+**. Estamos aportando mucho con este paquete’, añadió.

‘Tenemos paquetes más robustos en **MovieCity**, y a **CineCanal** lo bajamos de Premium a básico. Estamos ofreciendo a los operadores paquetes más completos no descuidándolos y trayendo valor a sus propios paquetes. El paquete **Cityfamily** ya cumplió más de un año y estamos contentos con su desempeño, logramos hacerlo crecer gracias a la relación cercana con los operadores.’

El año pasado, con la exigencia de tener alta definición, FLAC realizó un cambio de tecnología y cuenta ahora con más banda para señales HD, con vanguardia tecnológica y decos de última generación. ‘Los operadores saben que sus gestiones estarán siendo atendidas, son muchos canales y cada network tiene una característica diferente’, explicó.

## ALTA DEFINICIÓN

‘Hay que motivar a la gente para que acceda a los canales HD, ya que muchos aún no tienen conocimiento de las posibilidades de esta tecnología. Es un trabajo de la industria y de los programadores. Una vez que te acostumbras a ver HD tu vida cambia y ya no puedes volver atrás, te vuelves adicto. La experiencia en Brasil es muy buena porque tienen más de un millón de suscriptores, les funcionó muy bien.’

También habló de mejoras en la distribu-

ción, y canales como **SyFy**, que reposicionaron la señal. Se trata de un canal de imaginación pero con muchos contenidos de fantasía, empezaron a comunicar de forma diferente y tuvo un crecimiento en la distribución del 60%. Por ello se han acercado tanto a los operadores, pues de esa manera descubrieron qué necesitaban, esa cercanía era necesaria.

En cuanto al crecimiento reciente del minibásico, las señales que mejor van para ese segmento son: **Utilísima**, **The Film Zone** y **Nat Geo**, que tuvo gran éxito con su serie original **Tabú**.

## CONTENIDO LOCAL

FLAC empezó hace tiempo con **Tiempo Final**, después vinieron **Kadabra**, **Mentes en Shock** (hecho por **FoxTelecolombia**) y **Mental**, serie hecha en Latinoamérica y transmitida por Estados Unidos. ‘**Utilísima** hoy tiene muchísimo talento mexicano, el canal pegó, la gente ya lo ubica. Estamos muy contentos con el feedback tanto de operadores como de clientes y de anunciantes. Es un canal que permite hacer mucha integración de marca mientras el programa está al aire. Existe una flexibilidad muy grande’, expresó Fonseca.

La incorporación de talentos locales repercutió en el gran aumento de audiencia de los canales **Utilísima** y **Nat Geo**: ‘Los ratings subieron porque se comenzó a manejar un lenguaje más coloquial. Además, hemos cambiado las ofertas de contenidos’, sostuvo.

## CANITEC

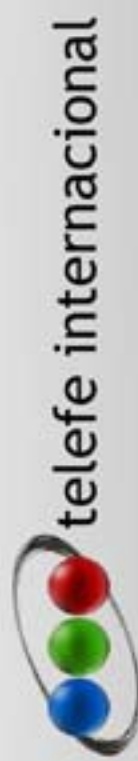
‘El evento representa para nosotros la oportunidad de estar juntos con todos los clientes. Nunca estuvimos tan cerca de ellos como ahora. Esta feria será para agradecerles y reiterar que seguimos trabajando en reciprocidad’. En relación a la industria, destacó que la TV de paga ‘tiene un 40% de penetración’ y mostró su compromiso para fortalecer **CANITEC**, sobre todo, apoyó el cambio de ciudad: ‘Hacerlo fuera del DF es un gran acierto porque sales de la agenda cotidiana. Creo que es una buena decisión y Puebla tiene todo para hacerlo este año ahí’.





teneamosmuchoquever

Tel: (54 11) 4102-5834  
Fax: (54 11) 4308-4547  
E-mail: [sales@telefeinternational.com.ar](mailto:sales@telefeinternational.com.ar)





## A&E: MÁS PRODUCCIÓN ORIGINAL REFRESCA SU PANTALLA

ESTRENÓ LA VERSIÓN LATINOAMERICANA DE *INTERVENCIÓN*

A&E, señal del grupo A&E Olé Networks, continúa apostando a la producción original para refrescar la programación de su grilla. Coproducida con Endemol en México, la señal lanzó el mes pasado la serie *Intervención Latinoamérica*, que muestra los esfuerzos de amigos y familiares por salvar a sus seres queridos de adicciones y comportamientos compulsivos por medio de un efectivo y precursor proceso de rehabilitación.

Luego del éxito de audiencia y de los resultados obtenidos con los capítulos producidos y emitidos

en Estados Unidos, A&E decidió extenderla con la premisa de 'salvar vidas humanas ayudando con acciones concretas a víctimas de la adicción', según explicó a Prensario César Sabroso, VP de Mercadeo de A&E Olé Networks.

'Cuando nos planteamos producir *Intervención Latinoamérica*, sabíamos que era más fácil no hacerlo que hacerlo, porque es un tema muy sensible. Pero como en América Latina el tema de las adicciones es tabú y siempre se ignoró, decidimos realizarlo, no con el objetivo de lograr ratings, sino para generar conciencia de



César Sabroso, Adela Fernández y el intervencionista José Rodríguez durante la presentación de *Intervención* en México

que es un problema de que nos puede afectar a todos. A&E quiere ser parte de la solución, mostrando con cada caso cómo se puede llegar a una rehabilitación efectiva', subrayó.

La producción original tiene ocho episodios/historias producidas en México y continuará con casos de otros países. Ya se está trabajando en Brasil, y el proyecto incluye Argentina y Venezuela, donde cada episodio muestra una visión íntima en el día a día de la persona sumida en el comportamiento autodestructivo.

## TYC SPORTS: LA COPA AMÉRICA EN HD

La competencia continental más importante regresa a tierras argentinas luego de 24 años y TyC Sports presenta la transmisión de todos los partidos en vivo en alta definición, junto con una completa cobertura con programación dedicada al evento.

Con la vasta experiencia del canal de deportes, durante la *Copa América* toda la programación de TyC Sports estará dedicada al torneo para hacer sentir la localía en cada rincón del país. Para ello, la habitual grilla de programas se extenderá de lunes a lunes con sus formatos y horarios habituales y contará con la participación de móviles y enviados en todas las sedes

acompañando a las distintas delegaciones, tanto en los entrenamientos como los días de partido.

La información de todos los equipos, el análisis, los goles, las polémicas, los movimientos tácticos, los detalles más llamativos dentro y fuera del campo de juego llegará de la mano de *Estudio Fútbol, Líbero, Sportia, Indirecto, Paso a Paso, Tiempo Extra* y *Despertate*.

Además, los días de partido de la Selección Argentina, se montará un estudio en la ciudad donde juegue el combinado nacional para emitir desde allí toda la programación diaria con la participación de las figuras del periodismo

deportivo argentino como Alejandro Fabbri, Horacio Pagani, Martín Souto, Ariel Rodríguez, Marcelo Palacios, Pablo González, Cristian Garófalo, Diego Díaz, Eduardo Ramenzoni y Gonzalo Bonadeo, entre otros.

Junto a la completa programación, TyC Sports ofrecerá todos los partidos en vivo en alta definición por TyC Sports HD (exclusivo Cablevisión) con los relatos y comentarios de las duplas conformadas por Walter Nelson y Fernando Pacini y Cristian Garófalo y Ariel Rodríguez.



## LINDSAY: NUEVA LÍNEA DE MONTAJE DE GESTIÓN REMOTA

Lindsay Broadband Inc. presenta su nueva línea de montaje gestionado 10/100/1000Base-T a 1000Base-SX/LX óptico para entrada Ethernet.

Esta tecnología permitirá a los cableoperadores implementar servicios gestionados de Gigabit Ethernet directamente desde la línea de alimentación. Estas entradas ópticas fortalecidas de Lindsay, se alimentan al aire libre mediante HFC y están disponibles con transceptores conectables SFP y WDM de enlaces de fibras simples o en pares de hasta 120km.

El *LBOG1000 Series* está especialmente diseñado para habitaciones con espacio limitado, eliminando la necesidad de costosas cabinas exteriores. Se trata de un artefacto que permite la utilización de redes de retorno de uso externo de última generación, tales como las cámaras de seguridad IP, WiFi, RF, microondas y sistemas de radio *Picocell*, con un desarrollo de velocidad de despliegue de menos de una hora. La función de manejo permite a los administradores de la red monitorear el estado de la conexión y

configurar vía agente SNMP, Telnet o un navegador de web remoto.

El *LBOG1000* supera al *FLeXML*, la última solución de arquitectura de Lindsay, y puede ser desplegado con el multiplexor Outdoor Hardened Optical CWDM/DWDM Lindsay, OADM, divisores y centros de fábrica virtuales montados en cualquier bandeja de producción FOSC.





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

En vivo y en directo, los programas de entretenimiento de mayor audiencia de Argentina, para los televidentes de Latinoamérica.



[www.qmusica.tv](http://www.qmusica.tv)

El lugar de encuentro con la mejor música 100% en español, para la audiencia joven de Latinoamérica.

**artear.com**

Entretenimiento Argentino que cautiva al mundo.

**ARTEAR ARGENTINA**  
INTERNATIONAL SALES DEPARTMENT  
sales@artearinternacional.com.ar  
Ph : (5411) 4370 1234 \* Fax : (5411) 4370 1403





## PCTV: CRECE SU CATÁLOGO DE SEÑALES PARA EL MERCADO MEXICANO



### EXITOSO LANZAMIENTO DE TVC NETWORKS Y RENOVACIÓN DE TVC



Julio Di-Bella, director general

Con presencia en más de 1000 ciudades a través de 700 sistemas de cable de la República Mexicana, **Productora y Comercializadora de Televisión (PCTV)** se ha consolidado como uno de los principales proveedores de contenido del mercado mexicano, bajo la dirección general de **Julio Di-Bella** quien, a casi dos años de su designación, llevó a la compañía al siguiente nivel.

En reportaje a **PRENSARIO**, Di-Bella señaló: 'Creemos que PCTV se encuentra en uno de sus mejores momentos, tanto a nivel interno como externo, en su relación con clientes y sistemas de cable, tras el lanzamiento de **TVC Networks** y el relanzamiento de **TVC** a comienzos de 2011'.

Por otra parte, a lo largo de éste último año PCTV ha mejorado 'significativamente' sus relaciones con todos los programadores. 'Se renovó el contrato con **Fox Latin American Channels**, el cual trajo importantes beneficios a los sistemas de cable. Hoy en día PCTV cuenta con una oferta de canales más completa y atrac-

tiva. Hemos recuperado la confianza de muchos de ellos y el resultado está en el crecimiento de nuestro catálogo de señales y en el ambiente respetuoso y de confianza que hemos construido. Estamos trabajando en relaciones a largo plazo y en estrategias de crecimiento para ambos', aseveró el directivo.

Sobre los sistemas de cable, dijo que ya empiezan a notar 'grandes cambios' en PCTV: 'La atención que ahora les brindamos es de gran apertura y compromiso, buscando mantener una comunicación y relación mucho más cercana. Nos hemos dado a la tarea de activar reuniones de trabajo con muchos de ellos y entender más a fondo sus necesidades, problemas y situaciones que viven en el día a día. Este es el caso de la gran reunión que tuvimos con más de 100 sistemas de cable en Querétaro a inicios de abril o una pequeña junta de trabajo a finales de 2010 en Guadalajara. Te puedo decir que ahora un gran porcentaje de nuestros sistemas afiliados, sin importar el tamaño, se sienten escuchados y mejor atendidos'.

#### PCTV Y EL ROL EN EL MERCADO MEXICANO

De acuerdo a Di-Bella, PCTV seguirá siendo el 'mejor proveedor de contenido para los operadores del país', y continuará siendo el socio comercial 'por excelencia' para representar sus señales en el mercado mexicano, 'ofreciendo condiciones de distribución, gestión, y comercialización muy atractivas, facilitando la

penetración de sus señales'.

'El telepuerto de PCTV consolidó su operación, pues durante los últimos años ha brindado un servicio constante y expedito a los sistemas en toda la República. Para ello, se han reagrupado las señales propias en nuestro uplink para eficientar el uso del espacio satelital contratado con **Satmex**, así como para reducir costos en nuestra operación y la de los sistemas locales', añadió.

#### PLANES EN 2011

'En 2011 se han renovado la imagen, los contenidos y las producciones propias del canal principal, **TVC**, logrando mejores resultados de audiencia, comerciales y financieros. Se ha fortalecido la producción propia y se lanzarán series exclusivas de alta calidad. **TVC Deportes** afianzará su competitividad y liderazgo y será la televisora oficial de los Juegos Panamericanos', adelantó el directivo.

Y completó: 'A finales de año habrá cambios de forma y fondo en los canales de cine, además de algunas sorpresas relativas a nuevos lanzamientos. Todo ello bajo el sello de **TVC Networks**, la unidad de negocio televisiva de PCTV que ha cambiado las dinámicas internas de trabajo y los resultados en pantalla, poniendo a PCTV en la vanguardia de la oferta televisiva nacional. También estamos analizando y valorando distintas opciones para llevar lo mejor de **TVC** al extranjero, tanto en el plano de contenidos como de proyección comercial y financiera'.

## TURNER LATIN AMERICA LANZÓ LA NUEVA SEÑAL **GLITZ**

(TBSLA) lanzó **Glitz** el 1º de mayo, reemplazando a **FashionTV**. Es la primera marca global de TBSLA, que bajo el concepto de entretenimiento basado en estilo de vida incluirá en el prime time series, films y conciertos, talk shows, realities, biografías y contenidos.

'En estos últimos años hemos notado una fuerte tendencia a contenidos diferenciados de estilo de vida y de alto consumo en un segmento joven que busca esto mismo en diferentes plataformas. En este contexto, decidimos acompañar este creci-

miento incorporando moda, entretenimiento y estilo de vida', señaló **Gretchen Colon**, SVP y gerente general de la compañía.

Con una distribución actual de más de 19 millones de abonados, este cambio le da la oportunidad a TBSLA de ampliar su propuesta de contenido con adquisiciones de los grandes estudios y distribuidoras internacionales, incrementando su oferta con más de 40 estrenos mensuales y más de 100 horas de contenidos originales para este año.



Gretchen Colon, SVP y gerente general


**DÉJATE ATRAPAR  
EN EL STAND 257  
DE CANITEC  
A LAS 17 HS.**


www.cc-e.com

**NUEVA SEÑAL  
SEXO EXTREMO  
SIN PREJUICIOS**

# **SEX EXTREME**

**LO QUE BUSCABAS EN INTERNET,  
AHORA EN UN CANAL DE TV.**

 **PLAYBOYTV**

 **3D**

 **HD**

*Venus*

*Venus*  
HD

**PRIVATE**

 **FOR  
MAN**

**HOT  
SHOTS**

Contacto comercial:

Fernando Adad// [fidad@claxson.com](mailto:fidad@claxson.com)// Tel. +54 11 4851 3700/3759



# THE UNIVERSITY CHANNEL DE BYU

FOCO EN MÉXICO Y BRASIL PARA ESTE AÑO



Saúl Leal

Saúl Leal volvió a participar en Punta Show on Board para promover a **The University Channel**, de **Byu**. Dijo que este año el foco va a estar en México y Brasil, a los eventos a donde va a ir y por eso está en Canitec con mucha fuerza.

La distribución se basará mucho en la

creación de contenido. En el último año se produjeron 400 horas, 180 originales en **BYU** y el resto en alianzas con casas productoras.

La asociaciones de contenidos involucran a compañías como la **Uniac** de Chile, la **ORT** en Uruguay y la Tecnológica de Monterrey, que es la más grande de todo el continente. En Estados Unidos se tiene un convenio con Stanford, con contenido personalizado. Dijo Leal que los contenidos locales 'crean la necesidad local de ver el canal' y agregó:

'Hacemos una serie de televisión con **ORT**, que se llama *Retratos*, sobre los desafíos de un estudiante. También hay un alianza con **Monte Carlo TV** en una coproducción que se llama *Héroes de la comunidad*, con historias de vida de Latinoamérica que implican producciones del más alto nivel'.

Los ex alumnos invirtieron muchos recursos para terminar el nuevo edificio que tiene el canal y donde se hace todo esto. Vale destacar que todos los contenidos son en HD.

## BYU EN ESPAÑOL NACIÓ EN PERÚ

Saúl Leal contó a **PRENSARIO** la anécdota de que el primer lugar de Latinoamérica donde se empezó a ver la señal de **BYU** en inglés fue en Perú, en la ciudad de Huacho a través del sistema **Cable Color** de **Carlos Huaman**. Ofrecía 50 canales y era el canal 51. Cuando se empezaron a recibir mails, viajó desde Estados Unidos para ver lo que pasaba y allí surgió la idea de hacer la señal en español.



digital broadcasting devices



Video Experience Automation System

- Head Ends digitales
- NMS
- CAS
- EPG
- Set top boxes
- Servidores de videos profesionales
- Insertores de comerciales
- Delays
- Loggers
- Transmisores de FM





Los servidores e insertores **MAS** vendidos de México  
 Transmisores de FM de última generación con la mejor relación **PRECIO - CALIDAD**

Indiana #260, Dep. 902, Colonia Ciudad de los Deportes, México DF - 03710 - México - Tel. (52)55-5563-1702  
 ventas@veas.com.mx - www.veas.com.mx

**A&E**  
**OLE**  
NETWORKS

PRESENTA

EN ESTRENO EXCLUSIVO EN TODA AMÉRICA LATINA  
LA MINISERIE MÁS CONTROVERSIAL



LOS  
**KENNEDY**

GREG KINNEAR - KATIE HOLMES - TOM WILKINSON - BARRY PEPPER

**A&E**

**bio.**

**H**  
HISTORY





# SONY PICTURES TELEVISION LANZÓ SPIN

## SEGUNDA TEMPORADA DE MEXICO'S NEXT TOP MODEL

Sony Pictures Television (SPT) lanzó a comienzos de este mes **Spin**, señal que reemplaza en la grilla a **Animax**. Apunta a público de entre 16 y 24 años y llega con 80 horas de programación estreno en horario prime time, como *Teen Wolf*, *Glory*, *Lost Girl*, *Look*, *WARP TV* y *Next Stop for Charlie*.

T.C. Schultz, VP Ejecutivo, International

Networks Latin America de SPT, explicó que, si bien mantiene una cuota de animé, Spin ofrece programación generalista, con el objetivo de incrementar la audiencia, facturación publicitaria, y permitir una combinación 'más potente' con **Sony Entertainment Television** y **AXN**, las otras señales del grupo en América Latina.

Por otra parte, Sony Entertainment Televisión



T.C. Schultz, VP Ejecutivo, International Networks Latin America de Sony Pictures Televisión



Klaudia Bermúdez-Key, gerente general y VP Ejecutiva de SPE Networks Latin America

**bethel.tv**

**BETHEL**  
TELEVISION

*El misionero para todas las naciones*

**Bethel Televisión**, el canal del Movimiento Misionero Mundial transmite desde Lima Perú el mensaje de la palabra de Dios, mediante una programación cultural y educativa a través de 6 satélites y el internet para el mundo entero.

inició la producción de la segunda temporada de *Mexico's Next Top Model*, la versión local del formato estadounidense creado por la modelo, productora y conductora de TV **Tyra Banks**

Producida por una de las principales casas productoras independientes mexicanas, **Mediamates**, el reality se estrenará en la región en agosto, para lo cual se han iniciado las audiciones en las ciudades más importantes de México, con el fin de seleccionar a las finalistas.

**Klaudia Bermúdez-Key**, gerente general y VP Ejecutiva de SPE Networks Latin America, comentó: 'México es un semillero de nuevos talentos, en todas las áreas de la industria del entretenimiento, incluyendo el sector de la moda. Estos ingredientes marcaron el éxito de la primera temporada, por lo que estamos seguros de que esta segunda edición será muy bien recibida no sólo en México, sino en toda Latinoamérica.'

Serán 20 las candidatas pre-seleccionadas, que luego competirán por formar parte del grupo de 13 que convivirán en la casa de la moda, sometiéndose al entrenamiento, a las pruebas, y a la competencia, a fin de convertirse en una top model.

La candidata que resulte ganadora firmará un contrato por un año con una de las agencias de modelos más reconocidas de México, **Schock Model Agency**, y será la portada de la revista **Elle**, entre otros premios.

■ 24 horas continuas

Información al instante ■

■ Red de corresponsales y colaboradores más grande del continente



**telesur**

nuestro NORTE es el SUR

[www.telesurtv.net](http://www.telesurtv.net) • [twitter: @teleSURtv](https://twitter.com/teleSURtv) • [facebook/telesur](https://facebook.com/telesur)



## CLAXSON LANZA SU NUEVO CANAL *SEXTREME*

LANZAMIENTOS 3D EN CHILE, PORTUGAL Y ESPAÑA



Javier Villanueva, gerente de Contenidos y Programación de VTR, con Verónica Diez y Mariano Varela, durante la presentación de Playboy 3D en Chile



Claxson lanza el mes próximo su nueva señal de cable para adultos, **Sextreme**, que estará disponible en diez países de América Latina, según adelantó a Prensario **Mariano Varela**, VP y gerente general de la compañía, quien añadió: 'El canal surge a raíz de la notable proliferación de la oferta adulta en nuevas plataformas y dispositivos, que revolucionan el consumo del género, acentuando la preferencia por contenidos explícitos'.

Según Varela, el canal satisface una demanda 'aún no ocupada' por ningún otro canal: 'Ofrece los contenidos más vistos del mundo web, películas y shows XXX. Lo que el público buscaba en Internet ahora estará en nuestra nueva señal. Su librería estará compuesta por películas producidas en los últimos tres a cinco años y presentará una grilla 24/7, es decir sin rotaciones y con una estructura eficiente en cuanto a la flexibilidad para comercializarlo en distintas modalidades, tanto a la carta

como PPV'.

### LANZAMIENTOS 3D

Claxson continúa destacando su producción en 3D, con lanzamientos en Chile, Portugal y España. **Verónica Diez**, Marketing Chief de Claxson, comentó: 'En todas las plazas donde hemos presentado *Deseos Verdaderos* se han superado nuestras expectativas. El apoyo de nuestros socios locales, **Cablevisión** en Argentina, **VTR** en Chile, **ZON** en Portugal y **Digital+** en España, fue decisivo para el éxito de estos lanzamientos. VTR y ZON ya están ofreciendo Playboy 3D a sus abonados en modalidad VOD y con Cablevisión realizamos la primera emisión 3D de Argentina'.

Según su propio balance, tanto operadores como consumidores 'están listos' para esta tecnología. 'En la medida que se popularice la comercialización de pantallas 3D, se hará más accesible. Habrá un público que necesitará contenido 3D y por supuesto los distribuidores crearán una oferta para estos clientes'. Y completó: 'Para nosotros es importante estar a la vanguardia, conocer las necesidades y gustos de la audiencia para cumplir con sus expectativas y las de un mercado cada vez más demandante. Estamos ampliando la oferta en modalidad VOD 3D, así el público que ya tiene su televisor 3D, podrá contar con una oferta de contenidos amplia y variada'.

### ALTA DEFINICIÓN

El año pasado, Claxson lanzó **Playboy HD** en Portugal, estableciéndose como la primera oferta para adultos en alta definición. Varela añadió: 'Fue uno de los lanzamientos más importantes, no sólo por la apuesta en cuanto a inversión sino por el reto que significa mantener una marca como Playboy en su estándar de calidad. Por eso la librería de Playboy HD es 100% nativa'.

Para este año se lanzará la señal en otros mercados, 'ofreciendo 20 horas de estrenos mensuales, variedad de formatos como películas, series, realitys, ciclos especiales, producciones originales **Playboy TV LA** y los éxitos de **Playboy USA**', subrayó.

En relación a la situación actual de Claxson y las producciones que se proyectan para los próximos meses en América Latina, Diez expresó: 'Continuaremos con nuestras producciones originales y seguiremos trabajando en conjunto con Estados Unidos, como lo venimos haciendo hasta ahora, estrenando cada mes más producciones originales en el mercado doméstico'.

Dentro de los planes para este año se destaca una nueva producción en HD: 'Tendrá nuestro estilo y con todos talentos brasileños en las mejores playas del continente', explicó Diez, y añadió: 'En abril grabamos un nuevo formato que pretende explorar lo erótico, a través de poder espiar a desconocidas por una camarita web. Un formato amateur que cada vez se está imponiendo más en el contenido solicitado por nuestros clientes'.

## TELESUR SE VE EN PUERTO RICO

NUEVO ACUERDO DE LA SEÑAL SUPRANACIONAL

teleSUR ya transmite 24 horas en Puerto Rico. La señal latinoamericana de noticias, caracterizada por tener una agenda informativa propia, que va más allá de las pautas mediáticas de las grandes cadenas de noticias, sigue trabajando en la conquista de nuevos territorios. Ahora llega a Puerto Rico a través del dial 722 de **DirectTV**, el mismo que tiene asignado en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Perú,

Uruguay y Venezuela, con este operador de televisión por suscripción.

Con la incorporación de teleSUR a este sistema de televisión, la señal estará presente en todo el territorio. Ya en Puerto Rico se conocen varios espacios de la cadena, pues parte de la programación de teleSUR era retransmitida, con buena aceptación por la audiencia, a través de otros canales en la isla. Es así como *teleSUR*

*Noticias, Deportes teleSUR, Reportajes, Impacto Económico, Dossier* y algunos documentales.

teleSUR es un canal hecho por latinoamericanos desde América Latina con una gran red de corresponsales y colaboradores en el continente.





