

SÓLO POR SONY ENTERTAINMENT TELEVISION



AGENTS OF S.H.I.E.L.D.

NO TODOS LOS HÉROES SON SÚPER



NUEVA SERIE
ESTRENO: 25 DE SEPTIEMBRE
TODOS LOS MIÉRCOLES, 9PM

Sony Entertainment Television is a registered trademark of Sony Pictures Entertainment Inc. MARVEL'S AGENTS OF S.H.I.E.L.D. © 2013 ABC Studios & Marvel. All Rights Reserved.



Septiembre 2013 | Año 19 | # 220
Segunda Edición

Prensario Internacional

www.prensario.net

Televisión • Broadband • New Media • Licen

Todos los eventos
de la Iglesia
en el mundo 
sin costo para el operador



www.ewtn.com



JORNADAS INTERNACIONALES 2013

Hilton Hotel - Buenos Aires - Argentina

Dos nuevos canales. El mismo ADN.

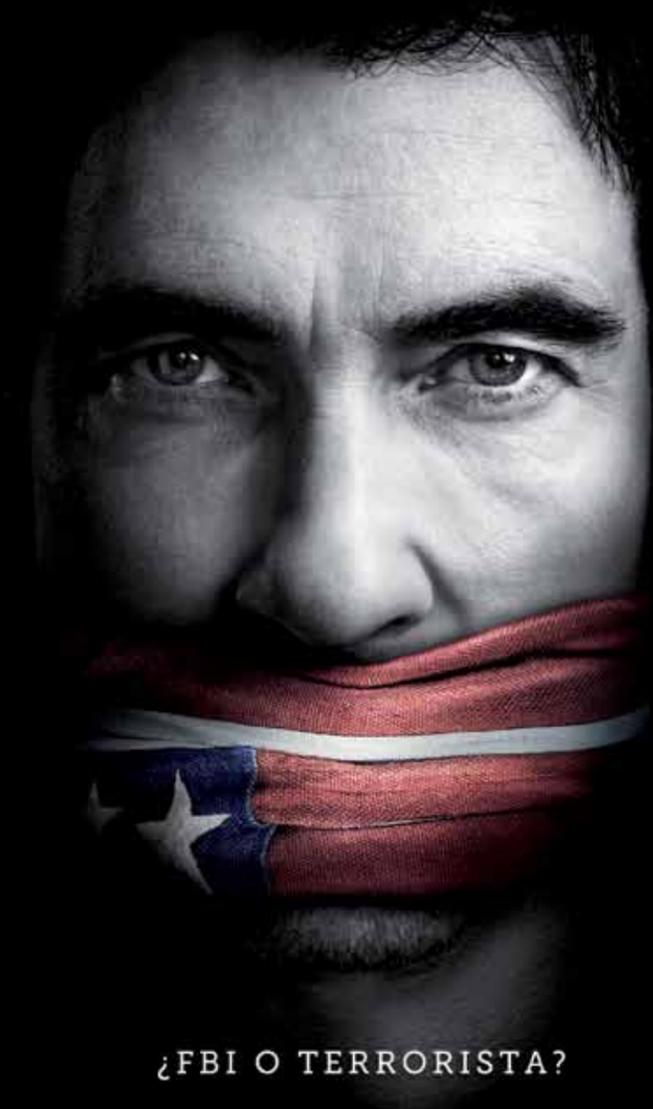


Descubre más
en las páginas 6 y 7. 

FOX International
Channels
LATIN AMERICA
www.foxinternationalchannels.com

HOSTAGES

“NO ES MI
CULPA
QUE ELLA SE
HAYA CAÍDO POR
LAS ESCALERAS.”



¿FBI O TERRORISTA?



¿DOCTORA O TRAIIDORA?



SORPRENDE

ESTRENO
SEPTIEMBRE 30
21 HRS



SOMOSWARNER

CONTACTO DE VENTAS Fernando Muñoz fmunizb@televisa.com.mx
011 + 5255 + 5261 3215
www.telemundointernacionaltv.com


TELEMUNDO
INTERNACIONAL
A Division of NBCUniversal

  #HOSTAGESINWARNER



dos lunas

MUNDO

MUNDOFOX

Un nuevo canal para los fans de las novelas, de las películas y teleseries, para los fans de nuestra música

Para los fans del entretenimiento 100% latino.

Dos nuevos canales.

El mismo ADN.

FOX life

En Noviembre llegan a tu grilla dos nuevos canales.

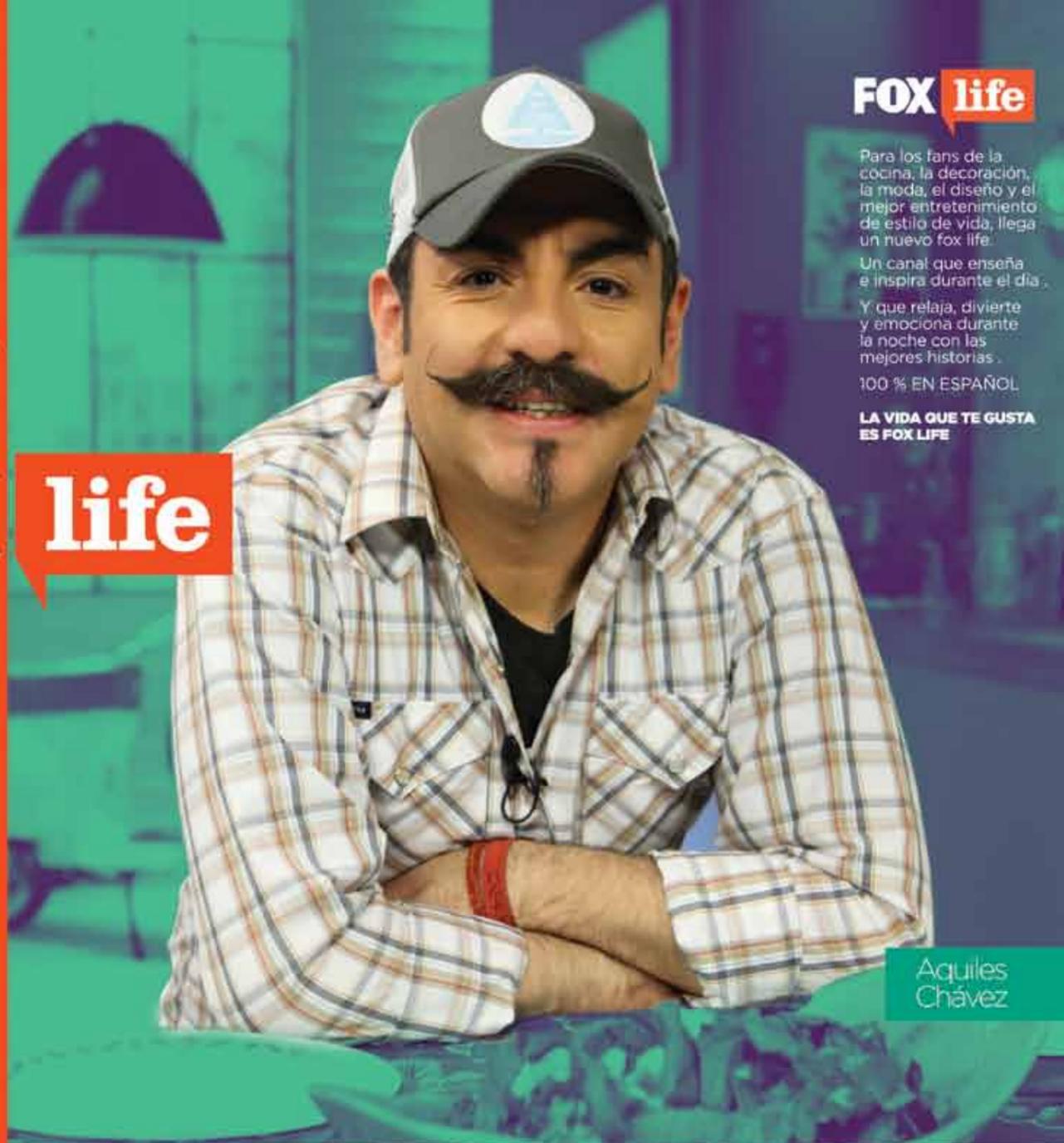
Más entretenimiento con la calidad FOX.