# 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 claves.



## 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 reportes a fondo sobre las principales noticias internacionales y de EE.UU. 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



## ENLACE: UNA PROPUESTA CRISTIANA PARA TODO EL MUNDO

Los canales de televisión Enlace y TBN Enlace Juvenil, fundados por **Jonás González Rodríguez**, presentan una programación con contenido cristiano que viene a complementar la oferta actual de señales de cable, siendo los pioneros en este género dentro de la TV paga.

La idea de Enlace nació de González Rodríguez en 1981, después de visitar las instalaciones de la NASA junto al astronauta retirado

**Charles Duke** (programa Apolo) y al ingeniero de vuelo en tierra **George Medcaf**, encargado de las instalaciones satelitales de la institución norteamericana. En ese momento le hicieron una demostración con luces para que pudiera ver los satélites del Espacio. Fue entonces cuando nació en él 'la visión de alcanzar el mundo hispano con el mensaje de la Cruz'.

Esa idea lo impulsó a trabajar para conseguir



Luis Marroquín, gerente general

**TONER**  
cable equipment, inc.

**Custom Built Headends**  
Desde 1978, Toner Cable ha construido headends personalizados para sus clientes alrededor del mundo. Desde sistemas simples de 12 canales a complejos de hasta 270 canales digitales con cabeceras de fibra óptica. Tenemos el conocimiento, tenemos la experiencia.

**RECEPTORES SATELITALES**  
Las Principales Marcas  
WELLAV - MOTOROLA  
SCIENTIFIC ATLANTA

**MULTIPLEXORES**  
Sencore's DMG  
3000/3100 o ADTEC  
DTA-3050  
Los multiplexores son la solución más sencilla y poderosa para que los operadores expandan o lancen nuevos servicios digitales

**MODULADORES QAM**  
Las mejores marcas de modulares Edge QAM

**MODULADORES QAM, CON ENCODERS SD/HD**  
DRAKE EH-24 SD  
ENCODER CHASIS  
BLONDER  
TONGUE AV-10E  
SD 10 PROGRAM  
ENCODER  
ADTEC - YUV2QAM  
HD 2 PROGRAM  
ENCODER

**SISTEMAS DE ACCESO CONDICIONAL**  
Convenient  
Betacrypt2 o  
XCRYPT-CAS  
Sistema de Acceso Condicional con todas las funciones

**SETTOP BOXES**  
DCM4-1000Z  
MPEG2 / MPEG4

US Company / Departamento de Ventas Internacionales  
Toner Cable Equipment, Inc. 969 Horsham Road - Horsham, Pennsylvania 19044 USA  
Tel. (215) 675-2053 Ext - 117 or 115 Fax. (215) 675-7543 800-523-5947  
WWW.TONERCABLE.COM

recursos, apoyo y colaboradores para que en cada nación se difundiese una señal de esperanza y fe para el mundo por medio de las comunicaciones satelitales. Recién en 1988 comenzarían las transmisiones a través del canal 23 desde el barrio Los Ángeles, en San José, Costa Rica. El transmisor sólo alcanzaba los dos kilómetros de distancia y duraba una hora diaria. Se lo llegó a conocer como *La voz de la cuadra*.

Luis Marroquín, gerente general, explicó: 'En la actualidad, Enlace transmite contenido cultural, espiritual y de entretenimiento en más de 5000 puntos, con oficinas en 23 países y producciones realizadas América y Europa. Además, cuenta con un canal en vivo que se transmite por Internet'.

### TBN ENLACE JUVENIL

Con la señal ya consolidada a nivel internacional, nació la idea de TBN Enlace Juvenil, un canal de TV dirigido al público juvenil, al considerar que en los últimos años, ha sido un segmento social castigado y fragmentado por la violencia, los vicios y el descontrol emocional. El objetivo es llevarles un mensaje de principios y valores fundamentados en la Fe cristiana, para contribuir como factor de cambio en la sociedad.

Entre sus contenidos, Enlace Juvenil incluye música, videos, programas de diversos géneros de temática moral y espiritual. Se trata de una señal gratuita, una oportunidad para sistemas de cable en tiempos de dificultad económica.

En marzo, Enlace celebró su ingreso al satélite número 13, que recibe y transfiere la señal a los habitantes del Valle de Texas y Harlingen, unas de las zonas hispanicas más grandes de Estados Unidos, y espera seguir en expansión.

Ambos canales transmiten durante las 24 horas del día, los 365 días del año siendo su principal objetivo ofrecer una programación, alternativa, y buscar una relación cercana y de afecto con sus televidentes en el mundo.



[www.dw-world.de/spanish](http://www.dw-world.de/spanish)

## Europa a tu alcance

DW-TV te mantiene al tanto de la actualidad europea y mundial, la actividad política y económica, los vaivenes bursátiles, la agenda cultural, de eventos y exposiciones o del mundo del deporte, sin olvidar los resultados de la Bundesliga.

En español, el Journal ofrece dos veces al día las noticias más recientes, y los documentales y debates analizan a fondo la actualidad abordando los temas más diversos y relevantes. Y en el catálogo de DW-TRANSTEL, la mejor televisión alemana en español: películas, series y reportajes sobre todas las temáticas y para todos los públicos.

**VISÍTENOS**  
en Canitec 2011  
stand n° 110



## KBS WORLD: EL CONTENIDO COREANO ARRIBA A LATINOAMÉRICA

PARTE EN CABLEVISIÓN DE MÉXICO EN JULIO

KBS, canal líder de Corea del Sur y principal distribuidor de contenidos de Asia, desembarca en Latinoamérica a través de su señal internacional **KBS World**, que ofrece las mejores producciones, entre las que se destacan las series dramáticas, documentales y programas de entretenimiento.

KBS maneja los canales de aire **KBS1** y **KBS2**, cuatro señales de TV paga, siete estaciones de radio, cuatro canales para TV Móvil (Digital Mobile Broadcasting), un canal de TV y radio internacional, que producen cerca de 19,000 horas de programación anuales, de las cuales un gran porcentaje se emite en la señal internacional (disponible en coreano, pero con subtítulos en inglés y español), la cual está presente en 71 países con cerca de 46 millones de suscriptores.

En Latinoamérica, el canal está disponible en 13 territorios, alcanzando 500.000 suscriptores: Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Trinidad y Tobago, Curazao, Ecuador, Perú, Paraguay, Bolivia y Chile. Un 34% de la programación es entretenimiento familiar, un 15% series dramáticas, un 13% de

noticias, un 10% de documentales, y el 28% restante es programación infantil, y contenidos de arte y cultura.

Además, el contenido producido se ha distribuido a canales de aire nacionales, regionales y locales de Latinoamérica: las series coreanas *Sonata de Invierno* y *Otoño en mi Corazón* se emitieron en **Mexiquense TV** de México, **Canal 12** de El Salvador, **TeleTica** de Costa Rica, **Medcom** y **SERTV** de Panamá, **CERTV** de República Dominicana, **Hoy TV** de Ecuador, **Red Guarani** de Paraguay, **La Tele** y **Venevisión** de Venezuela, **Guatevisión** de Guatemala, **TNP** de Perú y **Unitel** de Bolivia.

### GIRA COMERCIAL EN MÉXICO

Una comitiva de **KBS America** estuvo en marzo pasado en México para promocionar la señal a los operadores locales. **Richard Millet**, VP de Desarrollo, y **Sebastián Choy**, gerente de Marketing & Distribución, América Latina estuvieron a cargo de la organización del viaje comercial.



**Sebastián Choy**, gerente de Marketing & Distribución, América Latina

El ejecutivo destacó a **PRENSARIO**: 'Fue una muy buena decisión, ya que cerramos un acuerdo con **Cablevisión México** para lanzar nuestro canal entre junio y julio de este año; y hay buenas expectativas para partir en otros operadores. Tenemos proyectado una visita a América del Sur en septiembre.'

Sobre los planes de expansión, Choy explicó que también busca aumentar la distribución de sus contenidos en los canales de TV de la región: 'Estamos interesados en generar alianzas estratégicas con compañías en cada territorio, para entender sus necesidades programáticas, saber de sus proyectos a futuro y, en ese sentido, poder establecer sinergias entre ambas partes.'

## RT: DE RUSIA A LATINOAMÉRICA



**Xenia Fedorova** y **Victoria Vorontsova**

RT es una compañía rusa que opera tres canales de televisión, con emisiones en inglés, árabe y español, y están disponibles para plataformas DTH, cable o Internet. **RT Español** tiene su señal abierta para operadores de

televisión por cable, a la vez que está disponible en alta calidad en vivo en [www.actualidad.rt.com](http://www.actualidad.rt.com). Además, RT distribuye su contenido original para canales que quieran adquirirlo.

**RT Español** participó en dos eventos en marzo y abril: **Karina Melikyan**, del departamento de Promoción y Proyectos de Media, atendió *Punta Show On Board*, donde se reunió con operadores de Argentina, Chile y Uruguay. En segundo lugar, **Victoria Vorontsova**, subdirectora del **Grupo RT** y directora del canal en español, y **Xenia Fedorova**, jefa del departamento de promoción y desarrollo de proyectos de media, representaron a la cadena en MIPTV, donde asisten todos los años.

Vorontsova y Fedorova destacaron el *Free*

*Video*, un website donde se pueden descargar *footages* gratuitos de programación en distintos idiomas para emitir en televisión. RT tiene disponible para los compradores de contenidos un amplio catálogo de documentales y otros formatos de producción propia, con derechos para todas las plataformas.

En referencia al canal en español, las ejecutivas explicaron: 'Es un canal 24/7 con transmisión desde Rusia, de noticieros, documentales, programas analíticos y de entrevistas, que está disponible vía satélite y cable en Estados Unidos, América Latina y España. El canal estuvo nominado en 2010 a un premio de "Broadcast Digital Awards", en la categoría *Mejor Lanzamiento de Canal*'.



# Déjate llevar a Italia



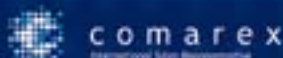
## Con Mediaset Italia

En el mundo hay 60 millones de Italianos. Para ellos, Mediaset – el grupo multimédios líder en Italia – ha creado un canal sin fronteras: Mediaset Italia. El canal en Italiano que trae las últimas noticias, entretiene con películas, series y sitcoms, divierte con talent, reality y talk shows, y emociona con el mejor fútbol italiano.



El canal que ven los Italianos

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



+52 (55) 5251-9410



+54 (11) 3535-0511



+55 (11) 3074 2399





# PLANET X LATINOAMÉRICA: LA SEÑAL DE DEPORTES EXTREMOS

## ALIANZA CON ALTERNA TV



Federico Martínez

**Federico Martínez**, presidente de la señal **Planet X Latinoamérica**, expresó a Prensario sus expectativas para este año en la región. 'Planet X se encuentra en Satmex 5, esto nos proporciona una excelente cobertura en Latinoamérica y ahora con el lanzamiento de Satmex 8 nuestra cobertura se va a expandir aún más. Definitivamente se va a distribuir la señal en la mayoría de los países de Latinoamérica. Actualmente ya se encuentra en Honduras y pronto se lanzará en Colombia, Argentina, Costa Rica y Guatemala.'

'PlanetX ha estado presente y ha estado apoyando fuertemente eventos de deportes extremos como el Campeonato Mundial de Surf en Costa Rica, que atrae cada año a más de 15,000 personas por 7 días, y también el campeonato de Moto Cross Estilo Libre (Free Style) que llena los estadios a su máxima capacidad. Esto demuestra la dimensión del auditorio de Planet X y el interés del televidente por los deportes de acción y el estilo de vida moderno de los jóvenes. Estamos integrando varias plataformas de distribución de nuestros con presencia en las redes Sociales, Internet y VOD'.

### UNA MARCA, MÁS QUE UN CANAL

Sobre su segmento, agregó: 'Representa el estilo de vida de la juventud que se identifica con los deportes de acción, la aventura y el peligro.

Nuestro auditorio se identifica con la vida del deportista profesional y/o amateur, todo lo que hace gira alrededor de su actividad como la ropa que viste, el coche que maneja, la decoración de su casa, y los alimentos y bebidas que consume. En fin, su afición se convierte en su estilo de vida. El televidente de Planet X constituye uno de los mayores consumidores de productos dirigidos a la juventud. Lo que hace que Planet X sea único, es la capacidad de poder representar este estilo de vida en las pantallas, más que un canal de televisión, somos una marca'. Llevamos más de una década en la industria de los deportes de acción y hemos logrado establecer una excelente comunicación con los deportistas de deportes extremos y también con nuestro público.'

### CONTENIDOS LOCALES EN LATINOAMÉRICA

'La esencia de la señal es tener contenidos producidos y originados en Latinoamérica. No es lo mismo ver a un Surfista en Hawai que verlo en Puerto Escondido. Por esta razón estamos produciendo eventos y contenidos originales, para lo cual trabajamos con organizadores de este tipo de eventos en Latinoamérica para darle cobertura.

Generamos muchos contenidos a través de nuestros 'Bureaus' que son centros de producción locales, que se están estableciendo en diferentes ciudades y puntos estratégicos. Este año nuestro V.P. **Oscar Mercado** fijó la meta de tener más de 40 Bureaus operando en diferentes países de Latinoamérica.

Aparte, tenemos un convenio con varias productoras de contenidos de deportes de acción que nos da los derechos exclusivos a toda su programación, con esto contamos con cientos de horas de programación reciente y original. El formato de nuestra programación es de alto impacto y acción, son segmentos muy rápidos aptos a la capacidad de atención de nuestro televidente que generalmente ve la tele mientras navega el internet o manda mensajes por su celular.'

### VENTAJAS PARA LOS OPERADORES

'Donde nos ubique depende de la estrategia

de cada operador, en **Cablevisión Monterrey** estamos en su paquete digital y con algunos operadores estaremos en los paquetes básicos.

Tenemos dos ventajas muy fuertes: La primera es que estamos dentro del Multiplexor de **PCTV** junto con algunas señales de Pramer que están en la mayoría de los sistemas. Esto facilita la entrega de la señal y reduce la necesidad de instalar receptores en cada plaza.

La segunda es el lanzamiento de nuestra señal en HD este año, de esta manera se va promover la señal HD en el canal de SD para que los subscriptores de básico contraten el paquete HD.

Estamos ofreciendo Premiums a los sistemas, tales como entradas a eventos, promociones, viajes, etc. para los subscriptores que contraten los paquetes digitales y HD. Aparte ofrecemos a los sistemas ciertas horas de contenidos VOD sin costo adicional'.

Los acuerdo más importantes que hemos realizado este año son con **PCTV**, **Cablevisión Monterrey (Multimedios)** y sistemas en Veracruz, Jalisco y Honduras.

Planet X es una señal 'a la carta', representamos un segmento de nicho muy importante en Latinoamérica que son los jóvenes y adultos con espíritu joven. Es un mercado muy deseado por los anunciantes pero difícil de llegar efectivamente. Planet X es un vehículo para hacerlo con una combinación de eventos, atletas, promociones, Internet, redes sociales y por representar el estilo de vida que muchos desean'.

### ALIANZA CON ALTERNA TV

Dice Federico: 'Nuestra alianza con Alterna TV es muy buena, su presencia en el Mercado Hispano siempre es fuerte y pronto nuestra señal estará en los paquetes Latinos de sistemas como Time Warner, Dish etc. **Maricela Hernández** de Alterna TV está haciendo una excelente labor con la comercialización de nuestra señal.

**Alfonso Guerrero** se acaba de integrar a Alterna TV para enfocarse en comercializar las señales de Alterna TV en Latinoamérica y Sudamérica.



**LE ABRIMOS TODAS LAS PUERTAS**



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

**FRANCE 24 LES ESPERA EN CANITEC, STAND 114**



## E! ENTERTAINMENT: ESTRENOS CON CELEBRIDADES

E! Entertainment Television presenta cinco propuestas con celebridades, destacando *Kourtney y Kim take New York*, estrenada el 5 de mayo. El programa muestra cómo las hermanas Kardashian abren una boutique en Manhattan, que las llevará a vivir una experiencia llena de glamour, diversión y fama.

El 1º de junio, la señal trae la segunda tempora-

da de *Holly's world*, que sigue la vida profesional y privada de una artista y sus amigos mientras trabajan y se divierten en Hollywood.

El estreno de *True Hollywood Story: Charlie Sheen* está preparado para 6 de junio y relatará cómo el actor ha dominado la escena mediática por su mala conducta y sus descabelladas declaraciones. Sus líos amorosos, escándalos y su



Kourtney & Kim take New York

Expect More From Your DVB Security Solution

erimatrix

Venga a vernos en Expo Canitec 2011  
Puebla, Mexico • Mayo 25-27 • Booth #106

verimatrix  
Beyond Content Protection to Revenue Security™

internación en un clínica de rehabilitación.

Ya sobre el mundo de la política, el 13 de junio llega *True Hollywood Story: Sarah Palin*, un documental sobre la ex gobernadora de Alaska, que irrumpió en la escena nacional cuando John Mc Cain, la eligió como compañera de fórmula, en las elecciones presidenciales del 2008.

Finalmente, el 20 de junio se estrena *HV Rock & Glamour*, que muestra a un grupo de rockeros que se transformaron en empresarios, actores, amantes del jet set y del lujo, participan en fiestas glamorosas y se relacionan con las mujeres más hermosas del mundo de la moda, el cine y la TV.

### MTV LANZA NICKELODEON HD EN AMÉRICA LATINA

MTV Networks Latinoamérica lanza Nickelodeon HD el 1 de julio en América Latina; es su primer canal infantil en alta definición. **Álvaro Paes de Barros**, VP de Distribución de la compañía anunció que la señal estará disponible en Brasil a través de **Sky**, y en México a través de los cableoperadores más grandes, mientras que está en negociaciones con operadores de Chile, Colombia, Perú y Venezuela.

La grilla de programación de Nickelodeon HD contará con varios de programas de Nickelodeon, entre ellos *Bob Esponja*, *iCarly*, *Pingüinos de Madagascar*, *Los Padrinos Mágicos* y *Victorious*, entre otros.

**Jimmy Leroy**, VP Creativo de Nickelodeon Latinoamérica, dijo: 'Existe hoy mundialmente un alto grado de tecnología involucrada en la creación de contenido promocional y en la identidad del canal. Poder contar con este nuevo canal en HD panregionalmente demuestra un crecimiento importantísimo en la región.'

**ESPN**



**ESPN ESPN+ ESPN2 ESPNHD**

**ESPN**  
DEPORTES.COM

**ESPN**  
PLAY2

**ESPN**  
EXTRA

AMÉRICA LATINA,  
AMÉRICA CENTRAL Y CARIBE:  
ventasafiliadosla@espn.com  
tel (54 11) 5031 0800



**ESPN**  
MOVIL

**ESPN**  
(RADIO)

scrum.com

MÉXICO:  
Arturo Flores - arturo.flores@disney.com  
tel (5255) 5258 1973

**ESPN**  
THE MAGAZINE

**ESPN**  
Colección



## CLICK STUDIOS Y LMT PRODUCIRÁN PARA FOX SPORTS

MÁS DE 100 HORAS DE CONTENIDO PARA SUS SEÑALES

Los empresarios **Sebastián Darcyl** (Click Studios) y **Dino Rocco** (LMT Producciones) anunciaron la firma de un acuerdo para realización de contenidos televisivos, que incluye, entre otros aspectos, un paquete de 100 horas para el canal deportivo Fox Sports. Se trata de programas y especiales, relacionados con turismo, viajes, y temporada de invierno en el Cono Norte y Cono Sur que

realizarán sus compañías.

La serie *Invierno Fox Sports* se emitirá en Fox Sports a partir de junio 2011, y ofrecerá una completa cobertura en los centros de ski de Argentina y de Chile. Se presentarán otras regiones de Latinoamérica donde el invierno también se vive con intensidad: Colombia, Venezuela, Perú, Ecuador y Bolivia.

En cuanto a la comercialización y las

oportunidades para marcas, se trabajará en conjunto entre Click Studios, con **Pablo Arenas**, su Director Comercial, y el equipo de **Fox Sports**, con **Mariano Lavalle** para el Cono Sur y **Fernando Iturriaga** para el Cono Norte.



# LINDSAY BROADBAND INC.

## Acceso Wi-Fi SMHAP

- Acces Point SMHAP Accesibles
- Montaje endurecido para Acces Point
- HFC alimentado a 110 o 220 v
- Backhaul de Fibra y DOCSIS
- Radios de 802.11 a,b,g,n
- Opciones de Radio 1, 2 y 3
- Sistema operativo de gerenciamiento incluido

**POR QUE PAGAR MILES DE DOLARES  
POR APLICACIONES STANDARDS**

Going the extra mile... for the last mile

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

Tel: (800) 465-7046 / (705) 742-1350 Fax: (705) 742-7669 Email: info@lindsaybroadbandinc.com

## TELEFE: NUEVO EJECUTIVO DE VENTAS

**Telefe** (Argentina) nombró en mayo a **Ariel Katz** como Ejecutivo de Ventas Senior de Señales Satelitales, reportando directamente a **Daniel Otaola**, Gerente de Ventas de Señales Satelitales, área que depende de la Dirección de Interior y Señales, a cargo de **Claudio Ipolitti**.



Ariel Katz

El nuevo ejecutivo de Ventas será responsable de la consolidación y gestión de la comercialización de los canales para TV Paga del Grupo Telefe, a través del desarrollo de la relación comercial con los clientes nacionales e internacionales.

Ariel Katz es Licenciado en Administración de Empresas de la **Universidad de Buenos Aires** y tiene experiencia en actividades comerciales dentro de medios como **TyC Sports**, **Claxson** y **Turner International**.

‘La elección de Ariel Katz como Ejecutivo de Ventas Senior de Señales Satelitales responde a la necesidad de Telefe de continuar ampliando los negocios, tanto en Argentina como en el mercado internacional y desarrollando su estructura. Estamos muy contentos y orgullosos con su incorporación al equipo. Confiamos en que a través de su experiencia y capacidad, contribuirá de manera significativa al desarrollo y crecimiento de los negocios del área. Le deseamos el mayor de los éxitos en su gestión’, destacó Daniel Otaola.

# Tocamos todos los puntos del entretenimiento

El canal con la combinación perfecta para adultos contemporáneos: películas internacionales y el mejor cine erótico.



El primer canal musical sin interrupciones. 24 horas de los videos más pedidos.



El canal con el balance perfecto entre información y entretenimiento. Más de 3000 horas de programación exclusiva al año. 52MX La tele de todos.



ANTENA 3

El canal más conocido de España, con las mejores producciones originales, talk shows, concursos y más.



CINE LATINO

El canal número uno de películas en español, sin cortes comerciales, con lo más reciente de México, Latinoamérica y España.



El canal de cine con las más espectaculares producciones de Hollywood dobladas al español, que además ofrece importantes series y grandes eventos.



El canal para pre-adolescentes con series exclusivas de anime en toda Latinoamérica, películas, música y mucho más.

**MVS Televisión, siete canales con todos los géneros para todos los públicos.**

## INFORMES Y VENTAS

Sandra Chávez Tovar  
Gerente Ventas de Señal  
Tels. (52 55) 5764 8100 / 5764 8154  
Exts. 4504 / 4505 / 4506 / 4507 / 4509  
Dir. (52 55) 5764 8131  
Email: schavez@mvs.com

[www.mvs.com/marketing](http://www.mvs.com/marketing)



**LFP**

PARTIDOS  
EN EXCLUSIVA



**AQUÍ TODO**



Oficinas • Headquarters | Av. Vasco de Quiroga # 2000 Edificio "C" 3er. Piso • Col. Santa Fe • C.P. 01210







# LOGIWAYS: PUSH VOD, SIN STREAMING

## DESARROLLO JUNTO A CASTALIA EN LA REGIÓN

**Logiways** es una empresa europea con gran desarrollo de ingeniería en Francia y China que empieza a ser una alternativa como proveedora de tecnología de alto valor agregado. Con su solución *Push VOD* sin streaming, permite aprovechar las cajas para llegar al público con una oferta de VOD a un precio más accesible de lo visto hasta ahora.

Eso con la ayuda de **Castalia Communications Corporation** que, además de representar se-

ñales, también apoya a grandes fabricantes para que entren en la región de América Latina.

Logiways ha desarrollado esta solución VOD para el operador francés **TV Numeric**, el cual ha elegido el Control de Acceso de Logiways para la distribución de su oferta de señales, además de **Canal+** sobre la plataforma terrestre digital y como vía satélite a través de **Eutelsat**.

Los suscriptores DTH tienen una caja en su casa y el contenido VOD va al disco duro de

esa caja enviado por el operador por la noche (solución sin streaming). Esos programas están disponibles a la hora que los consumidores quieren verlos mediante un sistema de navegación extremadamente simple.

Sus STB con un disco duro de 500GB están entre las más baratas del mercado. Además, el Control de Acceso (CAS) cuenta con el certificado EAL 4+, siendo el único en el mundo que lo tiene por su nivel de seguridad.

La compañía ya está en conversaciones con los principales MSO de la región así como con los operadores de DTH para ofrecerles soluciones disponibles para IPTV. Asimismo funciona para empresas de TDT, y permite broadband satelital e interacTV.

Las soluciones que ofrece Logiways permite llegar a los sectores más bajos de la población, que incluye al 70% de los hogares que hoy no tienen VOD, y es especial para mercados como los nuestros y también para utilizar en servicios educacionales a distancia que puedan aprovechar los gobiernos brindando educación, conocimiento y cultura a los alumnos de las escuelas públicas.

**DLO Corp.**  
Solutions that help expand quicker.

Service Delivery Solutions is a powerful framework that hosts different software modules designed to help your operation in each stage of the service delivery cycle. From the ordering to the activation and real time billing, you can tailor the platform with the tools you need.

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

**VOICEOVERNET**  
Telecom Engineering & Solutions  
[www.voiceovernetinc.com](http://www.voiceovernetinc.com)

United States - Costa Rica - Panamá - Argentina

## SKY ITALIA ELIGIÓ T-VIPS



**T-VIPS**, la empresa noruega especializada en la contribución de video profesional y soluciones de distribución de video, anunció que **Sky Italia** ha elegido el *TVG425 MPEG Transport Stream* y el *Gateways de video TVG450 JPEG2000* con el objeto de proporcionar funcionalidad de avanzada al transporte de video de Sky Italia.

La Video Suite Gateway de T-VIPS es una opción flexible y rentable de productos diseñados para la colaboración en tiempo real y distribución de video de alta calidad. Las soluciones de T-VIPS están ahora integradas en la red, que comenzará a funcionar en el primer semestre de 2011.

Este despliegue, que conecta Milán y Roma, es la primera fase de un proyecto de Sky Italia para pasar a una red de contribución avanzada de video IP, que conectará a todo el país.



infantiles

drama

ACCIÓN

comedia

CIENCIA FICCIÓN

LAS 24 HORAS DEL DÍA

VIVE EL CINE

●●● EN LA COMODIDAD DE TU HOGAR

¡XTIME la señal que te ofrece más!

100% programación doblada al español o subtitulada.●●●

Emisión 100% digital.●●●

Estrenos de Hollywood cada semana.●●●



TU CINE EN CASA

Ventas: Hortensia María Espitaletta. Dirección: Avenida 15 No 104-30 oficina 506. Bogotá, Colombia.  
Teléfonos: (571) 611.3907 y (573) 2.448.8536. Email: ventas@xtimechannel.com



## ALPHA TECHNOLOGIES APUESTA A LOS PANELES SOLARES



Ing. Antonio Gálvez

El Ing. Antonio Gálvez, director de ventas para Latinoamérica de Alpha Technologies, habló con Prensario antes de Canitec y destacó que su compañía, líder en el tema

de fuentes de poder para la industria de la TV paga, ya fabrica paneles solares tras la compra de la compañía Outback Technologies y los están implementando en el uso de cabeceras de 48 volts. Espera que la división de la parte solar crezca mucho en el futuro y demuestra el compromiso de la compañía en el futuro uso de la energía. Todo este tema está muy fuerte en los Estados Unidos donde todos buscan soluciones renovables. Alpha, además tiene la empresa Coppervielle, que se ocupa de la maximización del uso de la energía e incluso de todas las aplicaciones que tiene.



Además mencionó que toda Latinoamérica es un mercado consolidado para Alpha; y en particular, México se atiende con el servicio técnico de Power Services de Luis Mamud, que también ve Puerto Rico,

Colombia, Chile y Perú. En particular sobre México, sostuvo que la consolidación y competencia del mercado incluso los ha beneficiado por que ha subido la inversión y el esfuerzo de eficiencia en el uso de las fuentes por parte de los operadores líderes para brindar telefonía sin cortes ni problemas.

Vale destacar que el Ing. Gálvez lleva 16 años en la compañía y empezó en Latinoamérica cuando era totalmente desconocida. Al principio la veía sólo y ahora tiene tres personas en la región más dos centros de servicio, y la compañía está tomando cada vez más gente latina en sus headquertars. En el desarrollo de producto, todos los nuevos lanzamientos tienen que pasar por la gente con experiencia en la región para ser adecuados en nuestros países.

Ahora van a Canitec, donde también viajará Paul Shmotolokha, otro conocido del mercado mexicano.

**Hansen**

**PIT TELECOM**

Coyhaique # 1513, San Miguel Santiago, Chile  
 Tel.: (56-2) 7916122 / 3121379  
 info@pittelecom.cl | www.pittelecom.cl



**INFORMACIÓN**



**LA VIDA ES BELLA**



**TEATRO**



**MAGACÍN**



**ENTRETENIMIENTO**



**CINE**



**DOCUMENTAL**



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



**FICCIÓN**



**EVENTOS**



**DEPORTES**



**SERIES**

**CONTACTO:**

**TV5MONDE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE**

[tv5latina@tv5monde.org](mailto:tv5latina@tv5monde.org)

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



# PIT TELECOM: NUEVO EDIFICIO EN SANTIAGO

AHORA VA CON HANSEN A CANITEC

Jorge Boza de Pit Telecom destacó a Prensario que está inaugurando un nuevo edificio de oficinas en Santiago de Chile, cerca al anterior, en la comuna de San Miguel. En la capital chilena posee además otras bodegas en la avenida Panamericana.

En la parte comercial, sigue apostando con todo a Hansen en Latinoamérica, cuyo producto ya es la primera alternativa de Claro después de su marca propia. Con stock propio, ya se le ha vendido 1.500 kilómetros de cable. Vale agregar que la marca, comparada con los proveedores



Jorge Boza y Edwar Juárez en Lima

tradicionales de mayor reconocimiento en el mercado, los iguala en calidad de fabricación y decididamente tiene un mejor precio. Hansen es súper reconocido a nivel mundial, no sólo en China donde es famosa como el fabricante que más plantas tiene, sino también en Rusia, Europa y otras partes.

Esto lo comentó en la Tercera Cumbre de la APTC de Lima, y remarcó que Perú en uno de sus mercados más fuertes. Estuvo apoyando a la asociación peruana desde sus primeros seminarios y además de Claro hay buena relación con Telefónica.

Colombia también es otro mercado determinante para la venta de Hansen. Se está vendiendo allí con Dinatel y ahora también se hizo un acuerdo para varios países de la región andina con Fyco de Edwar Juárez, que permitirá avanzar en otros países.

De cara a México por la realización de Canitec, Jorge Boza destaca que van a buscar los operadores grandes y que también espera reunirse con distribuidores locales para abarcar de la mejor manera el mercado.

**Reportv»**

**Guiamos a Latinoamérica en la elección de la programación**

Somos una empresa de servicios, dedicada hace más de diez años a generar y distribuir información sobre la programación para televisión por cable.

Con un fuerte compromiso con las cambiantes necesidades de nuestros clientes, en los últimos años hemos desarrollado, en nuestro propio centro de cómputos, distintos sistemas para que los cable operadores cuenten con nuevas herramientas para poder acercarse más y mejor a sus abonados.

**Pantalla**

**Buscador Web**

En la actualidad, producimos y editamos la información de programación para las revistas y suplementos de espectáculos para diarios, Páginas Web y buscadores para Call Center.

**Revistas**

**Usted vende programación, nosotros se lo informamos a sus abonados**

**Televisión Digital**

Proveemos de información a las guías interactivas de Aptiv, Conax, Irdeto, Nagra, etc.

**Nuevo Servicio: EPG Server**

Servidor de Guía de Programación Electrónica + Data.  
Una solución para su cabezal DVB.

**Nuestro compromiso no significa que no podamos equivocarnos, significa que vamos a responder!!**

Gral. Güemes 60 - P. Baja of. "D" - (1704) Ramos Mejía - Provincia de Bs. As. - Argentina  
Tel/Fax (5411) 6380-2555 / info@reportv.com.ar / www.reportv.com.ar

## COMPUNICATE: CTI CAS

Communicate, empresa China proveedora de soluciones y productos para headends, presentó CTI CAS, un sistema de acceso condicional de alta seguridad que tuvo buena repercusión en Latinoamérica por su calidad de servicio. Este sistema se implementó en el principal operador de TV de paga de Colombia, Telmex.

Utilizado en más de 60 países, CTI CAS cuenta con una solución de alta seguridad que establece canales seguros mediante una tarjeta inteligente y un set de chips decodificadores. Su mecanismo de hot-backup está diseñado para lograr una mayor estabilidad. Además, la tarjeta y el set top box pueden ser combinados con diferentes métodos de encriptación con el objetivo de impedir el control de redistribución de palabras (CWR, por sus siglas en inglés).



# TOP ASIAN NETWORK

MÁS DE LO QUE PODÉS IMAGINAR

**KBS WORLD**



Drama



Entretenimiento



Documentales



Animación

**EL MEJOR CONTENIDO DE ASIA**



**Sebastián Choy**  
KBS America

625 s. Kingsley Dr.  
Los Angeles, CA90005  
Phone; 213-739-9603  
Mobile: 213-968-1234  
E-mail: [sebastian@kbs-america.com](mailto:sebastian@kbs-america.com)



# MIGRANDO A TECNOLOGÍAS "VERDES" CON LA ECO-AMIGABLE

## INFRAESTRUCTURA LAN ÓPTICA PASIVA (POL)

Una de las mayores preocupaciones de los arquitectos de hoy en día en cuanto a nuevas construcciones es aumentar el uso de materias primas renovables, y al mismo tiempo reducir la dependencia de materiales derivados del petróleo. Estrategias para mejorar la eficacia energética, la reducción de emisiones de CO2, la mejora de la calidad en ambientes interiores y la protección de los recursos naturales, está ganando tanta importancia que ahora existen agencias de certificación reconocidas internacionalmente para encargarse de estos temas.

Para dar frente a estas inquietudes, los arquitectos buscan constantemente oportunidades para reducir el consumo eléctrico y de combustible, mejorar la calidad del aire y usar materiales más eco-amigables. Sistemas de Comunicaciones y Control (de bajo voltaje), uno de los cuales incluye LAN con entrega de voz, datos y video, es uno de los campos donde arquitectos e ingenieros de diseño pueden lograr mejoras sustanciales en ahorros de energía.

LAN Óptica Pasiva (POL) es una solución LAN de fibra (100%) que opera con tecnología comprobada de Redes Ópticas Pasivas (PON) es la principal alternativa a las redes LAN tradicionales que permite a los arquitectos e ingenieros de diseño aumentar el uso de materiales eco-amigables y simultáneamente

reducir en forma considerable el consumo de energía y los costos significativos asociados con las infraestructuras de LAN tradicionales.

### LAN TRADICIONALES

Las LAN de cable de cobre tradicional envían señales de alta frecuencia (velocidad) entre un Hub y las computadoras personales. Al mismo tiempo, las señales de los múltiples Hubs se agregan en un Switch/Router en el cuarto principal de comunicaciones. Los múltiples Hubs son generalmente switches Ethernet conectados por cables de cobre a las diversas computadoras. El agregador principal es un Switch/Router Ethernet con conexiones de fibra óptica (o cobre) a los Hubs. En conjunto, estos dispositivos forman una LAN.

Las señales de alta frecuencia en las LAN de cobre de hoy en día requieren un consumo significativo de energía eléctrica para alimentar los switches en las Hubs intermedias y los cuartos principales. Estas señales de alta frecuencia no pueden viajar más de 100 metros (325 pies) desde un switch a una computadora sobre cables de cobre. Estas consideraciones, que incluyen el consumo de energía, la distancia, y la necesidad de proporcionar espacio para los equipos electrónicos, han sido incorporadas a los diseños de edificios, además de la adición

de armarios de telecomunicaciones separadamente de los armarios eléctricos.

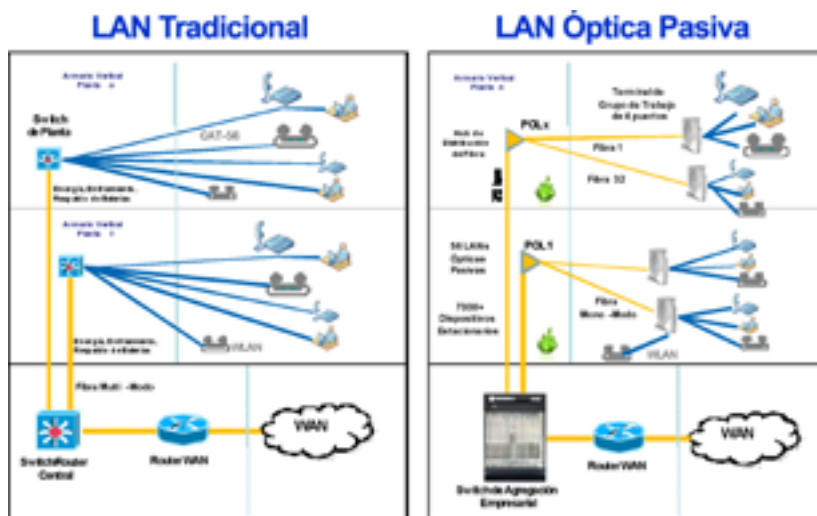
De hecho, los arquitectos han estado limitados respecto al diseño de los edificios por las necesidades de distancia y espacio de las LAN sobre cable de cobre. También han estado obligados a incluir materiales plásticos (no-renovables) y cables de cobre por razón de LAN tradicionales en sus diseños de edificios.

### REDES POL

POL está basada en tecnología PON comprobada, la cual ha sido desplegada por destacados proveedores de servicios en todo el mundo, proporcionando servicios Triple Play a millones de suscriptores a nivel global. POL ofrece conectividad de fibra óptica a las empresas a cualquier punto Ethernet, como dispositivos de usuario final, puntos de acceso y controladores inalámbricos e impresoras. Las POL simplifican enormemente las redes LAN de una empresa, ya que sustituyen los cables y dispositivos de cobre de la configuración LAN tradicional con equipo de fibra óptica.

Las redes POL constan de un equipo de agrupación de alta densidad (OLT/EAS) en el cuarto principal de telecomunicaciones (TR), que entrega servicios agregados sobre PON hasta el escritorio o despacho, terminando en el WGT (terminal de grupos de trabajo). Los WGT proporcionan conectividad Ethernet 10/100/1000BaseT a equipos de escritorio como computadoras, laptops, teléfonos de voz sobre IP (VoIP) y videoteléfonos usando cables de cobre comunes. El WGT puede estar a hasta 20 kilómetros de distancia del dispositivo de agregación, lo que elimina la necesidad de colocar armarios de telecomunicaciones en un radio de 100 metros desde las tomas del área de trabajo.

La red POL utiliza pequeños divisores de fibra óptica pasivos colocados en cajas de fibra dentro del edificio, normalmente en cada piso, aunque pueden estar en cualquier sitio o simplemente en el cuarto de telecomunicaciones principal. Estos divisores y sus cajas, de normalmente



➤ **Una señal, para todo el mundo.**



**Información • Entretención • Cultura**





Viene de página 72

0,057 a 0,11 m<sup>3</sup> (de 2 a 4 pies cúbicos [ft<sup>3</sup>]) de tamaño, no necesitan alimentación eléctrica, no emiten calor y se pueden instalar en armarios eléctricos, en sus propios armarios o incluso en la pared.

**VENTAJAS DE POL**

POL ofrece a los arquitectos y diseñadores un ahorro importante en todos los aspectos de la construcción y diseño del edificio. POL no sólo facilita el uso de materiales ecológicos y reduce de manera significativa el consumo de energía, sino que además ofrece a la empresa una red consolidada que se mantiene al paso de la evolución de los requerimientos LAN, y reduce los gastos totales sobre la vida útil de la red. A continuación, se encuentran las ventajas claves de una infraestructura POL:

- Reduce el costo total de la propiedad con ahorros que oscilan del 34% al 68%.
- Permite una reducción del gasto de energía y espacio en la empresa, con ahorros de energía que oscilan entre el 40% y el 60%.
- Permite el ahorro de espacio gracias a que se puede ubicar el switch de agregación a 20 km de distancia del WGT, lo que permite eliminar la necesidad de armarios de telecomunicaciones

en los diseños de planta.

- Reduce el uso de materiales no-renovables con un ahorro calculado de alrededor de 3.600 kg
- (8.000 libras) de plástico y cobre en un edificio con 4.000 puertos Ethernet cuando se utiliza POL, en comparación con una solución de cobre de categoría 6 (Cat-6).

Es compatible con redes convergentes, pues utiliza la misma infraestructura de fibra para entregar el servicio de Televisión por Cable, eliminando así la necesidad de una red coaxial separada.

Ofrece la mayor vida útil de infraestructura de fibra óptica con duración de 25 años, comparado con 10 a 15 años para redes de cobre.

- Reduce los gastos de mantenimiento.
- Es una infraestructura LAN altamente segura.
- Crea una posibilidad de ancho de banda prácticamente ilimitado (25 Tbps).

Otra de las ventajas que proporciona el cableado estructurado usando infraestructura PON, son los reducidos costos de instalación gracias a que un cable de fibra óptica alimenta

varios puertos Ethernet. Los cables de fibra óptica son más finos y ligeros, lo que resulta en una reducción aún mayor de los costos de la mano de obra. Hay un costo reducido de los equipos de armario, bandejas de cables, bastidores, gabinetes y equipos de protección contra incendios gracias a la naturaleza de los cables de fibra óptica. Los costos de equipos para conexión a tierra también se reducen pues la fibra óptica no conduce electricidad.

POL no sólo facilita el uso de materiales eco-amigables y reduce de manera significativa el consumo de energía, sino que además ofrece a la empresa una red consolidada que se ocupa rápidamente de los requisitos de la LAN en evolución y reduce los gastos totales del ciclo de vida útil.

*\* Pablo Kagioglu está en AMT desde 2002 como Director Técnico de ventas para América Latina. Tiene más de 15 años de experiencia en Telecomunicaciones especialmente en los campos de CATV, IPTV, Datos y VoIP.*

“Reimpreso y traducido con permiso de la revista, BICSI News Magazine número enero/ febrero 2011”

**VENTA Y ASESORIA EN EQUIPOS DE TELEVISION POR CABLE**

**EL TIGRE CATV**

60 Kmtrs EDFA SA 19 DB \$4600

Manga TYCO 24 \$80

Node Antec \$295 4 output

Dual Feed \$80

Amp BTD 4 output \$250

Amp BLE75SH \$69

Tap Regal 1Ghz \$5

Power Supply 15 amp \$120

RG6 Commscope 306 mts \$42

Medidor \$420, 5-870 Mhz

Ing. Francisco Ruiz  
715 N. Glasscock Suite # 15 Mission, Texas 78574 . Phone:1 (956) 844-6356  
ENVIOS POR DHL Y FEDEX A TODA SUD AMERICA

[www.eltigre-catv.com](http://www.eltigre-catv.com)

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

CONTENIDO PARA LOS PROFESIONALES DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES  
Alta calidad televisiva, diferentes formatos, script en español

**FREEVIDEO.RT.COM**

Todos los videos son gratuitos

Solo haga click para descargar los videos

Contacto:

Gerente de Distribución

Karina Melikyan - [kgmelikyan@rttv.ru](mailto:kgmelikyan@rttv.ru)

Teléfono: +7 495 645 28 43



POR PATRICIO S. LATINI, DIRECTOR DE INGENIERÍA DE PREVENTA DE ARRIS

# LAS TRES PANTALLAS, EL MPEG4 Y EL BITRATE ADAPTATIVO



Durante los últimos años ha cambiado significativamente el paradigma en el que el único dispositivo hogareño para consumir video era el televisor. En primer término, el aumento significativo del ancho de banda disponible en los hogares ha hecho proliferar la utilización en las computadoras personales de los servicios de video llamados “Over the top”, como lo son **You Tube, Netflix, Hulu** y otros. Por otro lado, últimamente, se ha sumado un nuevo jugador a la forma de acceder al contenido audiovisual que es el dispositivo móvil, representado por teléfono inteligente o tablets.

Estudios muestran que actualmente más del 40 % del tráfico de Internet pertenece a tráfico de video de estos proveedores de contenidos y que particularmente la llamada “Generación Y” (personas de entre 20 y 30 años) han adoptado Internet como su principal fuente

de contenido utilizando principalmente los dispositivos alternativos enumerados anteriormente.

La suma de estas dos tendencias ha generado un nuevo paradigma al que se ha llamado de las **Tres Pantallas**, debido a que en esta nueva visión se considera que los proveedores deberán ser capaces de poder llegar con un determinado contenido audiovisual en forma indistinta ya sea al TV, la PC o el móvil.

Es de particular interés para los operadores de TV por cable comprender este fenómeno, así como también los requerimientos tecnológicos necesarios, que no son menores, para poder comenzar a ofrecer este tipo de servicios y algunos de los cuales discutiré brevemente a continuación.

El protocolo MPEG ha existido por más de 20 años como método de transmisión de video en formato digital, y por lo tanto ha evolucionado para satisfacer las nuevas demandas tanto de calidad y de medios de transmisión. En la actualidad la gran mayoría de los servicios de video sobre internet utilizan el **MPEG-4 AVC** o también llamado H.264 el cual permite tener excelente calidad de video con tasas de bit relativamente bajas a expensas de un incremento en la capacidad de procesamiento requerida tanto en la codificación como en la decodificación.

Por otro lado es fácil de ver, que cada una de las tres pantallas mencionadas anteriormente tienen resoluciones de pantalla y capacidades de procesamiento muy diferentes entre ellas, es decir que un televisor puede mostrar sin

problemas contenido en Full HD (1920x1080), una computadora personal en HD (1280x720) y un dispositivo móvil en SD (720x480).

Dado que el contenido a ser distribuido, idealmente debe estar disponible en la red del operador de TV por cable, en cualquiera de esas resoluciones, según sea el dispositivo que lo demande y además debe ser capaz de mantener la calidad independientemente de posibles situaciones de congestión de red. Se dice que la transmisión del video debe ser del tipo **Bitrate Adaptativo**, de forma que el conversor de video o Encoder pueda, desde una fuente única de video, generar todas las resoluciones y tasas de bit necesarias para que los diferentes dispositivos puedan acceder a dicho contenido.

En mi opinión, la distribución de video experimento en estos momentos la mayor evolución tecnológica de las últimas dos décadas y por lo tanto es de vital importancia considerar estos nuevos servicios alternativos dado que están recibiendo una aceptación significativa por los usuarios de contenido audiovisual y al mismo tiempo las tecnologías discutidas previamente proveeran la base tecnológica de los próximos años.

## BITRATE ADAPTATIVO, SEGÚN DISPOSITIVO



LA CALIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS ES NUESTRA MAYOR GARANTÍA

# Siscoax

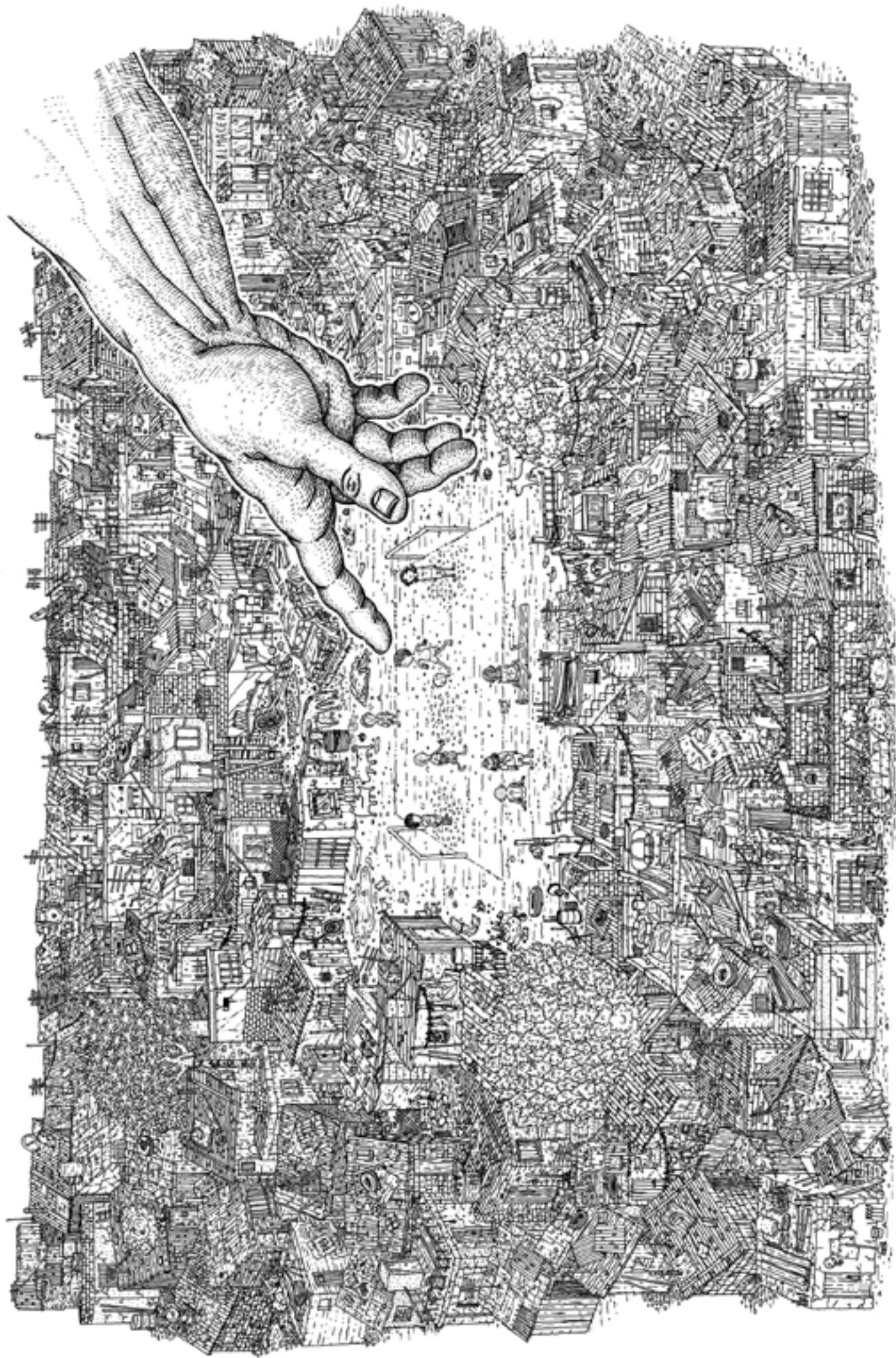
Sistemas Coaxiales

- PREFORMADOS
- REINFORCING RODS
- TENSIÓN
- RETENSIÓN
- MONTAJES WFC

- SOPORTE
- SUSPENSIÓN
- ANCLAJES
- EXTENSIONES
- TROQUELADOS

HERRAJES ESPECIALIZADOS PARA EL MONTAJE DE REDES DE FIBRA ÓPTICA Y CABLES COAXIALES

Cra 58 N° 28 - 33 | Medellín | Colombia PBX: (57 4) 444-6177 - siscoax@siscoax.com - www.siscoax.com



**TyC Sports y los elegidos.**



Image Courtesy of NBA D-League    Optional TriCaster 800 CS Hardware Control Surface



Conozca más acerca de TriCaster en:  
**[www.newtek.com](http://www.newtek.com)**

# TAKE CONTROL



**NewTek TriCaster™ 850 EXTREME** es como tener un camión de transmisión HD en vivo que cabe en un estante o en un escritorio. En una producción en vivo, no hay tiempo para pensar dos veces. Entendemos con lo que estas conteniendo diariamente, por eso hemos construido TriCaster.