Para seguir atrayendo a tus clientes.

Para seguir apostando a nuestro negocio.

FOX International Channels
LATIN AMERICA

Brands with fans!



FOX life

Para los fans de la cocina, la decoración, la moda, el diseño y el mejor entretenimiento de estilo de vida, llega un nuevo fox life.

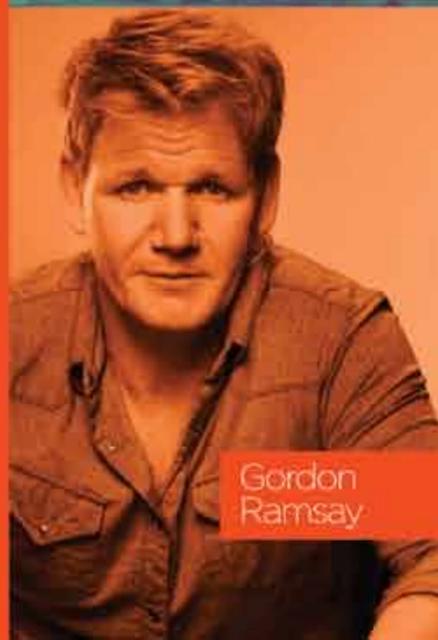
Un canal que enseña e inspira durante el día.

Y que relaja, divierte y emociona durante la noche con las mejores historias.

100% EN ESPAÑOL

LA VIDA QUE TE GUSTA ES FOX LIFE

Aquiles Chávez



Gordon Ramsay



Luz Blanchet



Jamie Oliver

JORNADAS INTERNACIONALES 2013: MERCADOS CON EXPECTATIVAS

A pesar de haber sido superado en número de suscriptores por Brasil y México, el mercado argentino mantiene una posición de relevancia en la región, en tanto sigue la incertidumbre por el desenlace del proceso judicial alrededor de dos párrafos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que al cierre de esta edición se encontraba en manos de la Corte Suprema de Justicia. En este sentido, hace algunas semanas la Corte convocó a una audiencia para escuchar los argumentos del Gobierno Nacional por un lado, y de Grupo Clarín por el otro, a fin de conocer detalles sobre su posición al respecto y formular preguntas que los observadores hallaron incisivas.

De todos modos, desde hace ya varios años las Jornadas organizadas por ATVC, la asociación de cableoperadores de Argentina, y Cappsa, la cámara de productores y distribuidores de señales audiovisuales, ha excedido el marco local y se proyecta como un encuentro regional, con participantes de Uruguay, Paraguay, Bolivia y Chile, y presencia de profesionales de Perú, Ecuador, Colombia y Venezuela, para quienes es más práctico ubicar a los proveedores de equipamiento y programación durante estos días en Buenos Aires, que moverse a los Estados Unidos o, en algunos casos, México.



Walter Burzaco, presidente de ATVC, junto al jefe de gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Mauricio Macri, y Sergio Veiga, presidente de Cappsa, en la inauguración de Jornadas 2012

Los diferentes mercados latinoamericanos --con excepción de Chile, un caso que veremos en detalle-- han crecido en los últimos tiempos pese a los previsible efectos de la recesión en Estados Unidos --que parece estar comenzando a ceder-- y en Europa --también aliviada en las últimas semanas-- y esto contribuye al clima de negocios, aunque la expansión brasileña --del 30% anual en 2011 y parte de 2012-- se haya frenado y las monedas locales se estén devaluando ante la migración de los capitales hacia los países centrales con motivo del previsible aumento de la rentabilidad en esos territorios, tras cuatro años de tasa casi cero.

Veamos un panorama país por país:



ARGENTINA

La TV paga está creciendo a un ritmo de 5% anual, casi demográfico, pero aceptable en un país con la mayor penetración en la región --en el orden del 75%-- y problemas con las conexiones clandestinas --los denominados FTAs, cajas para señales satelitales abiertas que han sido adaptadas para codificadas-- además del posible efecto del plan de Televisión Digital Terrestre TDA del gobierno, que ha distribuido hasta ahora alrededor de 1,4 millones de decodificadores gratuitos y planea distribuir unos 400.000 más hasta fin de año.

Hasta ahora, no se ha notado una pérdida de suscriptores de TV paga motivada por la TDA, y hay un par de razones para justificarlo. Por un lado, la TDA ofrece un paquete de hasta 24 señales pero no figuran allí, por el momento, las que el público de TV de aire busca en la TV paga. Por otro lado, los decodificadores han sido distribuidos en hogares de escasos recursos y se le atribuye una audiencia del 7% de la población, pero es un público que no tenía acceso a la TV paga. Finalmente, los hogares con TV paga no han parecido, hasta ahora, tentados a abandonar sus 70 canales o más para tener una oferta gratuita menor.