- Accesible sistema nativo HD (hasta 1080p) de 24 canales que transmite, graba, proyecta y realiza streams para la web
- Grabe hasta ocho canales de video, al mismo tiempo con tecnología NewTek IsoCorder™
- Use el sistema inalámbrico Apple® AirPlay® para mandar señales de video y audio desde su iPad®, iPod®, or iPhone®
- Ocho fuentes externas con la capacidad de mezclar y combinar formatos SD/HD
- Ocho canales de virtuales para crear y efectos en capas
- 18 sets virtuales HD en vivo con distintos ángulos de cámara y zoom

Agrega el panel de control de superficie TriCaster 850CS y estarás sumando control total de todas las fuentes y funciones, un T-bar Premium y un joystick de tres ejes asignados directamente al área de trabajo del TriCaster 850 EXTREME. Ahora puedes tomar decisiones en decimas de segundos con los ojos en la programación y las manos en los controles.

Es tiempo. Toma control.

 **NewTek**  
**TriCaster™**  
850 extreme™



# NEWTEK: MÁS EQUIPO PARA LATINOAMÉRICA

Newtek fue una de las empresas que mejor se mostró en la NAB, tanto para Latinoamérica como a nivel doméstico. Organizó la charla *Broadcast Minds* en el Hotel Renaissance, con grandes profesionales de la industria que tienen su *Tricaster*.

A nivel latino, tuvo una reunión con sus partners de toda la región en el stand. Allí, **Ralph Messana** presentó su nuevo equipo que integran **Jorge Dighero** y a **María Claudia**



**Torres**. Con muy buen humor como es habitual en él, Messana motivó a todos sus socios a doblar ventas del año pasado. Dijo que la compañía a nivel global creció cerca de un 64%, pero que en Latinoamérica más del 100% en el primer cuarto de 2011.

También entregó un justo reconocimiento por sus logros en Brasil a **Ricardo López** de **Pinnacle Broadcast** de



**Ralph Messana con más equipo: Jorge Dighero, María Claudia Torres y Nydia Medina-López**

Presentamos  
la nueva generación  
de cabeceras digitales  
de alta densidad



DMP900 Plataforma Digital

La plataforma digital DMP900 es la nueva generación de equipos inteligentes de procesamiento de cabecera. Con una capacidad de procesamiento de 384 streams (~ 1500 programas), esta plataforma compacta que ocupa solo 1 unidad de rack se compone de 6 módulos slots independientes. Basándose en las necesidades del cliente, se puede transformar en 40 canales de modulación EDGE QAM; en un multiplexor ASI de 24 entradas/salidas, en un encoder/decoder/transcoder de 10 canales SD/HD; en un transmódulo de 16 canales; en un escáner 3G DVB o en un gateway de 20 streams ASI/SP. La DMP900 le ayudará a ahorrar cerca de un 70% del espacio; 70% del consumo eléctrico; le permitirá reducir horas de mantenimiento y mejorar la estabilidad de su cabecera tanto sea usted un operador CATV, SMATV, satélite o IPTV.



One Stop Video Delivery Solution



Latinoamericana TCA - [www.latinotca.com](http://www.latinotca.com) - [marketing@latinotca.com.ar](mailto:marketing@latinotca.com.ar)  
Argentina | Chile | Colombia | Ecuador | Paraguay | Perú | USA

ese país, destacándolos como el que sobresalió en mayor medida con su gestión comercial, no sólo en volumen por ser Brasil sino en porcentaje de crecimiento.

PRENSARIO se reunió previamente con Messana y Torres para hablar de esta ambiciosa nueva etapa, donde podrá hacer lo que les faltaba en capacidad humana de trabajo de soporte al cliente e imagen. Tras vender miles de *Tricasters* todos los años, es bueno que el corporativo de Newtek haya reconocido a Latinoamérica y le permitió sumar estos recursos para seguir creciendo.

‘El año pasado éramos sólo Nydia y yo, y ahora sumamos un equipo Latinoamérica que se pondrá muchos sombreros para trabajar en todos los aspectos. Dighero ya es empleado de Newtek como gerente regional de América Latina, haciendo ventas, entrenamientos y todo lo que yo también hago’.

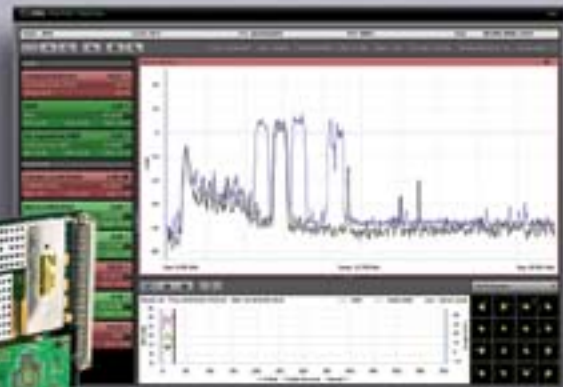
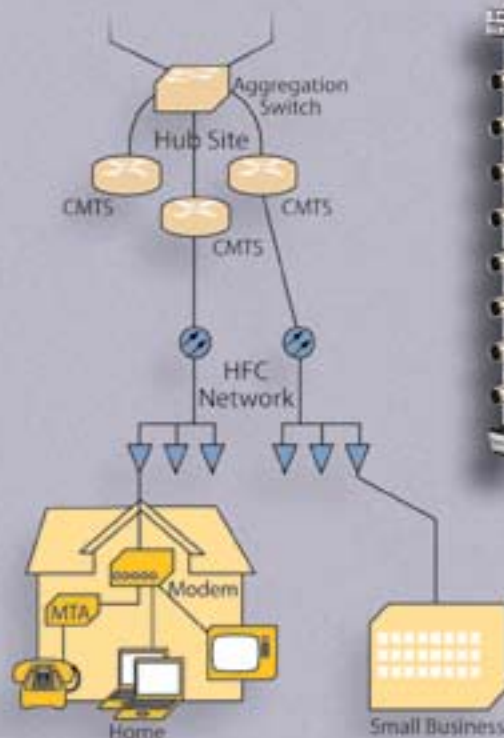
Torres se sumó para la NAB para ‘un salto de calidad’ de marketing a la compañía, manejar la prensa, publicidad, los catálogos y toda la información para los clientes. Así, este año por primera vez estaremos con stand propio en los eventos en Televisión Digital sin estrés, Telemundo y SET. Caper se verá, pues la relación muy estrecha con el canal y puede ser que estemos con ellos.

El *Tricaster*, con siete años en el mercado, ha fijado un estándar en producción portátil y en Streaming, pero toda la familia está creciendo. Ahora el tope de línea es el nuevo *Tricaster 850 Extreme* para grabar 8 canales en total y para tener dentro de un switcher.

Otra novedad es un producto de repetición 3-play 820. Tiene 8 entradas y 10 salidas y un costo de USD 40.000 FOB, enfrente a 160 o 200.000 dólares de la competencia por algo parecido’.

Y adelantó para Telemundo: ‘Tendremos un stand de 20 x 30 metros en diagonal a Sony. Estamos haciendo lo posible para llevar el Smartcard de la NAB para que la gente de México lo vea’.

# Nuevo e innovador tester DOCSIS® 3.0



[WWW.JDSU.COM/TEST](http://WWW.JDSU.COM/TEST)

NORTH AMERICA 1 866 228-3762

LATIN AMERICA +1 954 688 5660

ASIA PACIFIC +852 2892 0990

EMEA +49 7121 86 2222

## ¡Soluciona problemas que afectan a los servicios digitales más rápido!

El sistema de JDSU PathTrak™, sistema de monitoreo de retorno líder en el mercado, es el único capaz de identificar la causa fundamental de deficiencias que afectan al suscriptor y solucionar problemas en tiempo real utilizando nuestra exclusiva tecnología MACTrak™. Demodulando los paquetes en el retorno permite a los operadores puntualizar averías como retraso de grupo y Microreflexiones que son invisibles a analizadores de espectro, permitiendo enviar el técnico directamente al lugar afectado y con las herramientas necesarias para solucionar el problema rápidamente.

Los Proveedores de servicio pueden reducir drásticamente los tiempos y costos operativos utilizando el medidor de campo DSAM para medir el bonded performance de un servicio 8x4 (full) DOCSIS 3.0 en una sola medición.

Además la medición premiada DQL, exclusiva de JDSU, permite encontrar problemas intermitentes que no pueden ser vistos en mediciones MER/BER.

Asegúrese de que sus técnicos puedan realizar el trabajo correctamente en el primer intento, con la solución de medición más confiable y precisa de HFC disponible.

Para conocer novedades y descargar instructivos gratuitos sobre DOCSIS 3.0, visite [www.jdsu.com/DOCSIS](http://www.jdsu.com/DOCSIS)

OTDRs | Medidores de campo | Sistemas y Software

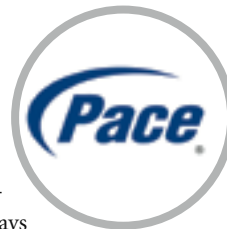






# PACE PRESENTA LOS SISTEMAS DE GESTIÓN REMOTA DE 2 WIRE

ES EL PRIMERO DE UNA NUEVA CARTERA DE PRODUCTOS PARA LA REGIÓN



Jorge Orellana y Eduardo Durán

**Pace Américas** entró en una nueva era de su oferta al mercado: además de otros productos para módems e IPTV, sobresalen los que distribuye a partir de la adquisición de **2 Wire**, empresa de soluciones de software y servicios, que se pueden utilizar por los operadores tengan o no las STB de Pace, de las que sigue siendo el fabricante número uno.

Para presentar la gama de soluciones de 2Wire, **Jorge Orellana** ya hizo una primera gira con **Eduardo Durán**, que llevaba cinco años trabajando en la compañía incorporada. Orellana dijo que la transición fue 'muy inteligente y natural', pues tanto 2 Wire había querido incursionar en cajas como Pace en gateways.

La especialidad de 2 Wire es en sistemas de gestión remota. La compañía intentó desarrollar un sistema propietario que terminó siendo uno

estándar, apuntando a manejar los módems o gateways en las casas de los clientes, disminuyendo costos y mejorando los tiempos.

Ofrece el protocolo TR-069, que se integra con los sistemas de provisioning y billing que los clientes ya tienen, por lo que no deben cambiar lo invertido hasta ahora. El TR-069 cuenta con dos productos principales: el *Component Management System* (CMS), que gestiona los dispositivos de manera remota, y el más novedoso *Service Management System* (SMS), que se integra con la base de datos del billing para permitir a los call centers ser mucho más eficientes. Su inversión es muy inferior a la de un sistema de billing y por el ahorro de costos y ventajas que tiene, el recupero de lo invertido puede darse en un año. La solución nace customizada para

el tamaño y las necesidades de cada operador, con las características que necesita.

El sistema de gestión trabaja con cerca de 25 millones de módems en Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Singapur, otros países de Asia y México, donde **Telmex** ya es cliente de su CMS.

En esta gira comercial, pasaron por República Dominicana, Perú, Argentina y Chile, y tras Canitec seguirá con Colombia, Ecuador, Venezuela y los demás mercados. Durán explicó que la respuesta de los clientes a las presentaciones es 'muy positiva'.

'Al comienzo es difícil de entender, pues ellos ya tienen sus sistemas de gestión, pero luego cuando conocen el grado de detalle y cómo pueden avanzar mucho más en el tema de provisioning y monitoreo terminan convenciéndose', finalizó.

## Todo Digital? Set-top Digitales?

Simplifique sus soluciones para MDU

Inserción digital en MDU en 3 productos compactos, escalables, costo-eficientes y totalmente integrados

La línea de productos DVIS está especialmente diseñada para la inserción de QAM en MDUs y/o cualquier otra aplicación que requiera codificación local, añadir/bajar multiplexación y salidas QAM.

- Codificación en SD/HD
- Equipo robusto para MDUs
- Filtro de borrado de QAM integrado de alto performance
- Gerenciamiento de RF integrado
- Escalable en sitio, descargas vía plug-in
  - DVISn (Nano) 1-2 programas
  - DVISm (Mini) 1-4 programas
  - DVIS 1-10 programas
- Eficiente en distintos anchos de banda
- Rango de salida de frecuencia extendida (hasta 975 MHz)
- Costo-eficiente
- Fácil de mantener

También explore nuestras opciones para contenido IP y/o aplicaciones para IPTV.

T: +506-2240-1720

E: bcastro@atxnetworks.com

W: www.atxnetworks.com/DVIS

HD VoD  
Everywhere, Anytime

LIKE VOD. BUT BETTER.

PUSH VOD



2.0

BY

LOGIWAYS

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

POWERED BY

LOGIWAYS VodAccess™

SECURED BY

LOGIWAYS SafeAccess™



## TONER CABLE SE CONSOLIDA EN AMÉRICA LATINA



Juan Sicard de Toner Cable Equipment

Toner Cable ratifica su consolidación en América Latina como un proveedor de equipamientos y servicios de tecnología con un profundo conocimiento de las necesidades y la demanda de los cableoperadores de la región, conseguida durante los últimos años, pero sobre todo en 2010.

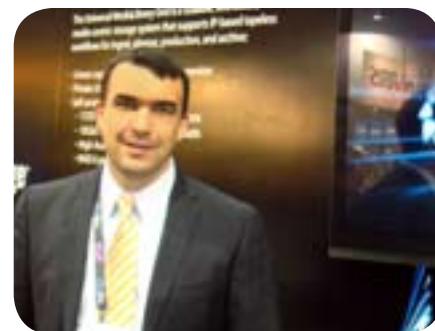
Juan Sicard, responsable de Ventas para América Latina junto a Elizabeth Martínez, explicó a Prensario en Andina Link Colombia que el objetivo es que se identifique a Toner 'no sólo como el punto de acceso a los equipos, sino también el instructor y la empresa indicada para dar la solución de acuerdo las necesidades'.

'Y lo logramos, porque todos los clientes salieron satisfechos, al punto de decir que todo el mundo debería traer sus equipos y debería hacer presentaciones como las que dimos nosotros', dijo Sicard. Y completó: 'Fue una feria fue estupenda, en la que la calidad y cantidad de clientes y posibles clientes, logramos cumplir en un 90% las expectativas que teníamos cuando decidimos'.



De cara a lo que será este año, Sicard señaló que 'en este 2011 vamos a presentar nuevos sistemas, para los que estamos desarrollando set top boxes a bajos costos'. A las marcas con las que están trabajando para la integración de estos sistemas, como Convenient, RGB, AMT y Sencore, Toner está en proceso de 'integración de nuevas factorías y nuevas marcas, desarrolladas específicamente para la región a partir de conocer en profundidad las necesidades, la demanda y costos, balanceando todos los aspectos'.

## SEACHANGE MULTIPANTALLA



Mauricio Carrión en NAB

Como todos los años, SeaChange tuvo un gran stand en la NAB, la feria de broadcasting número uno que se realiza anualmente en Las Vegas, y ahora se apresta para Canitec para mantener su liderazgo en VOD, además de la inserción de comerciales.

Prensario habló en Las Vegas con Mauricio Carrión, que está en Canitec con el director de ventas para Latinoamérica, Yefim Nivoro. Carrión destacó que SeaChange está abocado en extender toda su extensa librería y productos que fueron originados para la TV por cable en que estén disponibles para las tres pantallas, lo cual es hoy un horizonte de negocios muy interesante para los operadores. Este desarrollo con su Media Library Grid ya se estuvo mostrando en la NAB.

Eso, para que los operadores puedan ofrecer todas sus películas para los usuarios de Internet o mobile, cuando partan con el cuádruple play, como es el caso de Cablevisión de México que es uno de los operadores siempre pioneros, con una cantidad de labels insuperable en Latinoamérica para VOD y uno de los principales clientes de SeaChange. También son importantes Megacable, Multimédios Monterrey y otros MSO mexicanos.



## Z BROADBAND/VIEWTEQ: MFS-210R

John Zaldivar de ZBroadband explicó a Prensario que participa en Canitec exhibiendo sus productos y los de ViewTEQ, fabricante de equipos para la cabecera y equipos de medición.

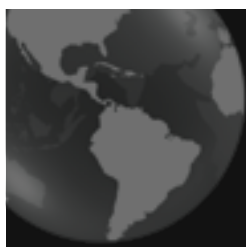
'Vamos a ofrecer el mejor sistema de control de señal y servicios en la industria: el MFS-210R,

que tiene triple redundancia. Permite ofrecer señales y servicios a diferente partes de la ciudad con un simple conector. El sistema integrado de ViewTEQ es compacto, flexible y robusto y es la mejor opción para controlar sus señales y inyectar servicios nuevos'.

'También vamos estar exhibiendo soluciones ópticas de Broadstar y la plataforma digital de April, que es la solución más segura en la industria', finalizó Zaldivar.



John Zaldivar



La noticia del día véala en [www.prensario.tv](http://www.prensario.tv)

Síguenos también en Facebook y Twitter



**Fusión entre Pico Macom, Standard Communications y X-Digital Systems ofrece nuevas soluciones**



La fusión entre estas empresas significa nuevas ofertas para clientes que desean obtener los sistemas de comunicación más completos en la industria

**Con presencia en los mercados de:**

- Telecomunicaciones
- Banda Ancha
- Satelite
- Cable
- Radio

**Ofreciendo la mejor calidad en todos sus productos de:**

- Transmoduladores
- Transcodores
- Dispositivos EdgeQAM
- Encryption, DTCP y Pro:Idiom
- Receptores Multi-Media
- Moduladores y demoduladores Digitales y Análogos
- Amplificadores
- Pasivos
- Y Mucho más

sales@picodigital.com

Ofreciendo  
**Nuevas Soluciones**



**PICO DIGITAL™**



IPQT-12 - GbE IP-Input Edge QAM Modulation System



SQT400 - QPSK/8PSK Transmodulator



XDS-PRO4 - Audio Satellite Receiver



Chassis shown with  
MDP and MPD-CPS - ATSC/8VSB/QAM Demodulator



Llamanos al **858-546-5050**  
Numero Gratuito **1-800-421-6511**

Visite nuestra pagina web para mas información.

**www.PICODIGITAL.com**

© Pico Digital 2011. All Rights Reserved



## NETWORK BROADCAST PRESENTÓ EL STB SMART

### ADEMÁS DEL HEADEND B-NOVA

**Network Broadcast**, compañía especializada en integración y distribución de equipamiento para televisión digital y transmisión de datos, por tercer año consecutivo participó de la Cumbre de APTC y anunció nuevos proyectos para TDT. En Lima, presentó el Set Top Box *Smart* y el Head-End *B-Nova*, entre las últimas novedades de la compañía. El **Ing. Juan Carlos Aponte**, responsable Comercial para la Región Andina, expresó en el evento que: ‘Estamos en conversaciones con los gobiernos de Ecuador y Panamá con el objetivo de replicar el modelo empleado previamente en Colombia, junto a la cadena estatal **RTVC**, donde la compañía realizó las primeras pruebas de TV digital para contribuir en la implementación de soluciones para TDT’. Respecto a la exposición, dijo: ‘APTC 2011

tuvo una afluencia interesante de público y nuevos proveedores que le dan mayor posicionamiento estratégico en la región. **Network Broadcast** presentó sus nuevas soluciones, que están al alcance de cualquier cableoperador y las mismas fueron un gran atractivo para las empresas asistentes al evento’. El Set Top Box *Smart*, uno de los últimos desarrollos de Network Broadcast, cuenta con un diseño nuevo de software con tecnología MPEG 2 SD para TV Digital que mide sólo 15 centímetros de frente, 4 centímetros de alto, 9,5 centímetros de largo. La nueva interfaz, fácil de manipular, permite que cualquier integrante del hogar pueda operar el box. El nuevo *B-Nova* de **Blankom**, es una solución de head-end completa condensada en un RU. Con el cabezal en un sólo equipo, compacto



y modular, esta plataforma está pensada para lograr la utilización eficiente del espacio y disminuir la tasa de consumo de energía. Cuenta con 6 ranuras de módulos, intercambiables sin necesidad de apagar el equipo. Posee un management embebido a través de WEBGUI y se encuentra exclusivamente diseñado con materiales no contaminantes para el medio ambiente.

## MULTICOM: EXPECTATIVAS CON PICO DIGITAL

### PARA SEGUIR CRECIENDO EN TODOS LOS MERCADOS



**Gilberto Caicedo con Eitan Bendesky y Hugo Valenzuela**

**Gilberto Caicedo**, director de ventas de **Multicom** para Latinoamérica, destacó a **PRENSARIO** que llevan 15 años con **Pico Macom** como distribuidores basados en Orlando y están muy bien posicionados en los clientes.

Y expresó sus expectativas con la nueva era de esa empresa como **Pico Digital**: ‘Nos gusta que sea una empresa progresiva con proyección y la iniciativa que están llevando adelante en lo digital. Nosotros debemos tomar provecho

de estos cambios y los nuevos productos que incluyen. Con un cliente vimos cómo aplicar ahora a Pico Digital en hotelería, incluso en sistemas comunitarios. Se puede dar más contenido, abaratar el costo y cautivar clientes. Es lo que debemos perseguir en el futuro y explicarlo con un seminario y entrenamiento.

Hemos trabajado en conjunto toda Latinoamérica. El mercado más fuerte es México y lo atienden directamente, pero en Sudamérica respetan los canales de distribución y es algo para destacar de los responsables de Pico Digital. Por eso crecimos mucho en Colombia, Ecuador, Bolivia, Argentina, Chile y algo de Venezuela. En Guatemala también, con un distribuidor local, en Honduras y en Dominicana ahora también, pues lo acordamos en la SCTE de Denver.

La venta es cada vez más grande pero la responsabilidad y el rédito es de Pico. Lo que hacemos todos los años es estudiar el mercado y maximizar el potencial para vender más. Ahora estamos trayendo Pico Digital a todos

estos mercados, ya en la mente está el tema digital, es un buen enlace con los clientes y no hay excusas para ellos de trabajar con un distribuidor.

Otro tema que se habla con buena comunicación viendo a futuro es de soluciones para cabeceras digitales’.

Y remarcó para el 2011: ‘Este año creo que creceremos en República Dominicana y en Bolivia y Ecuador, donde no tenemos presencia pero estoy yendo con la embajada de USA con el ánimo de perseguir distribuidores. Está creciendo también este tema en Argentina, donde logré cultivar un distribuidor para la línea de Pico. Mientras se respete el canal de distribución sin perseguir al cliente final, se puede crecer como familia’.

Del lado de **Pico Digital**, también elogiaron la relación **Eitan Bendesky** y **Hugo Valenzuela**: ‘Es importante para los fabricantes contar con distribuidores como Multicom de muchos años de experiencia, que empujan y están casados con nuestra marca en toda la región’.



# 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)



## HARMONIC: SOLUCIONES PARA LAS TRES PANTALLAS

**Richard Phelps**, director comercial de **Harmonic** para América Latina, destacó a **PRENSARIO**: ‘Cerramos un gran 2010, en el que incrementamos las ventas casi en un 50%. Estamos muy satisfechos y queremos seguir creciendo fuertemente este año. Veo mucha actividad en toda la región y en los diferentes segmentos de

mercado, desde construcción de cable de **Greenfield**, hasta proyectos de tres pantallas para iPad y iPhone’.

Incluyó en el análisis las adquisiciones. ‘Hemos crecido también por adquisiciones como la de **Omneón**, que en Latinoamérica nos sube los ingresos en un 25%. Lo que nos ofrece es una



**Richard Phelps**

presencia fuerte de producción broadcast; con las soluciones que ya teníamos en **Harmonic** y **Scopus**, estábamos bien sólo en transmisión. Cada vez tenemos soluciones más integrales’.

Además crece la infraestructura para América Latina con **Tom McCarthy** en ventas, el Ing. **Frank Lima** y **Alejandro Paludi**, que se encarga de todos los canales. Lo bueno es que casi no hay duplicación y pudimos incorporarlos directamente. Con soporte y ventas ya contamos con 13 personas, y para fin de año unas 20. La compañía está invirtiendo muy fuerte en los mercados emergentes, sobre todo en Latinoamérica.

Y finalizó: ‘Avanzamos con el tema de las tres pantallas. Hoy eso es muy fuerte y tenemos una solución integral con la flexibilidad de trabajar con varios ecosistemas’.

**RIPLEY**

**Tools that Measure Up. Do yours?**

- QCST**  
All-in-one coring & stripping tool for hardline cable
- CT2-AS**  
59, 6, 7, 11, compression tool
- CC 200**  
Removes dielectric from the conductor
- LDT**  
59, 6 drop cable stripping without any adjustment or blade cassette change out
- DDT**  
Combo tool for 59 6, 7, 11 drop cable stripping
- TW RA 227**  
Ideal for hard to reach shielded "F" connector fittings with preset torque

**Wire and Cable Tools to Connect the World**

**Cablomatic**      **MILLER**      **UtilityTool**

46 Nooks Hill Road, Cromwell CT 06416 USA  
 Tel: +1 (860) 635-2200 • Fax: +1 (860) 635-3631  
 www.ripley-tools.com • info@ripley-tools.com

## ANTRONIX: CON TELEFÓNICA EN LIMA Y CUSCO



**Milton Ulua**

**Milton Ulua** destacó a **PRENSARIO** que **Telefónica** está construyendo su red en Lima y Cusco, y que toda la planta externa es de **Antronix** con sus taps. Otro cliente grande es **Cablevisión** del Distrito Federal de México, que hace la reconversión de su red también con la compañía. En Brasil, otros dos clientes grandes que los eligieron son **Net Serviços** y **Embratel**.

Según el ejecutivo, la ventaja que tiene como taps líderes es que permite acondicionar la señal de retorno, además de que el precio es bastante competitivo y que tienen el aval de ser fabricantes y tener la calidad reconocida de siempre.



## Conax Contego™

La solución definitiva de seguridad en contenidos

securing the future\_

**Conax Contego™** ofrece seguridad de última generación a las operadoras de televisión de paga, proporcionando la máxima seguridad a todos los niveles. Con esta solución se garantiza a las operadoras la protección de las ganancias generadas por la calidad del contenido en todas las plataformas y dispositivos del cliente, además del funcionamiento y rendimiento del sistema. Asimismo, se garantiza la libertad de elección mediante una perfecta integración con los productos tecnológicos de terceros.

**Compromiso con la innovación:**

Gracias a su compromiso continuo con la innovación y la I+D, Conax fija el estándar de mercado que otras empresas seguirán con posterioridad.

**Nuestro negocio es la seguridad:**

Conax se centra en la seguridad para que sus clientes puedan centrarse en su principal actividad con total confidencialidad.





## VERIMATRIX: IR A LA SEGURA



Las cuestiones claves y las amenazas involucradas en una solución de seguridad completa para IPTV, son muy similares a los que se ven en los campos de cable y satélite. Claro que la conectividad bidireccional de entrega IPTV nos da un número de ventajas adicionales, en términos de monitoreo de seguridad, en la habilidad de actualizar los sistemas del cliente a menudo, en la restricción del flujo de tráfico y en la habilidad de manipular la seguridad del flujo de tráfico. Seguridad de contenido, basada en software, donde Verimatrix creó su reputación, comenzó en el mundo de IPTV antes de convertirse en un sujeto de la corriente dominante en el mercado de cable y satélite.

La desventaja más grande de un sistema basado en tarjetas, con soporte en el mercado por parte de vendedores de software anticuado, es el costo de la tarjeta misma —cuando se construye una red o se compra un STB— y el costo de la logística requerida para actualizar la tarjeta, cada dos, tres, o cuatro años. El costo de la logística domina: es muy caro enviar tarjetas nuevas a los STBs en el campo, y luego hablar con todos los clientes para ayudar a actualizar los dispositivos. Nosotros podemos ofrecer una solución alternativa más sencilla en el mundo IP, proveyendo una forma de seguridad que

se pueda descargar y actualizar a través de un componente en el STB.

Inicialmente, se evitan los costos indirectos, permitiendo un paradigma elegante y más operativo. Funciones de seguridad, características de ofuscación, verificación de memoria: todo esto lo proporciona el vendedor SSC in los circuitos integrados del STB, mientras los sistemas IP se hacen más sofisticados. Estos requisitos empiezan en los países de costo bajo, pero son comunes en casi toda propuesta que recibimos hoy en día.

La reciente violación HDCP de Intel es un instante específico cuando hay una información clave que se filtró al público. Toda la implementación que depende de esa información puede ser comprometida de una manera u otra, y eso es un diseño inadecuado para un sistema de este tipo. Nadie desea la ausencia de renovabilidad para un secreto central.

Si no se puede prevenir que alguien mire algo de una manera no autorizada, es muy difícil cobrarle a la gente para verlo de una manera autorizada. Es necesario poder cancelar una suscripción o no se puede cobrar por sus funciones. Alrededor del mundo encontramos una gran variedad de maneras que la gente usa para crear este tipo de entorno de monetización. Algunos tienen una suscripción por la cual se paga una suma de dinero mensual, donde hay un flujo regular de ingresos. Algunos favorecen los modelos de transacciones donde el consumidor ahorra y compra una película u otro contenido, de una manera infrecuente. Y otros tienen fichas prepagas: compran una tarjeta a raspar que muestra un código que permite mirar cierta cantidad de horas de TV. Hay una variedad de modelos enorme.

Lo que nos tiene entusiasmados es la monetización multiplataforma, donde las recomendaciones dirigen al usuario al contenido para que no tenga necesidad de desplazarse dentro de guías enormes y dificultosas. También vemos

que algunos usan las redes sociales para ayudar a sus amigos y recomendar experiencias de visualización, lo cual es una cruz de fertilización muy interesante. Tenemos que trabajar con los operadores en los modelos de negocio donde creen que les proporcionará una ventaja competitiva. Por esta razón, es imperativo para nosotros que brindemos apoyo en una variedad de modelos. No vamos a favorecer un solo modelo.

Hemos visto operadores, sobre todo en los primeros días de IPTV, que pensaban que los estudios estaban demasiado paranoicos en cuanto a seguridad. Los estudios aplicaban modelos que ellos acostumbraban para gerencia de contenido. La situación ha cambiado, y ahora IPTV es una industria grande (no tanto como la industria del satélite, pero hay mucho dinero cruzando la mesa). Si los mecanismos adecuados de seguridad no están en práctica, es posible que haya una gran pérdida de dinero. La piratería suele crecer al lado y en proporción al crecimiento de suscriptores de las redes de TV paga.

No diría que los operadores han sido complacientes, pero obviamente, entre más grande la escala de operación, el resultado neto es más importante. Así pues, la seguridad viene a ser una preocupación central muy grande para los operadores de gran escala, hoy en día. IP contra cable o satélite, es sólo cuestión de diferencia en el tipo de alambre, puesto que existen las mismas técnicas y desafíos. No deberíamos poner IPTV en una categoría separada a los otros tipos de red porque, aunque sea una forma de red diferente desde el punto de vista del operador, para un consumidor no es más que TV.

La seguridad es una cuestión complicada y muchos argumentan que no tiene ningún rol, y que impide el placer. De hecho, es un ingrediente esencial para negocios y la TV es un negocio muy grande alrededor del mundo. La creación de un entorno de “un cobro para esto y un cobro para aquello”, ha creado un paisaje difícil de navegar para todos los elementos de la cadena de valor.



La noticia del día véala en [www.prensario.tv](http://www.prensario.tv)

Síguenos también en Facebook y Twitter



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

CMP 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

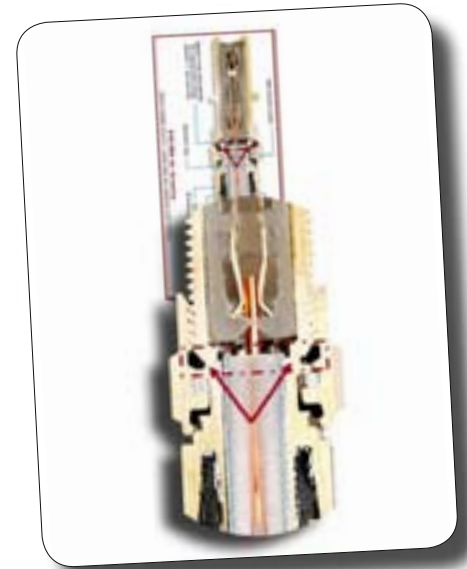


# PCT INTERNATIONAL: CONECTORES 100% METAL PCTTRS6L

En el dinámico mundo de las telecomunicaciones, donde se habla de convergencia de servicios con grandes inversiones para satisfacción de los clientes, olvidamos una parte sencilla pero a la vez fundamental: el conector. Éste puede darnos fuertes dolores

de cabeza en la operación y, peor aún, pérdida de usuarios por no satisfacer la calidad en los servicios prestados.

Por ello, hacemos énfasis en el uso de un buen conector de compresión, como lo es nuestro PCTTRS6L, que nos brinda, además



Conector PCTTRS6L, de PCT International

**CableSoft**  
La fábrica de software y hardware para Tv, Internet y Telefonía IP.

**BoxiCableWEB**

- Administración y atención de clientes.
- Planificación y seguimiento de ventas.
- Cobranzas, Débitos Automáticos.
- Cuentas Corrientes.
- Órdenes de instalación, desconexión, reconexión.
- Seguimiento de reclamos técnicos.
- Seguimiento sistemático de morosidad totalmente configurable.
- Informes operativos.
- Informes gerenciales.
- Seguridad en niveles de acceso a la información.
- Perfiles de usuarios.
- Generador de reportes configurables por el usuario.

StartUP Servicio de internet por CableModem, CMTS con su instalación.

Sistema de monitoreo de red.

Head End Digital.

Aprovisionamiento para Cable Modem DOCSIS 2.0: automatiza tareas, quitando nexos humanos entre sistemas, eliminando burocracia y equivocaciones administrativas convirtiéndose en una herramienta esencial para la operación.

Telefonía IP con Asterisk: el cliente consulta el saldo, compra PPV o ingresa un reclamo por el teléfono sin intervención de operador.

TV Digital: Asesoramiento en la compra, instalación puesta en producción. Con la interfaz Boxi CAS puede habilitar, deshabilitar, cambiar paquetes, PPV y más desde BoxiCable.

contacto@cablessoft.tv - www.cablessoft.tv  
1550 Brickell Av #208 B-Miami, Florida 33129-tel: (305)600 4373  
Av. Pueyrredón 480 piso E- (1032) Buenos Aires - Argentina  
tel: (54 11) 4866-2343 / 5834

**www.cablessoft.tv**

de un sellado hermético -que elimina 100% de ingreso de humedad por su doble O-ring-, un sistema de sujeción "Locking", haciendo imposible tener conectores flojos en sus instalaciones cotidianas, tanto del lado de la conexión de exterior (taps) como interior (STB; EMTAs).

Es importante recalcar que el conector PCTTRS6L, al ser su composición 100% metálica, agrega características que lo diferencian de los demás: alto blindaje contra ingresos de señales, eliminando las interferencias que suelen ser difíciles de localizar; continuidad eléctrica, aún sin estar comprimido -lo que la competencia no puede lograr hasta tener comprimido su conector, lo cual se debe a que sus componentes son plásticos.

Lo anterior nos lleva a concluir que a la hora de decidirnos por este componente pequeño llamado "conector" sólo por precio y no por calidad, nos puede salir más cara la atención de un reclamo, que implica que vaya un técnico en su unidad más el tiempo que se tarde en encontrar la fuente de la falla y lo sustituya, que haber colocado en un principio un conector de calidad. Los clientes de Latinoamérica que usan el conector PCTTRS6L son nuestra mejor carta recomendación.

En la NAB estuvimos lanzando además nuevos productos, como las Cajas digitales IP y equipos para la casa con conexiones Ethernet sobre el mismo cable coaxial. En PCT International nuestro lema es 'Innovación en la última' y eso es lo que hacemos exactamente con los lanzamientos de nuevos productos.



## Brindando Soluciones Premium a la Industria del Cable

### VOIP AMPS

Antronix ofrece tecnología de avanzada para la industria del cable que reduce los costos operacionales para el MSO y disminuye las llamadas por servicios. Su ingeniería y los materiales de primera línea utilizados aseguran que nuestros productos cubran las necesidades de hoy y las del mañana.

Con una comprobada confiabilidad y una reputación incomparable, Antronix es la primera opción para operadores de cable que buscan las mejores soluciones.

### FIBER NODES

### PASSIVES

### RETROFIT TAPS

### HARDWARE

- **Nodos para Fibra Óptica:** Entre sus características incluyen una salida +38 dBmV RF y un rendimiento de 1GHz, todo dentro de un chasis compacto.
- **Passivos:** Gran línea de splitters, acopladores direccionales y retrofit taps.
- **Hardware:** Ground blocks, atenuadores y F81 para los requerimientos más exigentes.
- **Amplificadores Residenciales:** El primero en utilizar el sistema CamPort® para conexiones de cable confiables.



Ph: +1 901.409.3324 or +1 609.860.0160  
ventas@antronix.net • www.antronix.net

**ANTRONIX®**  
CONNECTING THE WORLD OF COMMUNICATIONS



## ARCOM: RECONOCIMIENTO A SU NUEVO DISPOSITIVO, QAM SNARE

*QAM Snare*, el nuevo detector de filtraciones de señales diseñado por **Arcom**, fue reconocido por la **Society of Broadband Professionals** (SCTE) como uno de los productos más innovadores de 2011, durante la gala anual de premiación realizada en Inglaterra, el 2 de abril.

El dispositivo de Arcom recibió el primer puesto dentro de la categoría “Mejor solución de transmisión de red de banda ancha”, donde competía con sistemas desarrollados en los

principales mercados del mundo.

*QAM Snare* es una solución que permite a los cableoperadores detectar, medir y localizar canales QAM que se filtren de la red. El producto ya está a disposición en el mercado y ofrece varias ventajas sobre sus competidores. Se destaca su agilidad y la capacidad de detectar pérdidas de frecuencias que los dispositivos tradicionales no pueden identificar. Las filtraciones se comportan de forma bastante diferente de un rango de



Gabriel Larios

frecuencia a otro.

Con la visibilidad que provee este nuevo producto para las pérdidas digitales y analógicas de cualquier frecuencia, se pueden encontrar fácilmente los problemas que antes eran imposibles de detectar.

## DLO: NUEVA EMPRESA DE PROVISIONING

**DLO**, la nueva empresa de soluciones de provisioning y billing para la industria del cable en Latinoamérica que preside **Daniel Tavieres**, presente en la Expo SCTE de Nueva Orleans. Ahora sigue avanzando en la región.

Viene de *Voice Overnet* como proveedora de software profesional para la industria en Latinoamérica. Se trata de sistemas integrados de ordenamiento, actuación y billing, pero que no vienen hechos sino que se desarrollan totalmente customizados a necesidad de los clientes.

Tiene presencia física en Argentina, Estados

Unidos, Costa Rica y Panamá, y ha desarrollado una importante alianza comercial con **TVC Latinoamérica**. Dada en la unificación de servicios con el *Triple Play*, sistemas digitales, facturación integrada, aprovisionamiento de cable módem y telefonía, se buscan soluciones para los cables de hoy, apuntando tanto a los grandes operadores como a los pequeños.

Para estos últimos, presentaron un softswitch para pequeños sistemas que permite que den telefonía a costo competitivo. Tiene buen soporte y un producto atractivo para enfocar una solución de operación de *Triple Play* con



Daniel Tavieres

toda la gestión de sus abonados, productos, facturación y el ofrecimiento de aplicaciones interactivas. Entre estas últimas están la compra de productos y servicios y la posibilidad de desarrollar una guía propia y un middleware para aplicaciones digitales en DVB.

## ROVI: GUÍA INTERACTIVA Y OTRAS APLICACIONES

**Karl Misling**, director regional de ventas de **Rovi** en Latinoamérica, comentó a PENSARIO que si bien muchos clientes todavía los identifican como la guía de **APTIV**, el nombre Rovi ya se ha instalado como proveedor de este producto líder en guías interactivas para el mercado digital, que ha hecho grandes alianzas con fabricantes de set top boxes como Pace.

Pero ahora hay más: ‘La industria conoce a Rovi como una compañía de aplicaciones y ahora la guía es una aplicación dentro de toda

una plataforma. A partir de esta fusión habrá desarrollos de otras aplicaciones como la de los ratings que estamos ofreciendo.’

En este momento se ofrece en un solo paquete la guía, los ratings, el I-Suscribe para subir las ofertas y leer el estado de cuenta. En un segundo paquete estará la posibilidad de dar mensajes a los clientes, como promociones o avisos de atrasos con los pagos. Esto estará disponible en la versión 3.7 para mitad del próximo año.

Asimismo, para el 3.5 aparece el Multi-room



Karl Misling

DVR, para tener una caja DVR grande en el salón y dos cajas más económicas en los cuartos e interactuar entre todas ellas.

En la SCTE se platicó sobre nuevas aplicaciones EBIF junto con otras empresas para interactuar con ellas; pueden ser las Páginas Amarillas o los delivery de comida.



Entregue video facilmente a TVs,  
PCs y dispositivos móviles desde  
una plataforma altamente confiable.

El carrier-class VMG de RGB es el único en ofrecer la funcionalidad, densidad y escalabilidad para soportar los requerimientos de entrega de video, convirtiéndose en la mejor plataforma de migración para los operadores que están avanzando a un entorno de tres pantallas.



Aprenda como las funcionalidades integradas de transcoding, transrating e inserción de comerciales del VMG, pueden simplificar su arquitectura de red y minimizar sus costos operativos en [www.rgbnetworks.com](http://www.rgbnetworks.com)

Visite nuestro website y haga download de los white papers por la Entrega de Video a las Tres Pantallas y para programar una reunión durante la Expo CANITEC.

# LA III CUMBRE DE LA APTC EN LIMA, LA MEJOR DE TODAS

## NUEVA JUNTA DIRECTIVA CON IMPORTANTES CAMBIOS

La III cumbre de la **Asociación Peruana de Televisión por Cable (APTC)** de Perú cerró en el Hotel Sheraton de Lima con gran éxito de concurrencia y comentarios elogiosos de todos los expositores. Según lo expresado por los expositores **PRENSARIO** se puede hablar de un crecimiento del 80%, con 54 stands vendidos frente a 38 de 2009 en el Hotel El Pueblo, contando además con la participación de los principales canales del mundo.

En cuanto a cableoperadores, se recibió a muchos que no habían asistido a las dos ediciones anteriores. El saldo es el mejor para cuarta realización, que fue confirmada para Arequipa en 2012. Quedan abiertas las posibilidades a lo que logre capitalizar la nueva junta directiva de la asociación.

El nuevo presidente de APTC, **Ovidio Rueda** dio la bienvenida y destacó la gestión de su antecesor **Daniel Segovia**, a quien le dio un especial reconocimiento. También destacó a **Jesús Angulo** y **Mauro Zamora**, quien manejó y seguirá manejando la economía de la asociación.

Rueda dijo que todos trabajarán 'para hacer crecer a la asociación y al evento'. El directivo espera darle continuidad junto a su vicepresidente, **Demóstenes Terrones**, pionero del cable en los sectores populares. APTC agrupa operadores de la capital y de las regiones más diversas.

### CIFRAS DEL MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES

De la inauguración participó **Carlos Valdez Velásquez López**, director general de Concesiones en Comunicaciones del **Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC)**.

Comentó que el mercado de telecomunicaciones evidencia un 'importante crecimiento', especialmente por los servicios de Internet, con entre 8 y 10 conexiones por cada 100 habitantes. 'Se ha superado la meta con un crecimiento con 1,13 millones de conexiones y debería seguir creciendo', explicó. Es indiscutible el liderazgo de **Telefónica** con el 90,3% del mercado, seguido de **Telmex** con el 7%. Dijo que hay que trabajar en la competencia en este punto, aunque aventuró que habrá nuevos competidores.

También la telefonía móvil creció de manera exponencial, donde en Lima tiene una pene-



**Ovidio Rueda reconoce a su antecesor Daniel Segovia**



**Demóstenes Terrones, nuevo vicepresidente de APTC, con María Soledad Ferreira de Indecopi y Ovidio Rueda**



**Jesús Angulo, Humberto García de Tepal y Daniel Segovia**



**Carlos Valdez Velásquez López, director general de Concesiones de Comunicaciones y Mario Gallo de Osiptel**

tración del 100% y a nivel nacional del 88%. En los departamentos de la Costa llega de 72 a 139 líneas por cada 100 habitantes y permite ahora la banda ancha móvil. De todas maneras, en el interior quedan todavía por atender 235 distritos donde no hay servicios móviles.

Destacó además el número de concesionarios de TV paga y que había 1,1 millón de abonados a fines de 2010 (en la conversación se habló de por lo menos 1,6 millones) y destacó la aplicación de redes híbridas. Sobre la evolución por departamento, dijo que 'no hay mucha información pero que Lima y Callao creció en gran forma'. **Telefónica** tiene el 68% del mercado, seguido de **Telmex** con el 13%, y "otros operadores", suma un interesante 19%.

Respecto de las políticas del sector, remarcó el Contrato Tipo de Concesión Única, y que los objetivos de la administración están puestos 'en el crecimiento de los servicios, en reducir las barreras de acceso, educar y combatir a la piratería'.

### OSIPTEL

De **Osiptel** estuvo el carismático gerente general, **Mario Gallo**, quien dijo que se debe

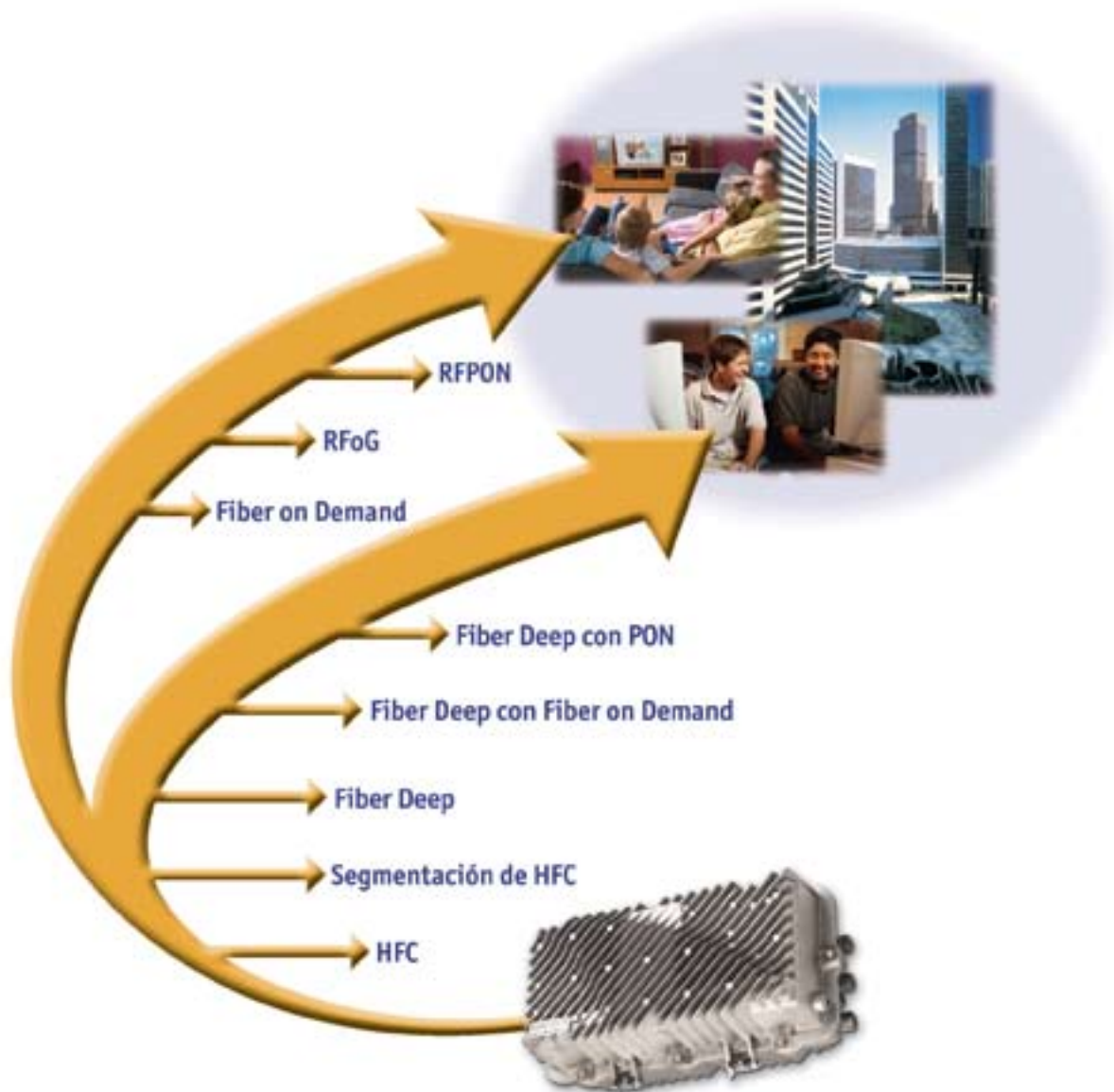
'favorecer la competencia' y trabajar contra la concentración que se ve ahora, incluso viendo temas importantes como la tarifa de interconexión.

También subrayó que 'hay espacio para crecer'. Incluso hasta donde hay mejores ingresos y el cable penetra un 50%. Le reclamó a los cableoperadores que 'no ha habido diálogo' para saber los problemas, y que pondrá un trato de puertas abiertas.

### INDECOPI Y ACCIONES CONTRA LA PIRATERÍA

Hay una movida grande en el Perú contra la piratería de los operadores, que estuvo muy presente en toda la Expo. En la apertura estuvo **María Soledad Ferreira de Indecopi** y también **JP Partners**, que está realizando un fuerte programa de operativos que se sienten en los operadores y que para muchos es decisivo en el actual proceso de legalización general. Igualmente, como siempre ocurre en esos casos, hay protestas de algunos operadores, en este caso sobre supuestos excesos o incompatibilidades con autorizaciones del MTC.