El otro aspecto del mercado argentino es que la influencia de los servicios OTT (Netflix, los de Telefónica y Telecom, entre otros) tampoco ha afectado, hasta ahora, a los servicios de TV lineal. Esto puede deberse a que el ancho de banda que ofrecen las empresas de acceso a Internet es pobre frente a lo que se puede obtener en los países líderes tradicionales

ESPECIALES BYU



Conéctate con el mundo del arte y el entretenimiento a través de BYU Canal Internacional y su programa NEXOS.

Un programa creado y dirigido por jóvenes creativos e inteligentes que te muestran el mundo en una forma diferente: EDUCATIVA, DINÁMICA, DIVERTIDA, MULTI-GENERACIONAL, INNOVADORA.



Nexos: Ganador de un Emmy Award 2012



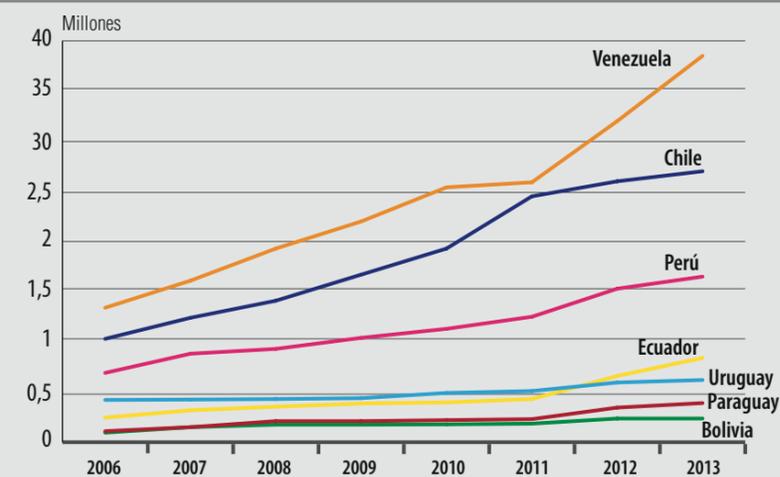
Consulta el horario local en la grilla de tu cableoperador

<http://www.byutvint.org>

BYU
TELEVISION
INTERNATIONAL

Descubriendo culturas. Inspirando vidas

EVOLUCIÓN DE SUSCRIPTORES DE TV PAGA EN PAISES DE SUDAMÉRICA (2006 - 2013)



Fuente: Private Advisor - Reguladores



como Chile y México --donde hay una fuerte oferta OTT-- y hasta Uruguay, donde **Antel** está ofreciendo acceso por fibra óptica de 30 Mbps. A esto se agrega que, en la mayoría de los casos, los proveedores de acceso a Internet de Argentina no cumplen con el ancho de banda prometido y son frecuentes los cortes y "microcortes"; todo esto "protege" a la TV lineal de la OTT y el VOD sobre Internet.



CHILE

El mercado de TV paga está prácticamente estancado en Chile, con crecimiento cercano a cero en 2012. Además, **VTR** ha ido cediendo porción de mercado frente a las telcos y **DirecTV**, a través de una política --por cierto exitosa-- que privilegia la venta de servicios adicionales a los clientes existentes por sobre la captación de nuevos usuarios. De esta manera, **VTR** ha pasado de controlar el 80% del mercado a fines de 2005, una vez aprobada su fusión con **Metrópolis-Intercom**, a tener alrededor de un 45%, a cambio de convertirse en una potencia en banda ancha, telefonía digital y haber ingresado en telefonía móvil.

De todos modos, éste no es el principal problema en Chile: lo que preocupa es la demora en aprobar la Ley de TV Digital, camino que el gobierno de **Michelle Bachelet** eligió en 2008, en lugar de un decreto, para la migración desde la TV analógica. El proyecto sigue a consideración del Congreso, tras casi cinco años, porque en lugar de optar por los aspectos técnicos se decidió incorporar una gama de otras cuestiones, entre ellas un



Enrique Yamuni Robles (Megacable), Eduardo Stigol (Inter), Carlos Moltini (Cablevisión) y Juan Vázquez (VTR)

reclamo de la TV pública **TVN** para que los sistemas de TV paga le paguen por distribuir su señal. **TVN** alega que es muy costoso producir su señal, y que los sistemas de TV paga lucran (a través de la suscripción) con algo que reciben en forma gratuita. Otro ejemplo de conflicto es la presión para que no haya medición de ratings online, alegando que perjudican la calidad de la programación. Al cierre de esta edición, el criterio era que a partir de la aprobación de la Ley sólo se pudieran difundir resultados de audiencia a las 3 de la mañana del día siguiente.

Una particularidad del mercado chileno que puede haber incidido en el estancamiento de la TV paga es su particular avidez por las innovaciones tecnológicas, reflejadas en la actualidad por el lanzamiento de las telecomunicaciones móviles LTE 4G, que prometen accesos de datos a velocidades muy superiores a las de la tecnología 3G aplicada hasta ahora (se habla de 30 Mbps) y prestaciones avanzadas. Dado que el mercado de la telefonía móvil compete con la TV paga por el dinero disponible en el bolsillo del consumidor, un auge en Internet móvil probablemente conspire contra el ingreso de nuevos suscriptores a TV paga. Otro aspecto que puede actuar

en el mismo sentido es que, siendo Chile uno de los países con mejor velocidad de acceso a Internet en la región, haya mayor predisposición a la contratación de Netflix y otros servicios OTT que dependen de Internet para brindar una experiencia satisfactoria al usuario.



URUGUAY

El gobierno uruguayo está tramitando un proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual --el título es idéntico al de la ley 26.522 de la Argentina-- que ha despertado protestas en los cableoperadores (ver nota en esta misma edición) por cuanto los hace responsables de los contenidos que transmiten, cuando es de público conocimiento que sus contratos con los proveedores de señales les impiden modificarlas y, por supuesto, cortarlas. Otro detalle curioso es que, pese a ser un proyecto nuevo, la ley --al igual que en Argentina-- no contempla la Internet, por lo cual los medios "tradicionales" se sienten discriminados.