# Breaking Access Barriers



Aurora ofrece soluciones de transporte óptico diseñadas especialmente para satisfacer las necesidades de los operadores de cable. Nuestros nodos son una plataforma comprobada de acceso, optimizada para escalar el ancho de banda para cada suscriptor y cumplir al mismo tiempo los requisitos de nivel de servicio, además de dar soporte a diversas tecnologías de segmentación (LcWDM®, DWDM, CWDM). Con nuestra arquitectura Fiber Deep, Fiber on Demand™ para acceso dedicado de Ethernet, implementación de RFPON (RFoG de próxima generación) y la solución Node PON™ para la migración al mundo de IP total, Aurora ofrece soluciones "pensadas para el futuro".  
**Decídase por Aurora hoy.**



*A whole new light, growing brighter!*





# OVIDIO RUEDA PROPONE UNA GRAN APERTURA DE LA APTC

QUIERE LLEGAR A LOS 100 SOCIOS A FIN DE AÑO

**Ovidio Rueda**, el nuevo presidente de la **Asociación Peruana de Televisión por Cable (APTC)** asume su cargo con el objetivo de marcar un cambio de rumbo en algunos aspectos y a dar continuidad en otros.

La dirigencia actual destaca que habrá una mayor apertura de la asociación a los 250 cables independientes que hay en el país. De todas maneras, Rueda no dejó de elogiar a su antecesor por el legado del evento, a quien además entregó un reconocimiento en la apertura de APTC.

Un gran paso en el nuevo rumbo fue que se eliminó la cuota de entrada para asociarse y se espera que la APTC pase de 32 a 100 miembros para fines de este año, y al menos 200 para 2012,



Demóstenes Terrones, Ovidio Rueda y Jesús Angulo

evitando que vayan a la piratería.

Es importante destacar que Rueda es propietario de **Cable Catelsa**, un cable pequeño dentro de la asociación que cuenta con dos cabeceras en Satipo y Wichanaco en Junín. Al respecto, dijo que muchos operadores están sorprendidos para bien con su nombramiento y que se están acercando a la APTC. Ya había una cámara paralela de 22 operadores que se incorpora.

El segundo gran objetivo que tiene es, una vez que la asociación alcance gran volumen, empezar a hacer negocios de forma directa desde la cámara, y no a través de la **Unión de Compras** que se había armado con siete socios. Además

anticipó la oferta a **Telefónica** por el canal **CMD**, y la propuesta de ser aliados estratégicos. Según sus cálculos, juntando 200 operadores de mil abonados cada uno, llegaría a los 200.000.

## DEMÓSTENES TERRONES

**Demóstenes Terrones**, el carismático titular de **Best Cable** y flamante vicepresidente de la junta directiva de la APTC, expresó su entusiasmo por la idea de Ovidio Rueda de sumar a los demás cableoperadores independientes a la asociación. Además habló de campos de trabajo como la postería donde, según expresó, la empresa eléctrica no los apoya con los precios que sí le da empresas grandes. Declaró que espera luchar y hacer lobby para que la postería sea un bien común de los miembros.

También consideró que la Tercera Cumbre fue 'la mejor de las realizadas hasta ahora', destacando el lugar central elegido. Expresó que, si bien está elegida Arequipa para la realización de la cuarta, 'podría revisarse para no alejarse de los centros neurálgicos'.

Con respecto a Best Cable, dijo que siguen avanzando y fidelizando clientes pese a que tienen una competencia desleal en la zona de los Conos de Lima, donde Best Cable fue pionera en llevar el cable al público de menores recursos, como se mencionó en la inauguración, y aclaró que fue junto a **Anamías Escamilo**. Agregó que ya está trabajando con el CMTS grande de **Arris** la parte de Internet.

## RIGOBERTO PICÓN

**Rigoberto Picón** de **TV Sur** es otro de los nuevos integrantes de la Junta Directiva de la Asociación. Dijo que siempre estuvo adentro pero que se animó a participar por la nueva junta directiva y su idea de integrar a toda la industria. Ahora está implementando la Internet a prueba en su cabecera de Huacho, que maneja junto a **Ricardo Echavarría**. En total tiene cuatro cabeceras.



Ovidio Rueda

## ECONOCABLE LANZA TRIPLE PLAY

Una gran novedad es que, tras dejar la presidencia de la Asociación, Daniel Segovia apuesta con todo a su sistema **Econocable** que está en la Unión de Compras. Según confirmó a **PRENSARIO** y lo presentó durante la APTC, en un mes empezará a ofrecer **Triple Play**, con una primera fase en Lima y una segunda también en Arequipa. Su partner tecnológico es **IPTel**, con sede en Argentina. Ya diseñaron los logos para empaquetar servicios en triple y doble play a elección del cliente.



Carlos Huamán, Daniel Segovia, Saul Leal y Jorge Zamora

## CABLEVISIÓN HUANUCO

Por su parte, **Jesús Angulo** de **Cablevisión** con sede en Huanuco, dijo que está abocado a interconectar todas las ciudades pequeñas en el norte del país, alrededor de Tumbes. Están ofreciendo Internet en Huanuco y pronto también en la ciudad norteña de Trujillo. Paralelamente, está estudiando la experiencia de Econocable con telefonía para ver si siguen el mismo camino a partir de su colaboración en la Unión de Compras.



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

El encuentro de la TV por suscripción con la Publicidad  
Véalo en acción en [www.LatinAdSales.com](http://www.LatinAdSales.com)  
y en Facebook y Twitter



- Proveedor líder en productos y soluciones para HEAD END DVB
- Hardware de HEAD END, Sistema de Acceso Condicional y Sistemas de Valor Agregado
- Soluciones instaladas en más de 60 países del mundo



### Línea de Productos:

Plataforma Multimedia Integrada  
Codificadores MPEG-2/H.264 (AAC-HE audio)  
Multiplexores  
Scramblers  
Moduladores QAM  
IPQAM

Sistema de Acceso Condicional (CAS)  
SI-EPG  
Sistema de MOSAICO de canales  
Insertor de publicidad DVB AD  
Insertor de subtítulos y logos DVB  
Sistema de PLAYOUT



Beijing Compunicate Technologies Inc.

**Address:** No. 901-905, Office Building B Maples International Center, No. 32 Xizhimen North Street, Haidian District, Beijing 100082 P.R.C

**Tel:** +86 10 62272800 **Fax:** +86 10 62277908 **E-mail:** international@cti.com.cn **Website:** www.compunicate.com.cn



## SCIENTIFIC SATELLITE, SIEMPRE JUNTO A LA APTC

La distribuidora regional **Scientific Satellite** tuvo una participación muy especial y hasta emotiva en la III Cumbre de la APTC en Lima.

El nuevo presidente de la Asociación, **Ovidio Rueda de Cable Catelsa**, eligió al presidente de **SS Edgar Carrasco**, como padrino de la inauguración para que realice el corte de cinta inaugural: 'Es un proveedor nacional que creció con nosotros. Empezó con una tienda pequeña y ahora es un gran empresario que no se olvida de los pequeños. Merecía que lo

eligiera', expresó Rueda.

Además, **Scientific Satellite** patrocinó la cena show central del evento, y después el agasajo a los participantes, que es una de las características distintivas de la Cumbre.

En el último tiempo, **Scientific Satellite** ha acompañado a todos los operadores en su migración a digital. A su vez es el gran representante de **Pico Macom** para Perú y ahora inauguró su nuevo sitio web para seguir brindando una atención de primera calidad a los clientes.



Edgar Carrasco, padrino del corte de cinta

## COMMSCOPE: TECNOLOGÍA FTTH

**Eduardo Estella Lee**, director regional de **Commscope** para América Latina, dio una conferencia en APTC sobre sus nuevas soluciones, que están mucho más allá de la provisión del cable coaxial que los identificó en sus orígenes.

Habló de Fibra a la casa para convertir la señal que viene de la fibra a RF; una red de HFC comparada con una de RFoG (fibra profunda) permite más eficiencia y muchas ventajas que contrarrestan el mayor costo. RFoG es RF sobre Glass (vidrio) y busca que se pueda migrar después a un sistema PON.

**Commscope** tiene una solución en un Gigahertz usando todo el ancho de banda, ayudando tanto al upstream como el downstream. Además, dio ejemplos de equipamientos como el 1610 nm Return Path, que cumple con ese nuevo Standard de RFoG de la SCTE. Tienen tanto equipos nuevos de headend, como de red. Desarrollaron incluso un sistema de respaldo a pila, con dimensiones pequeñas para uso externo y Splitters mecánicamente reforzados.

## TVC CALA: GESTIÓN DE TRÁFICO

**TVC CALA** tuvo una conferencia en APTC sobre Internet, control de tráfico y aprovisionamiento a cargo de **Lizmary Leal Camacho**. Primero, hizo un recorrido sobre la importancia de Internet y su evolución para los operadores, con todos los equipos que se hicieron compatibles con el estándar DOCSIS y cómo bajaron los precios. Luego se abocó a destacar las herramientas para aprovechar al máximo las redes HFC existentes.



Lizmary Leal

Se enfocó en la gestión de tráfico y el *Deep Packet Inspector*, equipo para administrar de manera eficiente el tráfico de datos, aprovechar el ancho de banda, reducir costos y garantizar la disponibilidad de servicios críticos. Como ejemplo para priorizar telefonía se puede

limitar los Peer to Peer. El DPI como **Allot** permite visibilidad y control del tráfico y luego estructurar políticas del proveedor del servicio para eso.

Sobre los beneficios que genera para las empresas mencionó esa mayor visibilidad, proteger las aplicaciones fundamentales, utilización inteligente del ancho de banda, mayor productividad de empleados y detección

rápida de anomalías. Ofreció ejemplos de planillas con tablas de políticas para el ancho de banda.

El sistema de aprovisionamiento permite la activación y desactivación del servicio de Internet de manera centralizada, generando esas eficiencias tras haberle asignado una dirección IP a cada cable módem.

## TRES PROGRAMAS ANTIPIRATERÍA DE JP PARTNERS

**José Luis Romero**, ex **Business Bureau** que actualmente maneja la consultora **JP Partners** junto a **Patricia Sparks**, dio una conferencia en APTC donde dijo que lo bueno del Perú es que su crecimiento es ordenado y estimó el mercado actual en 1.600.000 suscriptores.

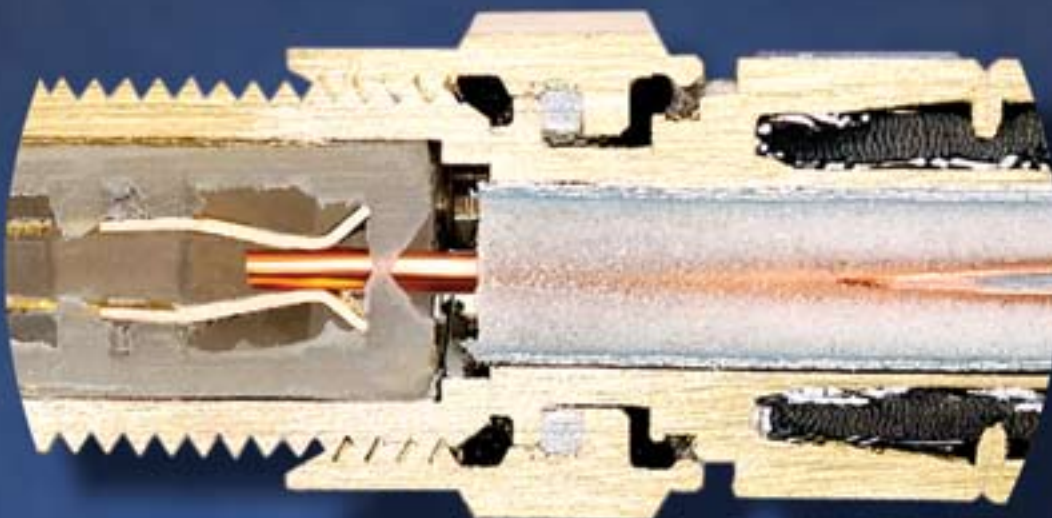
En la parte más dura de su discurso, dijo que se están encarando programas contra la piratería de operadores en tres países: Ecuador, donde hay 83 operadores (sobre un total de 160), Perú, con 129 y Chile, con 43 operadores que toman al menos una señal de forma ilegal desde equipos satelitales u otros freeware, actividad que hasta origina causas penales.

En Perú, siempre se ha trabajado mucho con el tema de derechos de autor con ayuda de las programadoras, y en Chile, lo interesante es que se han sumado a operadores como **Telefónica**, **Claro** y **Tuves** y se está viendo el tema con **VTR**.

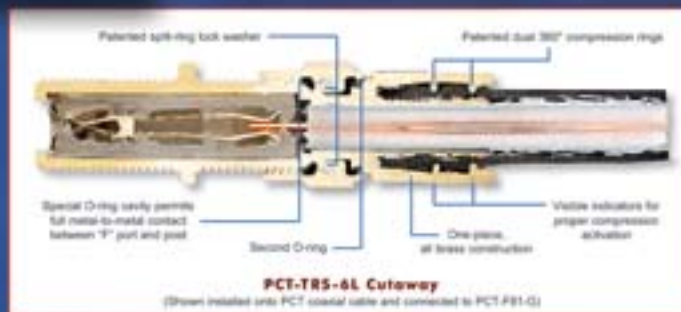


Carlos Crespo de ESPN, Patricia Sparks y José Luis Romero

# No Haga Mal Uso de Su Inversión Conectores "Locking" 100% Metal Su Mejor Aliado



No mas "Truck Rolls" por causa de conectores sueltos con este componente fundamental del cual dependen los servicios de alta calidad!



PCT-TR5-6L Cutaway  
(Shown installed onto PCT coaxial cable and connected to PCT F81-G)

Patent Nos. 6042422, 6712631



- Sistema de sujeción "Locking" haciendo imposible tener conectores flojos en sus instalaciones
- Sellado hermético eliminando 100% ingreso de humedad
- Composición 100% metálica brindando:
  - Alto blindaje contra ingreso de señales eliminando interferencias
  - Continuidad eléctrica

*Muchos operadores globales usan ya nuestros conectores con tecnología "Locking" ellos son nuestra mejor carta de recomendación.*

*¿Por qué no hace la prueba usted?*



Innovation for  
the Last Mile

[pctinternational.com](http://pctinternational.com)



# LATINOAMERICANA TCA: SINERGIA ENTRE LOS PAÍSES PARA EL DESARROLLO DE MARCAS



GRAN PRESENCIA EN LA APTC CON WELLAV Y OTRAS COMPAÑÍAS

Andrea Baena de Latinoamericana TCA expresó tras APTC que la intención de este show fue mostrar principalmente las cabeceras digitales de bajo costo y escalables. Allí el Ing. José Luis Batista ofreció dos conferencias, la primera de cabeceras y la segunda de fibra profunda. La acogida fue excelente y

hubo que ir a buscar sillas para ambas.

Vale destacar que convocaron a buena parte de su equipo de todos los países. Las oficinas de Lima con sede en Miraflores ya cumplió un año y amplió el espacio para tener en la bodega producto permanentemente. ‘Tenemos entrega inmediata de todos los



Andrea Baena y su equipo femenino en APTC

**PERFECT VISION<sup>®</sup>**  
M A N U F A C T U R I N G , I N C

**¡UNA MEJOR MANERA!<sup>™</sup>**




**CERTIFICACIONES:**

- ISO 9001: 2000
- UL E232510, UL E314155  
E232338, UL E226682
- SARFT
- CSA
- SGS Ethnic audit
- Thomson QMS/GE EHS
- ISO 14000
- GE EHS

**RoHS**  
COMPLIANT


**PERFECT VISION MANUFACTURING, INC.**  
3901 PROGRESS STREET  
NORTH LITTLE ROCK, AR 72114  
WWW.PERFECT-VISION.COM  
Tel: 501.955.0033 - Fax: 501.955.7634

productos y un equipo de gente entrenada. Además hay oficinas en Argentina, Colombia, Chile, Paraguay y USA donde se hace venta FOB, remarcó de su estructura regional.

El año que viene va a cumplir 20 años en el negocio y ya se está dando una sinergia entre todas las oficinas que permitió desarrollar marcas y acceder a otras muy importantes para estar a la vanguardia del mercado como con Wellav, que se empezó a vender el año pasado en Chile y se tienen ya 10 cabeceras instaladas. Es una solución de bajo costo, escalable y con solución llave en mano. Viaja un ingeniero de Wellav y uno de TCA, ofreciendo inventario en todos los países. En general las fábricas exigen cantidad mínima y en cambio aquí se ofrece una solución medida de las necesidades del cliente. Las cajas además vienen customizadas para cada cliente.

Viewteq es otra línea que se va expandiendo y están especializados en productos para gerenciamiento de RF, combinando servicios como PPV, VOD y otros. Se acaba de lanzar una cabecera analógica, integrada y con receptores y ahí mismo se hacen enlaces para hoteles y condominios. También se representa a Pico Macom, LH que es la marca propia, Lifetime y Cablematic.

En productos tienen la línea completa de productos de cabecera tanto analógica como digital, pasivos de red, cables, amplificadores, productos de fibra, instrumental de medición, herramientas y material domiciliario.



## El valor de la sinergia

La palabra sinergia proviene del griego "synergos". Significa "colaborar conjuntamente" o "trabajar en conjunto".

En Red Intercable, organización que nuclea a más de 220 pymes y 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, creemos profundamente en el valor de la sinergia.

Cableoperadores pymes independientes, unidos por objetivos y realidades comunes, sustentados

en modernas estructuras de conocimiento e innovación tecnológica trabajamos de manera permanente para consolidar a nuestras empresas como operaciones multiservicio.

Así hemos dado origen a desarrollos exclusivos que en la actualidad contribuyen de manera protagónica en la creación de valor de las empresas asociadas abriendo caminos para incursionar en nuevas prestaciones con competitividad y rentabilidad.

**Red Intercable, Pymes, República Argentina.**





## MBA: NUEVA GERENTE GENERAL



Diana Visbal con Matilde y Carlos Boshell

MBA, la empresa representante de señales para la Región Andina, Centroamérica y toda Latinoamérica, incorporó a **Diana Visbal** como gerente general; viene de trabajar con **Caracol** en Miami y tiene mucha experiencia. Ella ayudará con todos las temáticas a **Matilde** y **Carlos Boshell**.

Visbal destacó acuerdos en Colombia con **Management TV**, con **Telmex Hogar**, que lo lanzó a fin de abril, y con **Une-EPM** en su paquete digital. Por otra parte, ya se empezó a trabajar con **GoTV**.

De cara a México y Canitec, se viajará allí con la representación de **Caracol TV Internacional** y **Al Jazeera English**, que viene de lanzarse con **TV Cable Ecuador**. También es interesante el acuerdo con **MVS Teclab** para la distribución de contenidos en plataformas móviles.

## MTV



Juan Andrés Sánchez y Manuel Revéz

**Manuel Reveiz** de MTV se fue muy conforme con el movimiento que tuvo la APTC en Perú, y se mostró a favor de todas las iniciativas que está iniciando el gobierno peruano contra la piratería, pues hace que todos los operadores se acerquen a regularizarse.

Además, sostuvo que los objetivos principales del inicio de su oficina regional en Colombia se van cumpliendo.

## MAX MEDIA



Jecica Pineda, Daniel Segovia y Henry Reyes

**Max Media** volvió a tener una buena participación en la APTC de Perú, donde recibieron muchas visitas de cableoperadores. **Henry Reyes** comentó a **PRENSARIO** que se va completando el primer año con una presencia muy completa en todos los eventos del trade para actualizar a los operadores del relanzamiento de sus dos señales más conocidas: **The Body Channel** y **The Humor Channel**, para que sepan que están codificadas y nuevamente a la venta, con una etapa de nuevo crecimiento sustentable.

The Body es referente de la moda en Colombia y también está presente con sus cámaras en todos los eventos que involucran a esa industria en ese país. Una idea es seguir con los acontecimientos de la moda de otros países.

## SUN CHANNEL

**Yelitza Betancourt** destacó el acuerdo con **Claropara** para la emisión de **Sun Channel** en el Perú, en su paquete de variedades y entretenimiento. Esto lo comentó en la cumbre de



Jorge Meza y Yelitza Betancourt

la APTC, asociación con la cual también se hizo un acuerdo para que sus miembros tengan tarifas especiales. Con todo esto, se están incorporando contenidos del Perú, como es el programa **Desafío del Inca**, que se estrenó el 8 del mayo, y en un mes saldrá **Delicias del Perú**, un programa de gastronomía.

De cara a México, ya se adelantará la oferta del canal HD, pues considera que un canal de turismo en HD es una propuesta de alto valor agregado para el momento de los operadores mexicanos.

## SYGNAL TV

'En Perú, Azteca Internacional está super fuerte, pues tiene novelas y compite con los mejores del mercado. También crece Azteca Novelas, ya que es un género que gusta mucho en esa zona', dijo **Hortensia Espitaletta**, de **Sygnal TV**.

Muchas de sus novelas se han visto por Canal Abierto y la gente las aprecia y reconoce. En la parte de **X-Time**, se ha fortalecido con la marca que ya cumple dos años en julio y tiene clientes en Perú, Colombia, Guatemala y en Venezuela ya lo empiezan a pedir. A la noche se transmite **El Cazador de la web**, que tiene mucho éxito y repercusión en las redes sociales. Los ha potenciado como canal de películas.

Como **Signal**, ganó la cuenta de TVE en algunos países y formó una alianza con **Condista** para ayudarlos a crecer con sus señales donde no están llegando en Latinoamérica. De la misma manera, **Condista** los va a ayudar en México.



Milena Célis, Javier Mendoza, Hortensia Espitaletta y Sergio Restrepo

## GLOBAL MEDIA

**Piedad Martínez** destacó la nueva experiencia de su grupo de señales en la APTC de Perú, como también el crecimiento paulatino de todas sus señales. Con la nueva edición de Canitec, México le genera mucha expectativa y allí están representados por **Alfonso Guerrero**. Luego irán al Encuentro Regional de Rosario.



Piedad Martínez

# exp CANITEC

2011

Generación de líderes en telecomunicaciones



DEUTSCHE WELLE  
DW



bio.



[www.canitec.org/expo/2011](http://www.canitec.org/expo/2011)  
[convencion@canitec.org](mailto:convencion@canitec.org)

 Puebla, Puebla  
25 al 27 de mayo  
convenciones + expo





## BETHEL TELEVISIÓN



Juan Carlos Pérez y Luis Meza

La señal **Bethel Cable** se ofrece para toda Latinoamérica desde el IS9 de manera libre y gratuita con los decos, y ahora también a Estaos Unidos desde el Galaxy 13. Allí esperan entrar bien pues disponen incluso de material subtulado en inglés e incluso ya están produciendo en HD. También apuntan al mercado móvil y en Perú hacen una revista que distribuye 200.000 ejemplares.

Su programación es un 60% religiosa pero no agresiva y un 40% totalmente abierta. Por ejemplo, cuando se habla de la Biblia se da un enfoque histórico y tiene programas de historia con mucha demanda.

## VENEVISIÓN PLUS: POR UNA SEÑAL EN INGLÉS PARA USA



Elba Mora

**Elba Mora** destacó que la división de señales internacionales de Venevisión se presentó a un concurso en Estados Unidos para poder ofrecer un canal en inglés para el público latino. Explicó que, de tres generaciones de latinos emigrantes,

los más jóvenes hablan inglés en la escuela o en el trabajo y español en su casa, y la tercera ya directamente inglés en todos lados, pero aún siguen sintiéndose latinos. A ese público podrían estar dirigidos.

Mientras tanto, espera que para fines de este año todo lo que estén produciendo sea en HD, como ya lo hacen con los talk shows o la novela *Eva Luna*.

Mora estuvo en Lima para explorar el mercado y ver las chances tanto para **Novelísima** como de una **Venevisión Plus** local customizada, como ya hay en Dominicana. También se estudia en Colombia, Ecuador y Chile.

## MI CINEMA Y MI MÚSICA

**Angela Venegas** y **Sara Sofía Rojas** volvieron a estar presentes con sus señales **Mi Cinema** y **Mi Música** en la APTC, donde sumaron casi 30 contratos. Vienen ofreciendo una propuesta accesible a los sistemas pequeños, si bien la idea firme es estar en los grandes. La señal de cine tiene películas mexicanas y la de música tiene una programación especial para Perú, que sirve para muchos países. El siguiente evento al que asistirán será Tepal.



Angela Venegas y Sara Sofía Rojas con Elis Pueras de TV Cable Moche de Trujillo

## TOP LATINO

La señal de música **Top Latino** se está lanzando en julio en el satélite 806 para toda América. Tienen muchos videos en español y en inglés, pero también cobertura de los principales eventos musicales como el Festival de Viña del Mar, el Pepsi Music, el Rock in Río o los Grammys, con entrevistas a las más grandes figuras. Toda la señal está producida internamente con calidad HD de cara al futuro, más allá que se emita en SD por cuestión de lugar en el satélite.



Armando Patroni, Patricia Lúcar y Daniel Bartra

## WILLAX

El canal de noticias peruano **Willax** tuvo una gran presentación en la cumbre de la APTC de Lima, donde participó la humorista **Conchita Alegría**. Fue una presentación irreverente que luego incluyó los atributos

## NHK



Mari Yamada y Miyuki Nomura

**Mari Yamada** y **Miyuki Nomura** volvieron a estar presentes en APTC con el canal japonés de noticias **NHK**, de los primeros que se hacen full HD en el género. El canal fue muy elogiado por su cobertura del terremoto y se posicionó a nivel mundial. Ya despertaron el interés de **Telefónica**. Ahora van a Canitec, tras lo cual estuvieron evaluando casi todos los mercados de la región. Allí van a hacer una evaluación de toda su presencia y de las chances de un canal en español.