Otro aspecto contencioso es el llamado a licitación para nuevos canales digitales en un contexto donde la facturación publicitaria apenas es suficiente para tres canales en Montevideo y algunos en el interior. De acuerdo a esta iniciativa en curso, los canales existentes verían renovada su licencia pero se agregarían en Montevideo otras dos señales comerciales, cuyos licenciatarios serán conocidos antes del 25 de octubre, y probablemente dos canales sin fines de lucro, uno por la PIT-CNT, que agrupa a los sindicatos, y otro operado por una asociación de organizaciones empresarias.

Los cableoperadores agrupados en **CUTA** y **Andebu** lograron un triunfo relativo cuando el gobierno le retiró la licencia DTH a la telco

DESCUBRE LAS SEÑALES DE TU MUNDO



© 2013 Discovery Communications, Inc

Discovery
LATIN AMERICA / US HISPANIC

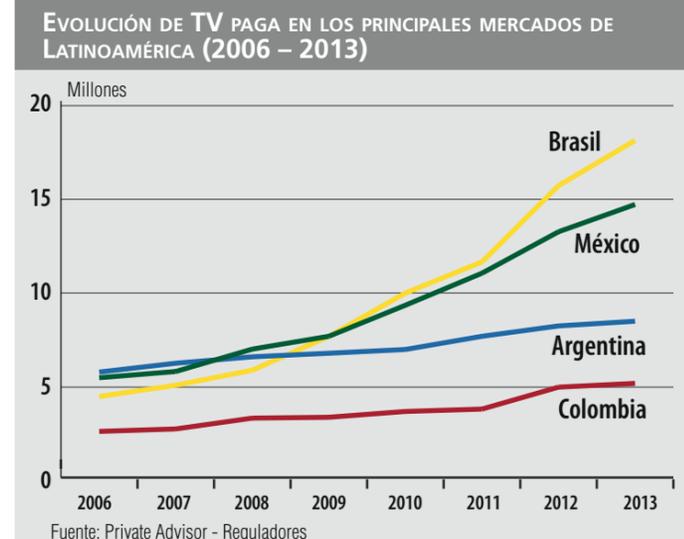


MIAMI: 1.786 273 4550

MEXICO: 52.55 5249 8867

ARGENTINA: 54.11 4000 4037

BRASIL: 55.11 2138 9610





Claro, alegando que sus dueños no están suficientemente identificados, pese a que la empresa es controlada por el mexicano **Carlos Slim** y esta misma situación no ha sido problema al concederle la licencia de telefonía celular. En 2012, el gobierno le impidió ofrecer banda ancha por conexión fija, reafirmando uno de los monopolios de la estatal **Antel**, que en compensación no está ofreciendo TV por su red de fibra óptica, en la que invierte unos 300 millones de dólares por año y que cubrirá las ciudades más importantes del país hacia 2015. De cualquier manera, DirecTV sí existe y está creciendo en importancia, sobre todo en el interior, ya que ofrece calidad de señal digital en tanto la mayoría de los cableoperadores independientes --excepto en Montevideo y ciudades mayores-- ofrecen servicios analógicos, en tanto analizan o avanzan en la digitalización.



PARAGUAY

De país con escasa actividad previa en TV paga y fuerte presencia de conexiones satelitales clandestinas con cajas TDA -en el pasado llegadas a través de Uruguay- que obstruyó en 2012 esta vía de accesos, Paraguay ha pasado a aportar 'buenas noticias' a la industria a través de la gestión de la telco **Millicom**, presente en varios países con la marca de telefonía celular **Tigo**, y **Claro TV**, entre otros. Millicom compró la red de **Cablevisión**, pero enfrenta competencia en varios frentes y un creciente grado de actividad de los "independientes" paraguayos.

De esta manera, Paraguay está recuperando posiciones en el panorama regional y ha atraído la atención de programadores como **Fox**, **Turner**, **Televisa Networks** y **MVS** de México, y **TyC Sports** de Argentina, entre otros, además de estar mereciendo su convención anual, Asunción Media Show --organizada por Grupo **Isos**-- en el mismo nivel que Chile y Uruguay. La economía avanzó en el orden del 12% en 2012 y sigue en expansión, lo cual permite un grado de optimismo con respecto al futuro. Y la TV paga, como se sabe, es en definitiva un negocio de expectativas.



BOLIVIA

La estrategia gubernamental en términos de comunicaciones en los últimos años ha sido privilegiar la televisión abierta y especialmente la emisora estatal **Bolivia TV**, de manera de asegurar su llegada a la mayor población posible. En forma complementaria, se está trabajando

en un plan de televisión digital terrestre (TDT) con un esquema similar al implementado en la Argentina y que se está poniendo en práctica en Venezuela, incentivando el acceso dentro del sector de menor poder adquisitivo mediante la

entrega gratuita de decodificadores.

El negocio de la TV paga ha estado tradicionalmente en manos de la empresa **Multivisión** y de las cooperativas de telefonía y banda ancha en diversas ciudades. No se han tenido resultados concretos acerca de un convenio en 2011 entre la estatal **Entel** y la empresa chilena de servicios mayoristas **TuVes HD** --este año adquirida por la MSO de cable venezolana **Inter**-- pero existe una cantidad indeterminada de equipos FTA modificados ilegalmente para bajar señales codificadas, contra los cuales se realizó en 2012 un operativo de cambio de codificación de la transmisión satelital, similar a uno realizado en Chile con anterioridad.

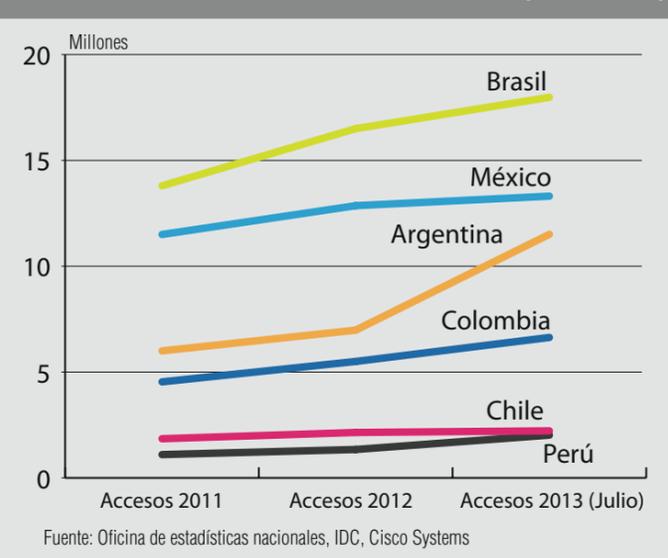
Otro de los inconvenientes de Bolivia es la baja velocidad de acceso a Internet; junto con Venezuela, es de los países de menor ancho de banda disponible para uso residencial en Latinoamérica. Hace algunos meses, el gobierno anunció que se realizarían enlaces para Internet vía Perú, en lugar de los existentes vía Chile, para bajar costos y ampliar los anchos de banda.