## INTERNATIONAL SIGNAL NETWORK



Katya Sagastizábal y Claudia de la Riva

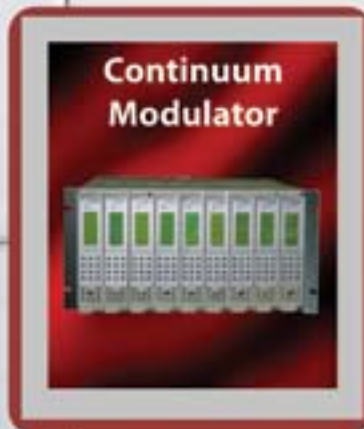
**International Signal Network** surge como importante representante para Perú, Bolivia y Ecuador. Ya tiene la licencia de TVE, el canal adulto **Pasiones** y **Aprende Inglés**. Siempre fue conocida por la personalidad de su titular, y ahora ya se perfila como empresa de representación con 5 ejecutivas de ventas. Se ocupa de la contratación, marketing y facturación de sus 4 señales.



Humberto Guillén

**"ANUNCIO IMPORTANTE"**

Si esta buscando ahorrar dinero en su proxima compra, NCS Industries tiene un excelente inventario de equipos remanufacturados listos para ser enviados a donde usted los necesite. **LLAME AHORA.**



**001-918-251-2887**

[Ventas@ncsind.com](mailto:Ventas@ncsind.com)

**375 Ivyland Rd. Unit 11  
Warminster, PA 18974**



## WIRETECH



Miguel Valentino, Valeria Marcarián y Belén Arduino

Valeria Marcarián, vicepresidente de Wiretech, dijo a PENSARIO que están apostando mucho al mercado internacional. En APTC obtuvieron muy buena recepción e interés tanto por la parte de cabeceras digitales como de los cables y productos de fibra.

## SISCOAX



José Carlos Dionisio, Andrés Ríos y Edgar Juárez

Andrés Ríos de Siscoax destacó a PENSARIO que están muy bien en ventas en muchas regiones de Latinoamérica. Desde luego en Colombia, Centroamérica

ca y ahora han partido a Venezuela y Perú con la distribución de Fyco, con quién estuvieron en la Cumbre de la APTC de Lima. También tienen pedidos y están viendo como avanzar en Uruguay, Chile y Argentina.

Sus postulados para crecer son siempre calidad de producto, buena atención y buenos precios. Ofrecen desde fibra cocida y autosoportada a drops y cualquier cable coaxial que los clientes necesiten. También equipos para cobre y energía. Todo está fabricado y desarrollado en su planta de Medellín.

## LAGUNA PRODUCTIONS



Gregorio Antón y Elart Coello

Elart Coello de Laguna Productions dijo que vieron que hay necesidad de películas en el Perú como en otros países. Más allá de haber lanzado oportunamente su canal de cable MaxPrime, también ofrecen a los operadores pequeños películas para que integren a su propio canal.

ofrecen a los operadores pequeños películas para que integren a su propio canal.

## TELMARK

La distribuidora peruana de Iván Álvarez representa a RGB, Arris, Aurora, Exfo, Cablematic, Trilithic (representada por JPM, de Judith Vázquez, que tiene nuevo sitio web) y otras marcas. Fue la segunda vez que expuso en la APTC y cuenta con un plantel de 15 personas, 11 de ellos ingenieros. Llevarán adelante la red de TV de Telefónica para Cuzco.



Iván Álvarez con sus representados y ejecutivos de planificación de red de Telefónica

## BSNSS/SCORD



Javier Ríos

La compañía de software peruana Bsnss está bien posicionada entre los miembros de la APTC con su producto Scord, una aplicación web modular por el que ya hay interés en Venezuela, Colombia, República Dominicana y otros países, por lo que se tiene la idea de cubrir todo el Cono Norte. Hoy atienden 22 cabeceras y es probable que participen en Tepal.

El sistema permite la conexión de la cabecera con las filiales, y en particular la administración de ventas, afiliados y diferentes servicios, incluso hacer post-venta.

## CABLEVISIÓN WIRELESS

Entre las empresas peruanas, un proyecto innovador es el de Cablevisión ICA/Cotel, para que los sistemas puedan ofrecer Internet wireless a sus abonados con una inversión mínima, explicó Wilson Valle.

Se trata de una idea propia ya implementada en Cablevisión ICA, que está apoyada en que Cotel tiene la licencia de la banda 2.6 para todo el Perú con excepción de El Callao y Lima, que se ofrecería a los 250 operadores independientes que hay en el país.

Algunos pueden tomar el uso de la frecuencia, pero la idea consiste en instalarles una torre de transmisión con una antena por USD 3.300, con un alcance de la señal en un radio de 3

## PROMPTLINK

Promptlink tuvo presencia en el mercado peruano en la APTC con David Mosquera, que ahora concurrirá a Canitec. Destacó que la compañía estuvo al mismo tiempo en Anga Cable de Europa (la SCTE del viejo continente), a donde llevaron un equipo completo de su exitosa Cable MODEM Test Platform.



David Mosquera

## IPTEL: TELEFONÍA CON POCA INVERSIÓN

IpTel volvió a tener stand en la APTC con el aliciente que Econocable está por lanzar su servicio de triple play con su plataforma, lo que puede marcar una tendencia con los



Gastón Barile, Diego Ambuhl y Diego Valencia

operadores peruanos y de otros países. La definen como una solución a medida de los cables en crecimiento. Si cumplen con la actualización de su red y con la compra de un CMTS, pueden ofrecer Internet y luego telefonía sin hacer una gran inversión en infraestructura, pues pueden utilizar la que tiene IpTel en Buenos Aires. La inversión para ofrecer Internet es de US\$10.000 y para ofrecer telefonía sólo US\$25.000, en una gran oportunidad para empezar a competir con los operadores grandes.



Gabriel Laca, Hermy Valle, Haydee Vianderas y Wilson Valle

kilómetros y casi 2.000 casas pasadas. Eso permite atender a 150 usuarios en ese radio, pero se pueden poner hasta 12 antenas por torre, en caso de incrementarse la demanda, o poner más torres por USD 500 cada una. El horizonte de recuperación es menor a dos años y permite competir con una inversión mínima.

# La TV digital en sus manos

nuevo decodificador SMART



Sea parte de la era digital.

Conozca los últimos avances  
en equipamiento de head end  
y usuarios de la mano de  
Network Broadcast.

Visítenos en Canitec Stand 346



CANITEC

• Paraná 6.771 4to. Piso  
• Capital Federal C1017 AAC  
Buenos Aires, Argentina.  
Tel. (005411) 5273-1111

• Condomínio Vila Lobos Office Park  
• Avenida Queiroz Filho, 1700  
Bandar - Bloco B - Torre River Tower  
Sao Paulo, Alto de Pinheiros - SP - Brasil.  
Tel. (005511) 3711 5667 - 3443 6278

• Av. El Dorado 68 C  
• 61 Of. 732-1  
Edificio Torre Central  
Bogotá, Colombia.  
Tel. (00571) 742-7511

• Ruta Nacional Nº 1 Km 49.5  
• Zona Franca Libertad.  
San José, Uruguay.



# AURORA: FIBER DEEP, FIBER ON DEMAND Y FIBRA A LA CASA

El Ing. **Jesús Gil** destacó la plataforma de **Aurora** para accesos residencial y comercial, donde los operadores ya son proveedores de servicios.

Repasó las alternativas de arquitecturas: red HFC, segmentación del retorno, segmentación forward, fiber deep y finalmente fibra hasta la casa con grandes niveles de ancho de banda para ofrecer a las empresas y hacer frente a la competencia.

Dio muestras de ejemplos de fiber deep para una cobertura de 50 a 250 casas pasadas con una red más confiable y ahorros sensibles. Su tecnología está basada en el retorno digital, que es una patente de Aurora, permitiendo cubrir distancias mayores.

Tiene opciones de *Double*, *Cuádruple Bandwitch* y mega bandwitch. Concatena el retorno digital y toda el serving área para hacer esto. Esto lo están ofreciendo en toda la región con grandes posibilidades de crecimiento.

Entre los beneficios de *fiber deep* están ofrecer anchos de banda superiores, competir contra otras empresas que ofrecen anchos grandes, da mejor costo de operación y acercar cada vez más la fibra al usuario. La mejora es del 400% en downstream y del 200% en upstream respecto a HFC. Otra ventaja de fiber deep es que una falla se ubica rápidamente

dentro de una zona limitada, y el ahorro de costos anuales es muy importante, casi de una tercera parte respecto a HFC.

Dentro de los operadores también funciona la *Fiber on demand*, para servicios de 100 megabit dedicados a ethernet.

Con **Cablemás** de México se enlazan todos los hoteles en la Riviera Maya a lo largo de 60 kilómetros. **Cablevisión** México también actualizó todo a fiber deep para enlazar las tiendas en tiempo real para ofrecer el ancho de banda.

Para cableoperadores se aconsejan también las redes GEAPON es una tecnología para transporte IP muy flexible, y también sirve para el transporte de datos de alta velocidad. También se puede aplicar a grandes distancias.

En el evento de APTC también estuvo **Humberto Valdez**, que hace tres meses está trabajando en **Aurora** como gerente de Field Service para toda América Latina.



**Humberto Valdes, Jesús Gil y Wilfredo Rodas**

## CARTELERA APTC

AMT: Juan Carlos Marchesini y Vladimir Velickovich



Alberto Vandenbosch, de DSC



Elmo Tadeo Díaz de Telefónica



Jorge Moya y Juan Carlos Madeo



Pramer: Christian Podestá y José Ferrentino



Turner: Gustavo Minaker, Alfredo Suárez y Yamira Puy



María Victoria Tozzo, Karin Chávez y Baglietto

Juan Toth, Santiago Usátegui de TVSam y Hernán Chiófalo



Carlos Cruz de Krotón



Roberto Vargas de Suttle, Sandy Sandoval, Milton Ulúa y Jorge Boza de Pit Telecom

Manuel Góngora de Desnetel



P&T: Sandy Sandoval, José Gutiérrez y Marcelo Zamora



REVISTAS DE  
PROGRAMACIÓN

CONTENIDOS  
PARA  
CELULARES

BUSCADORES  
Y  
SITIOS WEB

DATA  FACTORY

PROGRAMACIÓN Y DESTACADOS DE TELEVISIÓN

EPG PASIVO  
E INTERACTIVO

DIARIOS  
Y  
PUBLICACIONES  
GRÁFICAS

## UNA SOLA FUENTE DE DATOS Y UN SOLO PROVEEDOR PARA RESOLVER TODAS SUS NECESIDADES.

**Somos líderes en Contenido de Programación de Televisión.** Nuestra calidad permite que Clarín, La Nación, La Voz del Interior y los principales medios de Latinoamérica nos elijan. Nuestra tecnología permite automatizar al máximo su Revista Mensual de Programación. Solucionamos su necesidad Web de Programación y de manejo completo de su sitio institucional con nuestro Sistema de Administración de Contenidos. Alimentamos su EPG Interactiva con Información de Programación, y resolvemos su EPG pasiva con nuestro Sistema de Pantalla Analógico que permite Zapping automático, mostrar eventos destacados, pautar publicidad, e integrar nuevos contenidos.

**Somos Líderes en Estadísticas Deportivas.** Proveyemos el contenido de pantalla y Web de ESPN, Yahoo!, FoxSports, Terra, Univisión y los principales medios de cada país. Nuestros datos se integrarán a su pantalla a través de los nuevos sistemas digitales como servicios de valor agregado.

[www.datafactory.com.ar](http://www.datafactory.com.ar)



## VIDITEC: BALANCE POSITIVO DE SONY, HARRIS Y 3WAY, TRAS NAB 2011

**Viditec** participó, como es tradicional, en la edición de NAB 2011 en Las Vegas, Estados Unidos, donde ofreció diferentes demostraciones de soluciones para empresas de Latinoamérica, destacando los productos de **Sony, Harris y 3Way**.

De **Sony**, demostró el disco de almacenamiento *PFD128QLW*, que estará pronto disponible para Argentina; la nueva cámara *CineAlta F65*, pensado para películas, series y spots publicitarios y la línea de productos *SRMASTER*, que utiliza soportes de almacenamiento SRMemory, incluyendo formatos 3D y 4K.

Los camcorders 3D incluyen el modelo de hombro *PMW-TD300* y el camcorder compacto *NXCAM HXR-NX3D1E*. A esto se suman nuevas aplicaciones disponibles para el procesador *3D MPE-200*. Por último, el switcher de vídeo multiformato *MVS-7000X*, apto para producciones HD.

De los productos de la línea Super-35 mm, están el *PMW-F3*, un camcorder con montura PL dotado de un nuevo sensor de imagen Exmor CMOS Super-35 que aporta una apariencia cinematográfica.

El *NEX-FS100E*, incluye el mismo sensor de 35 mm que el *F3*, pero está más orientado a entornos académicos y empresariales, vídeos musicales, producciones de bajo presupuesto

o reportajes, bodas y otras celebraciones.

Para HD, destacó la *XDCAM* y para la producción en directo, las cámaras de estudio *HDC-1500* utilizadas para grabaciones en estudio y transmisiones deportivas. El software *HZC-CSM10* que incluye una aplicación para PC para controlar e integrar las cámaras de estudio con mayor facilidad.

### HARRIS CORPORATION

De Harris, Viditec destacó el *Maxiva UAX*, un emisor para televisión en UHF, refrigerado por aire, que brinda a los operadores de televisión terrestre y móvil diferentes opciones para aumentar sus prestaciones. Este equipo permite realizar coberturas en situaciones complejas de trabajo, incluso en ciudades y zonas urbanizadas que exigen un mayor acceso de la señal en edificios.

*Selenio* es una nueva plataforma integrada para infraestructura y networking, con capacidad de procesamiento de señales de banda base y comprimidas.

Otros productos fueron el Centro de Control de *Contenido Automatización de ADC e Iconmaster*, que es un sistema compuesto por hardware y Software para control de playout de múltiples canales. Cuenta con una excelente integración de dispositivos de múltiples fabricantes. Modular Full redundante y capacidad



para múltiples usuarios.

También se mostró el *Channel One IP*, una estación gráfica automática que permite incluir branding y media en un streaming generado en forma remota creando pautas diferenciales dentro de una red.

### 3WAY

*3Way* destacó el *ViDeus Auditor ISDB-T*, que permite el monitoreo de una ilimitada cantidad de señales de TV Digital. También el *ViDeus IP Multiviewer*, que permite la visualización centralizada de múltiples streams de vídeo.

El *ViDeus Auditor* permite la grabación, indexación, almacenamiento y administración de contenidos de TV emitidos con el objetivo de compartir el material emitido en una compañía de TV, realizar una copia legal, verificación de pauta publicitaria, monitoreo de medios con fines políticos y producción de programas de TV basados en el archivo, entre muchas otras alternativas.

## ENCUENTROS REGIONALES: JORNADA DE CAPACITACIÓN SOBRE BANDA ULTRA ANCHA

*Ventajas de DOCSIS 3.0 y la solución Arris* es una de las charlas de capacitación sobre banda ultra ancha que se dictará el 30 de junio durante la última jornada del **Encuentro Regional de Comunicaciones 2011**, que se realizará en Rosario, Santa Fe, Argentina con el auspicio de **BCD**.

El seminario se desarrollará por la mañana en la sede de BCD de esa ciudad, y la inscripción es sin cargo para los asistentes al Encuentro Regional, y ya está disponible en su sitio web: [www.encuentrosregionales.com](http://www.encuentrosregionales.com). La capacitación tendrá un cupo limitado.

Cuenta con cuatro bloques de contenidos. El primer módulo, a cargo de **Lic. Sebastián Rojo**, es *¿Por qué DOCSIS 3.0?* y abordará las características generales de DOCSIS 3.0, manejo de Downstreams/Upstreams, channel bonding y panorama internacional - realidad de la industria. A continuación, el segmento *La demanda de ancho de Banda* explicará las soluciones **Arris** de alta (C4) y pequeña escala (C4c), y las alternativas en anchos de banda por usuario.

En el tercero, el **Ing. Marcelo Picazos** explicará cómo crear una arquitectura con



Jorge Jacobi

capacidad de crecimiento. Para ello abordará la red HFC, DOCSIS 3.0 y las arquitecturas alternativas.


# Altas Expectativas Demandan Alto Rendimiento



Con los sistemas de alimentación más eficientes en el mercado y una trayectoria de más de treinta años de éxito comprobado, Alpha se enorgullece de mejorar la fiabilidad de la red con la introducción de la línea de baterías AlphaCell HP. El plomo puro del AlphaCell HP maximiza el rendimiento, vida, y fiabilidad de las baterías, que son las necesidades más críticas de su red.

- La tecnología de placas delgadas de plomo puro, proporciona un incremento de hasta un 20% en la expectativa de vida
- Almacenamiento prolongado de 12 a 18 meses
- Garantía de reemplazo completo hasta de 4 años
- La batería 4.0 HP es la primera en ofrecer 240 minutos de tiempo de respaldo

Visitenos en la Expo Canitec, Stand 707  
25 al 27 de Mayo 2011

 > Total Power Solutions

800 322 5742

power@alpha.com

www.alpha.com



RELIABILITY



INTELLIGENCE



SUSTAINABILITY



EFFICIENCY





## ADRIÁN HERZKOVICH: 'EL NEGOCIO DE TV PAGA HA CAMBIADO'



'El negocio de la TV paga ha cambiado. Cada vez más, se necesita la interacción entre los programadores y los operadores. No están dadas las condiciones para que una de las partes pueda diseñar nuevos productos, sin consultar con la otra. Es lo que llamamos **la era de los borradores**'.

**Adrián Herzkovich**, VP Senior y gerente general de **Fox Latin American Channels (FLAC) Cono Sur**, señala a **PRENSARIO** que, cada vez con mayor frecuencia, los nuevos proyectos de programación se van consensuando

comenta Herzkovich, 'cada vez que recibimos la noticia de un lanzamiento estratégico, nos pone contentos mejorar el stock de canales que ofrecemos a nuestros clientes, pero nos produce cierta inquietud el averiguar cómo lo vamos a hacer con los recursos siempre limitados con que se cuenta, agregando más trabajo y la tensión del negocio'.

'Con el tiempo, esa inquietud se va transformando en satisfacción a medida que recibimos mensajes espontáneos de felicitación, a los seis meses o al año de lanzado el producto'.

Como ejemplo cita el caso de **Utilísima**, canal creado por **Ernesto Sandler** que se recibió en pleno funcionamiento y que fue reformulado, 'como con un lifting. Ahora la gente lo ve mejor y los clientes están satisfechos porque observan mayor producción, mayor calidad técnica'.

'Es un desafío, porque al cableoperador le llega un producto donde, sin modificar el precio, vamos incorporando mayor valor

y posibilitamos un mejor aprovechamiento de las iniciativas de marketing que él encare. Nos comentan que, cuando realizan campañas de promoción interna, obtienen más reper-



**Adrián Herzkovich,**  
SVP & GM de **FLAC Cono Sur**

### HERZKOVICH: COMO MEDIR LOS RESULTADOS

'Para que el resultado de una gestión sea satisfactorio, hay que cumplir con tres condiciones:

1. Que todos los canales tengan la mayor distribución posible. En el caso de **FLAC**, esto se cumple.
2. Lo mismo para los canales digitales. Se cumple.
3. Que los canales HD estén distribuidos. El ritmo de crecimiento de la plataforma y la creciente complejidad de los productos han sido correspondidos por la evolución del mercado, hasta llegar a los actuales 30 canales'.

con los principales operadores. Esto se logra mediante hasta cinco rondas de reuniones, una cada dos meses, donde se van delineando los objetivos y características del proyecto, y se recibe la retroalimentación necesaria para adecuarlo a las necesidades de los clientes.

'Por otro lado, los operadores están necesitando cada vez más ayuda de los programadores para vincularse online con sus clientes. Nos convertimos en verdaderos consultores estratégicos, realizamos *focus groups* en vivo con los clientes. Ellos son "fierros", nosotros somos fantasía, hay que congeniar, entender lo que necesitan. Somos muy respetuosos, ellos y nosotros, de las necesidades de cada parte, y se llega a una solución que considera el conjunto. Si no hay un acuerdo, seguimos trabajando.

**FLAC** maneja en la actualidad un paquete de 30 canales, y se trabaja constantemente en nuevos lanzamientos: 'Sin temor a exagerar',

cusión y mejores resultados si las aplican a los canales de **FLAC**'.

'De cualquier manera, no queremos que nos identifiquen como una empresa "grande" por tener 30 canales, sino por el valor de esos canales, por su creatividad. Somos funcionales a los cableoperadores porque, cuando les agregamos cosas, hablamos de valor, no de precio'.

'Allí es donde la elaboración de paquetes de programación –los más recientes han sido **Moviecity Mundo** y **Moviecity Play**– tiene que cumplir con las necesidades del operador y agregar efectivamente valor a su propuesta a los suscriptores'.

## FOX CREA FOX HISPANIC MEDIA PARA ESTADOS UNIDOS

**News Corp.** creó en Estados Unidos la división **Fox Hispanic Media**, que agrupa los canales de TV paga **Fox Deportes**, **Utilísima** y el nuevo **Nat Geo Mundo**.

Está previsto que **FHM** agregue más canales en el futuro; la presentación oficial se hizo el 17 de mayo en la Biblioteca Pública de Nueva York y la división quedó a cargo de **Hernán López**, Presidente y CEO de **Fox International Channels**. La distribución está a cargo de **Fox Global Networks**.

El abanico de canales responde a la premisa establecida hace años por **Rupert Murdoch**: que

el público siempre pueda encontrar en Fox un canal adecuado a sus preferencias. **Nat Geo Mundo** estará dedicado a no ficción y será lanzado en julio; **Utilísima** es de reciente lanzamiento.

La iniciativa apunta a que los anunciantes y agencias de Estados Unidos tengan una alternativa más para llegar a las familias latinas, que componen 50,4 millones de personas de acuerdo al censo 2010 recientemente realizado. Esto representa 11 millones de hogares, de los cuales **Nat Geo Mundo** llegará inicialmente a cuatro millones; **Fox Deportes** llega a 6 millones.



# Siga el proceso de crecimiento del mercado en 2011. Participe de la ABTA.

El evento más grande y más importante de TV paga, medios, entretenimiento y telecomunicaciones del Brasil.

La ABTA 2011 reunirá a operadores, programadores y productores de contenido, proveedores y prestadores de servicios para discutir el futuro del sector. ¡Usted no puede estar ausente!

- Congreso Internacional
- Exposición de servicios y tecnología
- Presencia de las empresas más grandes del sector
- Seminarios
- Paneles

**INFORMACIONES E INSCRIPCIONES:**  
[WWW.ABTA2011.COM.BR](http://WWW.ABTA2011.COM.BR)



Feria y Congreso  
**ABTA 2011**

9 AL 11 DE AGOSTO DE 2011  
 EXPO TRANSAMÉRICA, SÃO PAULO, BRASIL

PATROCINIO CONGRESO



REALIZACIÓN



ORGANIZACIÓN



APOYO



PUBLICACIONES OFICIALES



ASOCIADOS DE MEDIOS



33 32 31

01

ENTRADA

15° EDICION

# Encuentro Regional de Telecomunicaciones ROSARIO 2011

28, 29 y 30 de Junio | Complejo City Center



TELEVISION | RADIO | CABLE | INTERNET | TELEFONIA IP | TV DIGITAL

EXPOSICION COMERCIAL | CONFERENCIAS  
SEMINARIOS | TALLERES DE CAPACITACION | WORKSHOPS

Seminario de Radio

Seminarios de CABASE  
(Cámara Argentina de Internet)

Seminario Transición del CableModem a las Tecnologías PON

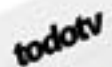
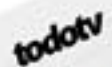
VIDEOSWITCH | REPORT TV | DISA - DAG INTERNACIONAL S.A. | GLOBAL MEDIA TELECOMUNICACIONES  
INDUSTRIAS KC | CABLENETWORK ARGENTINA | DIGITAL VIDEO VICARIO | CARBI  
DIGITAL CENTER | INTERLINK | WIRE TECH | DISCOVERY NETWORKS | FOX LATIN AMERICA CHANNELS

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

AUSPICIAN:



MEDIA PARTNERS:



08

09

10

11

12

13

14

44

45



# Dele a la gente lo que desea.

**Más video...en más dispositivos.** El Video esta por todas partes y el explosivo crecimiento del consumo de video está creando una nueva economía tanto para proveedores como consumidores. Este dinamismo en la economía trae enormes oportunidades, pero también requiere formas más rápidas y eficientes de producir y distribuir contenido.

En Harmonic estamos 100% enfocados en desarrollar infraestructura para video que ayude a crear, desarrollar y entregar contenido de video enriquecido en cualquier formato, a cualquier dispositivo. Déjenos mostrarle como nuestras innovaciones pueden permitirle tener éxito en esta economía del video.



Consulte más en [Harmonicinc.com/video](http://Harmonicinc.com/video)  
Visítenos en CANITEC, puesto #133

harmonic.

HACIENDO POSIBLE LA ECONOMÍA DEL VIDEO™

PRODUCCIÓN | PREPARACIÓN | EMPAQUETADO | DISTRIBUCIÓN | ENTREGA

©2011 Harmonic, Inc. Todos los derechos reservados internacionalmente.