PERÚ

Junto con Colombia, Perú es el mercado donde habría mayor proporción de conexiones clandestinas en la región, estimadas por algunas fuentes en un millón, frente a un mercado reconocido en el orden de 1,2 millones de suscriptores, a los cuales se podrían agregar algunos centenares de miles servidos por cableoperadores

EVOLUCIÓN ACCESOS A BANDA ANCHA FIJA POR PAÍS (2011-2013)



Fuente: Oficina de estadísticas nacionales, IDC, Cisco Systems

EVOLUCIÓN LÍNEAS MÓVILES ACTIVAS POR PAÍS (2011-2013)



Fuente: Oficina de estadísticas nacionales, IDC, Cisco Systems



ISMAEL CALA
CURIOSIDAD Y AUDACIA

PATRICIA JANIOT
INTEGRIDAD Y CREDIBILIDAD

JOSÉ LEVY
AUTORIDAD Y SENSIBILIDAD

COMO SÓLO CNN SABE HACERLO.

CNN Espanol.com

CNN en Español TM & © 2013 Cable News Network, Inc., Una compañía de Time Warner. Todos los Derechos reservados.





“independientes” que no reporten estos datos a **Osiptel**, el organismo encargado de las estadísticas al respecto.

Esto convierte a Perú en uno de los países con mayor potencial de crecimiento en la región, siempre y cuando se solucione el tema de las conexiones irregulares y se pueda tener una visión más clara de la situación actual, para articular las medidas necesarias. El gobierno ha encarado un plan para construir una red de fibra óptica que complemente la existente y aporte conectividad a un gran número de ciudades y localidades que hoy no cuentan con servicios adecuados.

En términos de penetración comparable a la de otros países de la región y en función de su población, Perú debiera poder tener entre 3 y 5 millones de suscriptores de TV paga reconocidos, lo cual implicaría duplicar o triplicar lo actualmente conocido. Como puede observarse, un desafío enorme.



ECUADOR

La actividad de TV paga en Ecuador ha crecido ostensiblemente en los últimos años, en particular gracias al éxito del servicio prepago de **DirecTV** pero también en función de una mayor competencia entre los sistemas existentes, a lo que cabe agregar un sector de cableoperadores “independientes” de cuyo accionar existe escasa información estadística pero que podría tener una cierta influencia sobre los totales de mercado.

Al igual que en otros países de la región, el Estado ecuatoriano ha venido incrementando la reglamentación del sector en años recientes, con medidas como la prohibición a las entidades bancarias y financieras de tener intereses en los medios, pero también con una ley que los sectores opositores consideran que afecta a la libertad de expresión

y el lanzamiento de servicios a través de la estatal **CNT** y de una empresa municipal de la ciudad de Cuenca, ampliando la oferta disponible.

Entre las novedades de este año figura la decisión de **TV Cable**, el mayor operador, de lanzar un servicio DTH para competir con estos nuevos servicios fuera de su zona cableada. Esto conlleva la aparición del concepto de dos servicios diferenciados de TV paga: el de cable, destinado a la población de mayor poder adquisitivo, y el DTH, con precios menores para los hogares de menores recursos. Este modelo está siendo aplicado también por **Inter** en Venezuela y probablemente se extienda a través de los servicios de televisión satelital mayorista que están ofreciendo las telcos **Telefónica** a través de su división **Media Networks**, con sede en Perú- y **Claro** (de **América Móvil**), a través de **DLA**, con sede en Miami.

JORNADAS 2013: LOCAL MARKET AWAITS DEFINITION

The injunction filed by local **Grupo Clarin** against two paragraphs of the Servicios de Comunicación Audiovisual 26,522 law, now to be finally judged by the Argentine Supreme Court, is one of the issues pending this year, will be widely commented at Jornadas Cable 2013, the long-running pay TV trade show in Buenos Aires, to be held at the Hilton Hotel on September 25-27.

The market has been growing at demographic rates, in the order of 5% per year (see charts) but this becomes acceptable considering that it exhibits the highest penetration rate in the region, in the order of

80% plus illegal connections and a certain presence of FTA boxes modified to download scrambled signals. Argentina trails Brazil and Mexico, the largest markets in the region, but remains ahead of Colombia and the rest of the nations. Jornadas Cable is an attractive place for the cable operators in Uruguay, Paraguay, Chile, Bolivia and to a degree Peru, Ecuador and Venezuela to meet vendors and colleagues. This turns the show into a truly regional encounter; to the vendors, it's a place to gain customers for new channels and providers, to renew ties, see friends for those already in place at the market.

largest pay TV provider in Argentina, and the telephony cooperatives in small cities that are adding pay TV to their services as a way to increase revenues in a context of frozen wireline telephony income.

The major telcos are allowed to deliver VOD video but no linear television; **Telefónica** offers a Triple Play package in tie with DirecTV that has resisted legal attacks from the cable industry. **Neflix** is gaining customers at a steady rate but is affected by the comparatively low bandwidth (between 3 and 4 Mbps) actually delivered by the telcos and cable operators despite higher advertised speeds.

Digitization of cable TV services is another major issue, especially for most of the 700 “independent” cable operators in the nation that now face competition not only from the major local MSO's but also **DirecTV**, the second-

The TDT free network developed by the Government is another potential threat but so far has not been detected to snatch customers from pay TV. Some 1,4 million set-top boxes have been distributed free of charge to low-income households that would not otherwise subscribe to cable and DTH, a potential 7% of the market, but this appears more an addition to the pay TV market than competition. At least, for the time being.



Francisco Escutia, Edgar Spielmann, Adrián Herzkovich, Diego Reck and Santiago de Carolis, presented the Anti-Piracy Campaign developed by Fox, at Jornadas 2012



ESTAMOS DONDE TU ESTAS

HBO GO ofrece la programación exclusiva de HBO, sin costo adicional, donde quiera que el suscriptor se encuentre, a sólo un click.

HBO GO

ES HBO DONDE QUIERAS.

HBOGOLA.COM

HBO GO™ está disponible únicamente en algunas zonas de América Latina que disponen de una determinada conexión de banda ancha de alta velocidad o wi-fi. Para poder visualizar la programación en las computadoras, se requiere una conexión mínima de 500 kbps. ©2013 Home Box Office, Inc. Todos los derechos están reservados. HBO® y todas las marcas de canales y servicios relacionados son propiedad de Home Box Office Inc. Servicio disponible para suscriptores del paquete HBO MAX y dependiendo de la disponibilidad del servicio a través de su operador. Pueden aplicar ciertas restricciones.

HBO

LATIN AMERICA
GROUP™



DONDE TODO COMIENZA



AGENDA JORNADAS INTERNACIONALES 2013



MIÉRCOLES 25 DE SEPTIEMBRE

SESIONES ACADÉMICAS TÉCNICAS SALÓN ATLÁNTICO A

09:30 hs
PALABRAS DE BIENVENIDA DEL PRESIDENTE DE ATVC, WALTER BURZACO

09:30 a 10:15 hs
PRESENTACIÓN I: REDES PON

10:15 a 11:00 hs
PRESENTACIÓN II: CMTS: OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS
DISERTANTE: CLAUDIO RIGHETTI - GCIA. DE INGENIERÍA - CABLEVISIÓN S.A.

11:00 a 11:45 hs
PRESENTACIÓN III: DOCSIS VS FTTH
DISERTANTE: JUAN GARCÍA BISH - COMISIÓN TÉCNICA ATVC.

14:00 a 14:45 hs
PRESENTACIÓN IV: HEADEND IP/DVB.
DISERTANTE: PABLO FERNANDEZ - DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA - RED INTERCABLE S.A.

14:45 a 15:30 hs
PRESENTACIÓN V: DE LA TV HD A LA ULTRA HD
DISERTANTE: GABRIEL CARRO - GCIA. DE INGENIERÍA - CABLEVISIÓN S.A.

15:30 a 16:15 hs
PRESENTACIÓN VI: TV DIGITAL VS IPTV
DISERTANTE: EDUARDO PANCIERA - GCIA. DE INGENIERÍA - CABLEVISIÓN S.A.

DÍA DEL CABLE Y LA EDUCACIÓN SALÓN ATLÁNTICO B

10:30 a 11:30 hs
PRESENTACIÓN: TELEVISIÓN, HUELLA DIGITAL Y OPORTUNIDAD EDUCATIVA
DISERTANTE: MARISA PIÑEIRO, COUNTRY MANAGER ARGENTINA Y HEAD HR REGIONAL, CHELLO LATIN AMERICA

11:30 a 12:30 hs
PRESENTACIÓN: LOS OFICIOS EN LA TV EDUCATIVA
DISERTANTES: LEONARDO CALO, DIRECTOR DE CONEXIÓN EDUCATIVA, ALEJANDRO CASAS, ESCRITOR, Y ENRIQUE RODRÍGUEZ NIEVAS

13:30 a 14:30 hs
PRESENTACIÓN: ¿POR QUÉ EVITAR EL MULTITASKING EN LA ESCUELA?
DISERTANTE: MARÍA TERESA VELASCO, AFFILIATE SALES MANAGER, EDUCATION & PUBLIC AFFAIRS, DISCOVERY NETWORKS LA/US HISPANIC

CONFERENCIAS ACADÉMICAS SALÓN ATLÁNTICO C

15:00 hs
LAS PYMES DE LA TV POR CABLE

DISERTANTES: A CONFIRMAR

17:00 hs
REGULACIONES COMPARADAS
DISERTANTE: CARLOS WINOGRAD, PARIS SCHOOL OF ECONOMICS (FRANCIA) Y EX SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA DE ARGENTINA.

JUEVES 26 DE SEPTIEMBRE

WORKSHOPS DE EXPOSITORES SALÓN ATLÁNTICO A

10:30 a 11:00 hs
WORKSHOP NETWORK BROADCAST
DISERTANTE: A CONFIRMAR

11:00 a 11:30 hs
EL DESAFÍO DE OFRECER CONTENIDOS EN MÚLTIPLES PANTALLAS
DISERTANTE: THIERRY MARTIN - VICEPRESIDENTE EJECUTIVO Y DIRECTOR LATAM - NAGRA KUDELSKI

11:30 a 12:00 hs
CÓMO DETERMINAR EL REAL PROBLEMA SOBRE LOS SERVICIOS QUE ESTÁN ACTUANDO EN LA VÍA DE RETORNO DE LA RED HFC
DISERTANTE: ERIC BARNES - JDSU / TECNOUS

11:00 a 11:30 hs
EL DESAFÍO DE OFRECER CONTENIDOS EN MÚLTIPLES PANTALLAS
DISERTANTE: THIERRY MARTIN - VICEPRESIDENTE EJECUTIVO Y DIRECTOR LATAM - NAGRA KUDELSKI

12:00 a 12:30 hs
UNA MIRADA HACIA EL FORTALECIMIENTO DE LA RED DIGITAL HFC - HUNTER Y QAM SNARE
DISERTANTE: ING. MARÍA ALEJANDRA GALINDO - INTERNATIONAL SALES/TRAINING MANAGER - ARCOM

14:30 a 15:00 hs
SERVIDOR WEB CACHE = MEJOR SOLUCIÓN
DISERTANTE: EDUARDO SCHMIDBERG - DEPTO. TÉCNICO - HITECNO S.R.L.

15:00 a 15:30 hs
MÁS GESTIÓN Y MEJOR RENTABILIDAD EN REDES DOCSIS
DISERTANTE: EDUARDO MALISANI - GERENTE GENERAL - INTERLINK S.R.L.