# ARGENTINA: FUERTE PROMOCIÓN PARA TELEFÓNICA ON VIDEO

LA CAMPAÑA COWBOY TUVO GRAN VISIBILIDAD EN LOS MEDIOS

**Telefónica de Argentina** está promocionando fuertemente su servicio *On Video* a través de la campaña *Cowboy*, que fue lanzada en marzo y se emite por televisión abierta y TV de paga, con gran visibilidad en medios gráficos y online. La promoción incluyó un spot publicitario en el que se explicaba cómo Internet llegó a la TV, a través de una parodia sobre el uso de las redes sociales en el Lejano Oeste.

*Telefónica On Video* es un servicio SVOD y VOD que fue lanzado en diciembre de 2010 y permite a los clientes de **Speedy** (ISP de la compañía en Argentina) visualizar películas, series, recitales y contenidos en el televisor y la PC por medio de la banda ancha. Se trata del primer servicio presentado en el mercado argentino que permite el alquiler de películas por Internet.

A través de un abono mensual de 9.73 dólares, los usuarios tienen acceso ilimitado a una

serie de contenidos de biblioteca, entre ellos películas, capítulos de series, videoclips y dibujos animados en SD y HD, además de la posibilidad de alquilar películas Premium. La oferta cuenta con más de mil títulos y con todas las facilidades de un DVD (pausa, avance rápido, rebinado, etc.), además de acceso al trailer e información de la película para poder elegir lo que le gusta.

Con el objetivo de ofrecer a sus clientes una amplia variedad de contenidos, la compañía firmó acuerdos con **DLA, Disney, Warner y BD Cine**, a la vez que se encuentran avanzadas las negociaciones con otros estudios de cine.

El desarrollo de *On Video* demandó una inversión de 19,5 millones de pesos (4,7 millones de dólares), la mitad destinada al lanzamiento durante 2010 y el resto orientado



**Andrés Bargués, gerente de Servicios Multimedia**



a incrementar la capilaridad del servicio en el transcurso de 2011, año que la compañía estima finalizar con 60.000 suscriptores.

**Andrés Bargués**, gerente de Servicios Multimedia de Telefónica, destacó: "Vamos a empezar a pensar en el desarrollo de nuevos servicios que lleguen a los clientes desde el televisor, ofreciendo productos innovadores que respondan al espíritu del nuevo perfil de usuario de Internet, demandante de mayor accesibilidad, variedad y legalidad de contenidos."

## WKD Cable TV Consultants, Corp.

**Necesita Amplificadores?... Taps?... Cablemodems?**



Nuevo surplus y remanufacturado de marcas conocidas en la industria de TV por cable.  
 GI/Motorola; Philips/Arris; Scientific Atlanta / Cisco, Texcan / Antec.  
 Gilbert/PPC/TB; Wavetec/Acterna; TFC/Comscope; Alpha y más.  
 Amplificación: 450 MHz – 1GHz; Conectores; Cable Modems; 1.1, 2.0, 3.0 y VIP.  
 Receptores / Moduladores.  
 Pasivos: Nodo / Fibra óptica; Medición y Testeo; Cable Coaxiales; Herramientas y accesorios  
 Systema Digital Coship/Irdeto (turn key).

**NUEVA DIRECCIÓN:**  
 2615 Douglas Ave., Unit 4  
 Pensacola, Florida 32504  
 Tel: 850-479-8333  
 Fax: 850-479-8339  
 Celular: 850-232-1772

**Sucursal Merco Sur:**  
 Telemundi S.A.  
 Zurich 255, Of 75  
 Las Condes  
 Santiago, Chile  
 Tel: (562) 231-2454  
 Fax: (562) 334-2128

**CONTACTENOS ahora para planificar el futuro HFC / 3 – 4 play.**  
 Email: [wkd cable@aol.com](mailto:wkd cable@aol.com) / [wkd@wkd cable.com](mailto:wkd@wkd cable.com)

# TORÓN<sup>®</sup> 1/4"

El Soporte Ideal para su sistema de TV por Cable.



Cumplimos con la  
**NORMA**  
INTERNACIONAL  
**CALIDAD**  
**ASTM A-475**



Llama sin costo al:  
**01 800-8316100**  
[deacero.com](http://deacero.com)



**DEACERO<sup>®</sup>**  
EXCELENCIA EN CALIDAD



# CONTEC DE MÉXICO BUSCA POSICIONARSE EN LA REGIÓN

Víctor Avilés de **Contec** de México destacó a **PRENSARIO** cómo se mantiene el posicionamiento de mercado de su centro de servicio integral al mismo tiempo que la empresa presidida por **Miguel Diaque** siguen invirtiendo en su estructura



y tecnología, tras haber cumplido más de un año y medio de estar certificados con la norma TL9000, que incluye a las ISO y no sólo tiene que ver con excelencia de procesos sino con satisfacción del cliente. Contec fue su primer servicio digital autorizado



Víctor Avilés

**CABLEPROVEEDORA S.A.**

El Precio se olvida  
cuando la  
Calidad perdura

Av. Universidad 1943 planta baja; Col. Oxtopulco;  
Deleg. Coyoacán; México, D.F. CP. 04318  
Tels (+52 55) 56 62 06 62 con 15 líneas Fax: 56 63 34 09  
www.cableproveedora.com.mx - ventas@cableproveedora.com.mx

de **Motorola** y ahora también son el primer centro de servicio de **Cisco** para el mercado mexicano.

Trabaja además con **Pace**, tanto en México como en Centroamérica y la región Andina, dándole soporte a su crecimiento en muchos países, tanto por la parte de cable como de DTH. Es socio de todos los fabricantes líderes.

En cuanto al posicionamiento en el mercado, son suplidores exclusivos de **Cablevisión México** de toda la base de set top boxes que necesiten el servicio, y está lista para trabajar con los módem de **Motorola** ahora que el sistema del **Grupo Televisa** empieza con telefonía dentro de su oferta de **Cuádruple Play**. Con **Megacable** está trabajando en la reparación de sus STB y preparados para sus cajas DTA de Motorola y lo mismo a **Cablevisión Monterrey**, al cual vende controles remotos fabricados por Contec pero con un diseño específico para el sistema de Multimedia. Se trata de controles remotos universales que incluyen DVR, los mosaicos de programación y el VOD. La fabricación y ventas de los controles remotos es un agregado muy satisfactorio para Contec.

En Latinoamérica, se retomó el trabajo con módems y se está empezando con set top boxes con **Amnet/Tigo** y tiene una muy buena relación con **TV Cable Ecuador**. En ambos casos, es muy favorable el TLC existente en Centroamérica y Ecuador con México, que permite trabajar mejor con los embarques. También se trabaja en gran forma con **Tricom** de Dominicana.

Avilés remarcó que el objetivo 'es posicionarse en la región como se hizo en México a partir de la buena relación con varios de los grandes jugadores, lo que se buscará profundizar en Andina Link'.

# Soluciones para fibra óptica y RF

Servicio y reparación de Cajas Digitales Motorola

Contamos con el más extenso inventario en tecnología para su entrega en el momento que usted la necesita.

## Ventas

Equipo Óptico  
Amplificadores  
Taps y Pasivos  
Fuentes de poder  
Cablemodems  
Moduladores

## Reparación

Amplificadores todas las marcas  
Equipo de cabecera  
Fuentes de poder  
Convertidores digitales y analógicos  
Optoelectrónica

## Soporte

Asesoría y diseño de redes HFC  
Fusión de fibra óptica  
Prueba y validación cablemodems  
Servicio Post-Venta



**non stop**  
DE MEXICO

[www.nonstop.com.mx](http://www.nonstop.com.mx)



Distribuidor  
Exclusivo México





**QAM SHARE**



La tecnología de avanzada permite localizar y medir directamente los canales QAM que se filtran de la red

**HUNTER**  
CHANGE THE WAY YOU MAINTAIN YOUR NETWORK



Hunter usa Radar Technology para encontrar exactamente la causa y la localización del problema, sea Analog CPD, Digital CPD, acceso, o impulso de ruido.

**01 Encontrando el error**  
Hunter identifica la zona de la red donde se encuentra el error.

**02 Pinpoint la fuente**  
Utilizando la Quiver móvil, los técnicos pueden localizar el punto exacto del CPD.

**03 Solucionando el problema**  
Con localización precisa del CPD, los técnicos disminuyen, sustancialmente, el tiempo de solución del problema.

**ARCOM DIGITAL**  
185 Ainsley Drive // Syracuse, NY 13210 // 800.448.1655 // www.arcomdigital.com

## VEAS: SOLUCIONES ORIGINALES Y SOPORTE TÉCNICO

### ESPERA REFORZAR SU PRESENCIA EN MÉXICO

Veas se presenta en esta edición de Canitec por noveno año consecutivo, con su línea completa de cabezales digitales IP, CAS y Set Top boxes, con el respaldo de su servicio de soporte IP y telefónico sin cargo.

La novedad de este año es el sistema de monitoreo integral y grabación testigo que utiliza, entre otros, la CNN y que está disponible en sus versiones IP y análogo accesible a través de la Web.

Nuevamente, la marca trae sus soluciones de desarrollo original, *VEAS GOLD*, *Veas Insertor de Comerciales*, *Veas Logger*, *Veas Delay* y *Veas Monitor*, todas estas en sus versiones IP, digitales y análogas.

Además, realiza una demostración de instalación de cabezales IP en su stand para comprobar su funcionamiento.

La empresa espera que el éxito de Veas Argentina, que ya lleva 40 años, se desarro-



Enrique Gandolfo

lle de la misma manera en México, donde ha invertido durante los últimos dos años para reforzar su presencia permanente desde 2004.

Finalmente, se destaca la presencia en Canitec de **Pedro Malvano** y los ingenieros **Ruben Rollheiser** y **Flavio Magallon Pulido** en representación de Veas para apoyar a clientes y a los ejecutivos de las organizaciones con las que tienen acuerdos tanto en China como en Estados Unidos.

## CABLE PROVEEDORA: FUERTE CRECIMIENTO EN MÉXICO

‘Cable Provedora se sigue consolidando como la empresa de mayor impacto y crecimiento de la industria de las telecomunicaciones en México. Hemos tenido un gran comienzo de año, y nuestras perspectivas se van cumpliendo poco a poco.’

**Antonio J. Letayf**, presidente de **Cable Provedora**, describe a **PRENSARIO** el momento de la compañía en uno de los mercados más complejos y competitivos de Latinoamérica.

Y añadió: ‘Estamos enfocando nuestros esfuerzos a darle una solución integral a los clientes con la calidad y el servicio que nos ha mantenido como empresa líder durante mas de 30 años. Continuamos ofreciendo stocks disponibles y de acuerdo a las necesidades de cada uno de nuestros clientes.’

Letayf agradeció la respuesta de ‘clientes



Antonio J. Letayf, presidente

y amigos’ por elegir y preferir a Cable Provedora. Y subrayó: ‘Aceptamos el compromiso de continuar trabajando en equipo, con el objetivo de afianzarnos en el mercado de Centroamérica y continuar engrandeciendo el nombre de nuestra compañía.’

# CONTEC™ DE MÉXICO

Una División de Contec Holdings,  
LLC - Contec Corp, World Wide Digital

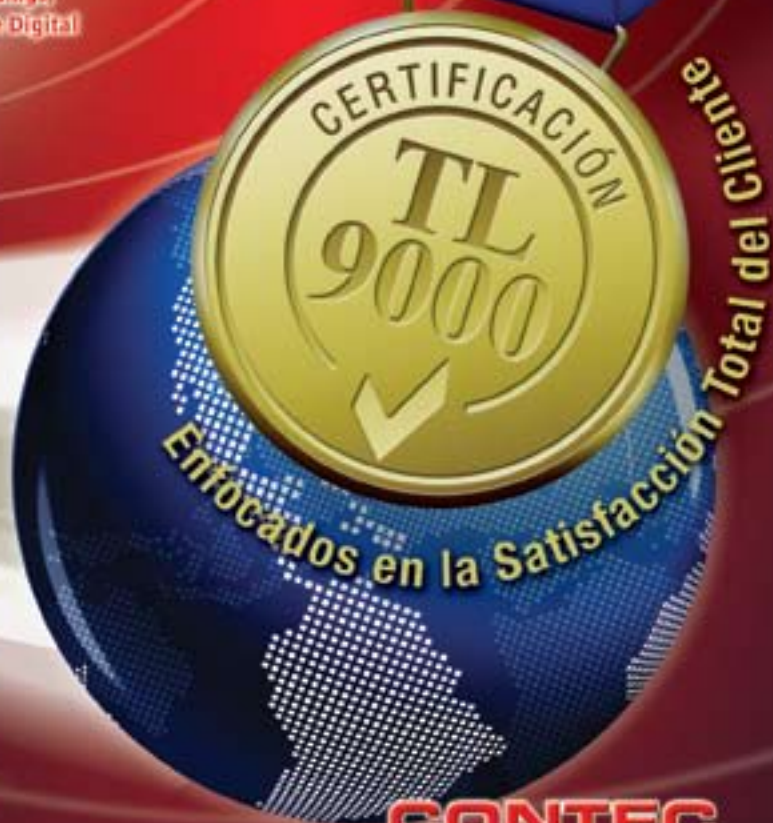


- > Reparación de equipos dentro y fuera de Garantía
- > Extendemos la vida Util de los Equipos asegurando un Retorno de Inversión en sus **ACTIVOS**
- > Venta de Equipo Remanufactured con el más estricto control de Calidad
- > Extendemos la garantía del producto
- > Brindamos soporte técnico
- > Somos Fabricantes de Controles Remoto

Tenemos inventario disponibles  
**CABLE MODEMS SB5101**  
completos con 1 año de Garantía

## CHL Contec Holdings, Ltd.

Camino Real a Toluca # 150  
Col. Bellavista Tacubaya - México, D.F.  
Ventas: +52 (55) 52772720 ext 121  
Fax: +52 (55) 52728962  
servicioalcliente@contecmexico.com  
www.gocontec.com



## CONTEC

### COMPROMETIDO

### CON LOS SERVICIOS

### DE EXCELENCIA

### LOGRA LA

### CERTIFICACIÓN

## TL9000

CENTRO DE SERVICIO DIGITAL AUTORIZADO PARA:

 MOTOROLA  Pace THOMSON



# NON STOP: BALANCE POSITIVO EN LA PRIMERA MITAD DEL AÑO

LA COMPAÑÍA AUMENTÓ SU PLANTA LABORAL Y VIENE A CANITEC PARA REFORZAR SU VÍNCULO CON LOS CLIENTES

**Non Stop**, el proveedor de productos y servicios para la industria de telecomunicaciones por cable, cerró el año pasado con un balance positivo y continuó creciendo durante la primera mitad de 2011, incrementando su planta laboral en un 35%. **Alejandro Cendejas Guízar**, gerente general Non Stop de México, S. de R.L. de C.V comentó a Prensario que está actualizando el equipo de prueba 'para mantener su oferta de servicios de buena calidad a precios competitivos'. Y agregó: 'Hemos incrementado los servicios de reparación de equipo, lo que conlleva un crecimiento en las fuerzas de trabajo'.

En cuanto a la percepción que existe sobre la compañía, Cendejas Guízar destacó: 'En palabras de algunos de nuestros clientes, Non Stop refiere seriedad, profesionalismo, servicio

y calidad. Por eso, nuestro compromiso es dar continuidad a la filosofía de mejora en nuestros procesos y a la ampliación de cartera'. También adelantó que se están cerrando negociaciones con un gran operador de México para atender sus reparaciones y upgrades de amplificadores. 'El objetivo es continuar siendo uno de los principales aliados de los operadores'.

El ejecutivo mantuvo la intención de orientarse al mercado interno: 'Por el momento nos enfocamos al país únicamente', y confirmó la relación comercial con **Rayvert**, la compañía especializada en transmisiones de fibra óptica que. Afirmó: 'sigue siendo muy buena y seguimos ofreciendo toda la plataforma óptica que



**Alejandro Cendejas Guízar,** gerente general de Non Stop



ellos manufacturan, así como el *line extender* de 1GHz que ha sido bastante bien aceptado entre nuestros clientes'.

## CANITEC

En esta edición de Canitec, Non Stop prioriza la relación con sus clientes actuales para 'conocer sus nuevas necesidades' y busca la oportunidad con potenciales clientes para 'ofrecer los servicios de venta, equipo y reparación'.

### SOLUCIONES DE TECNOLOGÍA PARA LAS TELECOMUNICACIONES POR CABLE DESDE HACE MAS DE 20 AÑOS

<p><b>Phoenix</b> Broadband Technologies LLC MONITOREO PROACTIVO DE FUENTES DE PLANTA EXTERNA</p>	<p><b>COMTEC</b> INTEGRADOR DE SOLUCIONES SOLIDO SOPORTE PRE Y POST VENTA DISEÑO HFC, CURSOS DE CAPACITACIÓN</p>	<p>Taiwan Cable Connection PASIVOS HFC, ACOMETIDA AMP. DE ACOMETIDA</p>
<p><b>JDSU</b> MEDICIÓN Y MONITOREO HFC, RF, MPEG, DOCSIS, REVERSA, PRUEBAS ÓPTICAS</p>	<p><b>SNETEC</b> EQUIPO PARA HEADEND, RACKS MODULADORES, COMBINADORES ETC.</p>	<p><b>ARRIS</b> ACCESO Y TRANSPORTE HFC CMTS, CM, MTAs para HSD y VoIP</p>

[www.comtecmx.com](http://www.comtecmx.com)  
 Tel-Fax +52 (33) 38 33 59 59  
 Oficina México, D.F. +52 (55) 84 21 50 72



**ARRIS**

CONVERGENCE ENABLED

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

HAZ MI MUNDO

*Perfecto*



La plataforma de ARRIS para Procesamiento Avanzado de Video proporciona:

- Transcodificación de video para múltiples perfiles - móvil, PC y TV
- Mayor número de canales de video HD en menor ancho de banda
- Entrega eficiente de video a múltiples dispositivos a través de enlaces adaptables
- Empalme de comerciales con normalización de audio



*ARRIS VIPr™  
Video Transcoder*

**Expo CANITEC, Stand #405,  
25-27 de Mayo, 2011.  
Puebla, México**



## CALENDARIO DE EVENTOS 2011

### JUNIO 2011

- NCTA (14-16), McCORMICK PLACE, CHICAGO - USA - WWW.NCTA.COM
- FORUM BRAZIL (15-16), FREI CANECA CONVENTION CENTER, SÃO PAULO CITY - BRAZIL WWW.FORUMBRASILT.V.COM.BR
- EXPO WTC MÉXICO 2011 TELEMUNDO (14-17), CIUDAD DE MÉXICO - MÉXICO
- DISCOP EAST (21-23) BUDAPEST, HUNGARY WWW.DISCOP.COM
- ENCUENTRO REGIONAL DE TELECOMUNICACIONES 2011 (28-30) ROSARIO, SANTA FE - ARGENTINA WWW.ENCUENTROSREGIONALES.COM

### JULIO 2011

- TEPAL (27-29), PUNTA CANA - REPÚBLICA DOMINICANA - WWW.TEPAL.ORG

### AGOSTO 2011

- ABTA (09-11), SÃO PABLO, BRASIL
- SET-CONGRESO TECNOLOGIA DE TELEVIÃO (24-26) CENTRO DE CONVENSÕES IMIGRANTES - SÃO PABLO
- 4TO SEMINARIO Y EXHIBICIÓN TV Y VIDEO [TECNOLEVISIÓN] HOTEL CROWNE PLAZA TEQUENDAMA BOGOTÁ, COLOMBIA

### SEPTIEMBRE 2011

- IBC 2011 (9-13) - AMSTERDAM - HOLANDA WWW.IBC.ORG
- COMUTV (14-16) - SABANETA - ANTIOQUÍA COLOMBIA - WWW.COMUTV.ORG
- JORNADAS INTERNACIONALES (28-30) HILTON HOTEL - BUENOS AIRES - ARGENTINA WWW.ATVC.ORG.AR - WWW.CAPPSA.ORG

### OCTUBRE 2011

- ANDINA LINK CENTROAMERICA (4-6) - SAN JOSÉ COSTA RICA - WWW.ANDINALINK.COM
- MIPCOM (3-6) - CANNES - FRANCIA
- CAPER (26-28) - COSTA SALGUERO, CIUDAD DE BUENOS AIRES - ARGENTINA - WWW.CAPER.ORG.AR

### NOVIEMBRE 2011

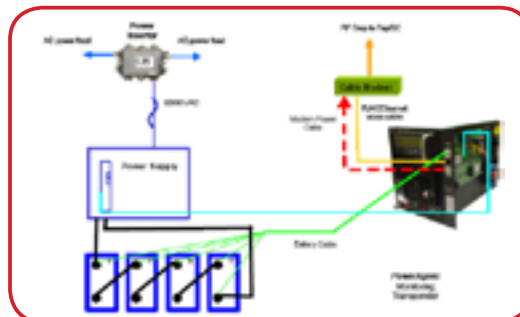
- CHILE MEDIA SHOW (TBA) - SANTIAGO DE CHILE CHILE - WWW.CHILEMEDIASHOW.NET
- DIGITAL FIBER 2011 (9-11) - VENEZUELA WWW.DIGITALFIBER.NET
- SCTE CABLE-TEC EXPO (15-17) - GEORGIA WORLD CONGRESS CENTER, ATLANTA, USA EXPO.SCTE.ORG
- ASIA TV FORUM (11/30- 12/2) SUNTEC CONVENTION CENTER - SINGAPORE WWW.ASIATVFORUM.COM

# COMTEC: MONITOREO PRO-ACTIVO DE FUENTES EN HFC

Un gran porcentaje del tiempo sin servicio en una red de telecomunicaciones por cable se debe a fallas de energía. Aún y cuando se usen fuentes de poder no interrumpidas (UPS), la carga de las baterías de estas fuentes sólo energizarán la red por algunos minutos en el mejor de los casos (si las baterías están en buenas condiciones) cuando ocurra el fallo del suministro principal de energía. Si monitoreamos las fuentes de alimentación, podemos cubrir el mayor número de fallas de planta externa en la mayoría de nuestros suscriptores.

El monitoreo de las fuentes de energía de la planta externa es indispensable para mejorar la disponibilidad de los servicios, sobre todo para aquéllos que son más sensibles como la telefonía por VoIP. Un monitoreo proactivo nos obliga a medir los cambios de los parámetros de red que aún no se reflejen como fallas en la planta externa para reaccionar a tiempo y corregirlos sin tener afectaciones al servicio ni pérdidas de disponibilidad.

Medir es determinar la magnitud de una



variable en relación con una unidad de medida convencional (patrón), mientras que monitorear es observar uno o más parámetros medidos y compararlos contra límites previamente establecidos para detectar fallas. Un Transponder (transmitter/responder o transmisor/contestador) es un sistema de monitoreo especializado para los parámetros de interés en la fuente de energía (Voltaje de entrada, Voltaje de salida, corriente de salida, estado del inversor, voltaje de las baterías, etc.) que compara las mediciones de dichos parámetros contra límites para generar alarmas y puede enviar sus mediciones y alarmas a otros sistemas de software.

El monitoreo de la admitancia (inverso de la impedancia medida en Siemen o mho) de las baterías es otro parámetro importante que



POR EL ING. CRISTÓBAL ROJO CHÁVEZ

opcionalmente se puede evaluar como parte del monitoreo de fuentes UPS y sirve para poder evaluar cómo envejecen las baterías y hacer un plan de reemplazo eficaz de las mismas, cambiando sólo las que así lo requieran, haciendo más productiva la inversión.

En 2001 la SCTE comenzó los trabajos del estándar HMS (Hybrid Management Sub-Layer) para monitoreo de la red HFC que incluyen la estandarización para el monitoreo de las fuentes de planta externa. Esto hace que los sistemas propietarios con costos elevados en hardware y software, y la utilización del espectro para monitoreo y políticas de mantenimiento y operación costosas sean cosa del pasado, y que ahora se trabaje con plataformas que 100% compatibles entre sí, lo que produce una tendencia de competitividad abierta que beneficia a los usuarios en precio y calidad.

En algunos sistemas actuales de monitoreo que trabajan bajo el estándar de SCTE-HMS, se tiene la posibilidad de tener de forma externa al transponder, el CM de acceso al transponder lo que permite la fácil migración de nuevas tecnologías de acceso (DOCSIS 3.0, QAM 64 en retorno etc.) sin necesidad del reemplazo total de los transponders.

Otra ventaja de los sistemas HMS es la fácil implementación de las soluciones posibles de software que van desde un simple explorador de Internet o un explorador gratuito de MIBs para configurar y capturar los traps de SNMP, muy útil para sistemas pequeños y medianos hasta componentes de software más elaborados que pueden incluso geo-referenciar los transponder en mapas del sistema para obtener información de fallas por zonas geográficas, etc.

## LANCE SERVICIOS DE MULTI-PANTALLA CON UN ÚNICO, WEB ORIENTADO, BACK OFFICE Y ENTRE AL MERCADO RÁPIDAMENTE.

Aunque sea un iPad, Android, PS3, PC, set-top u otro, la nueva generación de back office Adrenalin de SeaChange enviará sus servicios de on-demand y de broadcast a suscriptores con cualquier dispositivo y en cualquier lugar. Adrenalin lo hará más rápidamente, integrando completamente publicidad y promociones, y brindando una solución modular que se ajusta a su estrategia única. Acuda al líder en software de back office para asegurar el éxito de su sistema de Multi-Pantalla.

**VISÍTENOS EN CANITEC PUESTO 327**



¡Descargue un lector de códigos QR desde su tienda de aplicaciones y escanee este código para aprender más!



 **SeaChange**

Video. Personal. En todos lados.