15:30 a 16:00 hs
MONITOREO Y TESTEO DE REDES SIMPLIFICADO CON INSTRUMENTOS PORTÁTILES
DISERTANTE: MARIO BAUTISTA - VeEX

16:00 a 16:30 hs
FIBRA A LA CASA - NEGOCIOS EN LA ERA DIGITAL
DISERTANTE: EDMOND AYVAZIAN - JEFE DE VENTAS BROADBAND INTERNACIONAL - FURUKAWA

17:00 a 17:30 hs
LA UTILIZACIÓN DE TECNOLOGÍA ISDB-T EN LAS REDES DE CABLE, UNA SOLUCIÓN EN ALTA DEFINICIÓN PENSANDO EN EL MUNDIAL DE FÚTBOL
DISERTANTE: ROBERTO RODRÍGUEZ MAURI - CEO - VIDEO SWITCH

CONFERENCIAS ACADÉMICAS SALÓN ATLÁNTICO C

15:30 hs
PRESENTE Y FUTURO DE LA TV POR CABLE
DISERTANTES:
EDUARDO STIGOL - INTER - VENEZUELA
ENRIQUE YAMUNI ROBLES - DIRECTOR GENERAL - MEGA-CABLE COMUNICACIONES - MÉXICO
MAURICIO RAMOS - PRESIDENTE EJECUTIVO - VTR - CHILE
JOSE FELIX - CEO - NET SERVIÇOS - BRASIL
CARLOS MOLTINI - CEO - CABLEVISIÓN - ARGENTINA

17:00 hs
EL FUTURO DE LA TELEVISIÓN
DISERTANTE: JUAN RAMIRO FERNÁNDEZ - SENIOR DIRECTOR DE DIGITAL MEDIA - VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS.

VIERNES 27 DE SEPTIEMBRE

CONFERENCIAS SCTE SALÓN ATLÁNTICO A

10:00 a 10:10 hs
PALABRAS DE BIENVENIDA DE WALTER BURZACO, JUNTO A DANIEL HOWARD Y ROLANDO BARJA ELIAS, DE SCTE

10:10 a 10:50 hs
PRESENTACIÓN I: DOCSIS Y DPoE
DISERTANTE: PATRICIO LATINI - CTO - SCTE (CAPÍTULO CALA)

10:50 a 11:30 hs
PRESENTACIÓN II: CCAP Y REMOTE PHY
DISERTANTE: JORGE SALINGER - VP DE ACCESS ARCHITECTURE - COMCAST

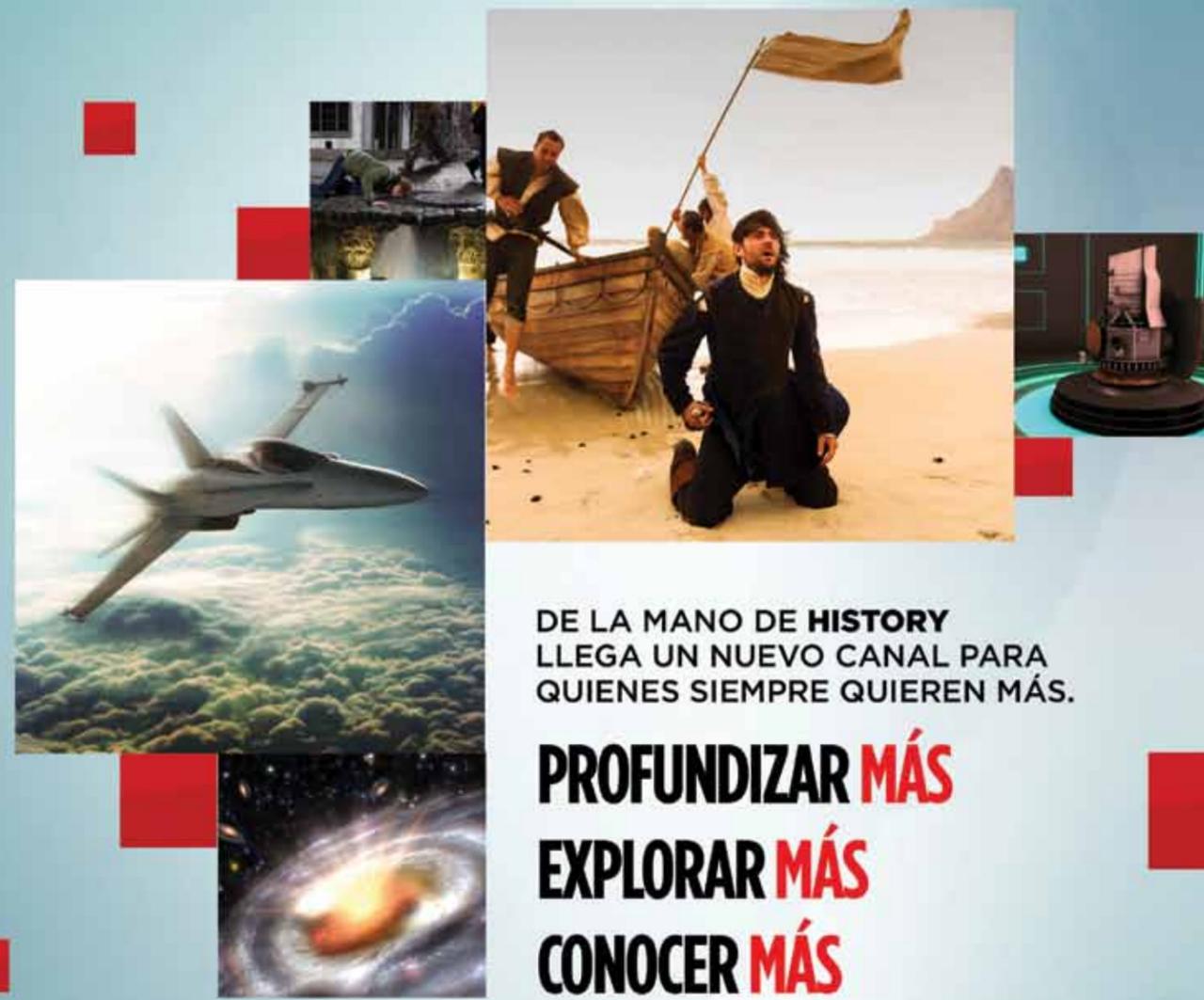
11:30 a 12:10 hs
PRESENTACIÓN III: InGeNeOs™ Y APLICACIONES A DOCSIS © 3.1
DISERTANTE: DR. ALBERTO CAMPOS - ARQUITECTO PRINCIPAL - CABLELABS

14:00 a 14:40 hs
PRESENTACIÓN IV: ESTÁNDARES AVANZADOS DE CODEC, CALIDAD DE VIDEO VS. COMPRESIÓN Y APLICACIONES ADAPTABLES DE LA VELOCIDAD DE TRANSMISIÓN BINARIA
DISERTANTE: SANTHANA CARI - VICEPRESIDENTE DE INGENIERÍA - SISTEMAS DE VIDEO DIGITAL

14:40 a 15:20 hs
PRESENTACIÓN V: MODERN FTTX Y COMPETING ACCESS NETWORKS
DISERTANTE: DANIEL HOWARD - VICEPRESIDENTE SENIOR DE INGENIERÍA Y CTO SCTE

15:20 a 16:00 hs
PRESENTACIÓN VI: WORKFORCE DEVELOPMENT: SCTE UPDATE Y ACTIVIDADES CALA
DISERTANTES: ING. ROLANDO BARJA ELIAS - JEFE DIVISIÓN MANTENIMIENTO DE REDES COAXIALES - COTAS LTDA. Y PRESIDENTE SCTE (CAPÍTULO CALA), RAÚL ESCOBAR - VICEPRESIDENTE SCTE (CAPÍTULO CALA)

TANTA HISTORIA NO CABÍA EN UN SOLO CANAL.



DE LA MANO DE HISTORY
LLEGA UN NUEVO CANAL PARA
QUIENES SIEMPRE QUIEREN MÁS.

PROFUNDIZAR MÁS
EXPLORAR MÁS
CONOCER MÁS
ENTENDER MÁS

Distribuido por

HBO
LATIN AMERICA
GROUP

tuhistory.com/h2

H2

MUCHA
MÁS
HISTORIA



ANTONIO ÁLVAREZ, CABLEVISIÓN: 'EL FIN DE LA PIRATERÍA HIZO CRECER EL PREMIUM'

TOTALIZA 3,5 MILLONES DE ABONADOS

Una vez más, PRENSARIO tiene el privilegio de contar en su edición especial para Jornadas Internacionales 2013, con la participación de **Antonio Álvarez**, gerente de programación de **Cablevisión**, MSO del Grupo **Clarín** y líder de mercado en Argentina, que también provee Internet banda ancha a través de **Fibertel**.

Este año, Cablevisión superó los 3,5 millones de suscriptores, donde más de 850 mil acceden al servicio digital y de los cuales el 50% cuenta con una caja HD. 'Todas las cajas nuevas que instalamos, tienen HD', aclaró.



BUEN BALANCE DEL AÑO

Como balance del año, Tony afirmó: 'Estamos muy satisfechos, hemos cumplido nuestros objetivos de inversiones y crecimiento; comenzamos el año con planes de incrementar la capacidad de transporte de nuestras redes, lanzando al mercado mayores velocidades de comercialización masiva de banda ancha y a la vez iniciar el camino de transformación de la televisión, volviéndola más interactiva y con mayor calidad'.

Así, este año complementó el servicio de VOD, *Cablevisión On Demand*, con un nuevo producto en banda ancha, Fibertel 12 Megas y la incorporación de más señales en HD para posicionarse como 'líderes tecnológicos en la región'.

Añadió: 'Ambos proyectos han sido muy bien aceptados por nuestros clientes, superando todas las expectativas, lo que se reflejó en la demanda y uso de los servicios'.

En los últimos años, el MSO argentino ha invertido en digitalización y se enfoca en atraer cada vez más hogares a esta modalidad, apoyado en los beneficios que suma al abonado. Por ejemplo, mencionó, 'ingresar al nuevo mundo de la televisión interactiva; el HD le ha dado un gran impulso a este objetivo, ya que además suma calidad de imagen. Este segmento viene

creciendo de forma importante, y entendemos lo hará incluso más'.

En este sentido, Álvarez explicó que el HD resulta 'atractivo e interesante' para los clientes, y que se ha venido incrementando mes a mes desde su lanzamiento. 'Cablevisión cuenta con la mejor oferta del mercado: más de 30 señales HD. En el último mes incorporamos la versión

en alta definición de **Telefe**, con el que ya ofrecemos los dos canales de mayor audiencia en esta calidad'.

En cuanto a programación, remarcó: 'Seguiremos emitiendo los partidos de fútbol de la Liga Española, del Barcelona y Real Madrid, y a futuro para el 2014 y 2015, incorporaremos nuevas señales HD, pero van a tener que justificar su incorporación con buen contenido de programación y calidad de imagen'.

CRECIMIENTO EN PREMIUM Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Remarcó Álvarez: 'El servicio Premium ha tenido un fuerte crecimiento desde que terminamos con la piratería analógica, el cual que se vio amenazado por los nuevos hábitos de consumo de nuestros clientes. Vimos que querían acceder a los contenidos cuando y donde querían, por lo que lanzamos *On Demand*; hoy, todos los suscriptores Premium que tengan una caja HD pueden ver gratuitamente esta plataforma para disfrutar del contenido con sólo presionar *Play* en el control remoto'.

El catálogo incluye cine, series, documentales y recitales, que también están disponibles. Estos contenidos también están disponibles para múltiples pantallas, accesibles desde distintos tablets, computadoras, etc.

'Nuestros Premium siempre han tenido excelentes ventanas de estrenos pero ahora eso le sumamos HD y *On Demand* por lo que se han convertido en una verdadera opción de entretenimiento. Actualmente incluye las diez señales Premium de **HBO**, **Moviecity**, los pro-



Antonio Álvarez

ductos para adultos y el turf; para el caso de cine y series, esta oferta se complementa con mucho contenido en calidad HD', continuó Álvarez.

'Estamos trabajando fuertemente en nuevos servicios --OTT--, muchos ya están lanzados y otros vamos camino a hacerlo. Es difícil explicar tantas siglas con mucha definición tecnológica, pero es mucho más fácil si lo vemos del lado del cliente y lo que ellos quieren. Les vamos a ofrecer una televisión interactiva para que puedan ver nuestros contenidos en formato lineal o a la carta, dentro y fuera del hogar en la pantalla o dispositivo que quieran. En eso ponemos toda nuestra energía en conjunto con los programadores y diseñadores de tecnología', explicó.

'Creo que el próximo paso tecnológico es el 4K. La interactividad y la búsqueda constante de nuevos contenidos y mayor calidad de audio y video serán nuestros ejes', completó.

EL MERCADO ARGENTINO

Finalmente, dijo sobre el mercado argentino de TV paga, que es 'muy competitivo, evoluciona año a año, y hay que acompañar con importantes inversiones para poder satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Sabemos cómo desarrollar esta industria, lo venimos haciendo desde hace muchos años, pero necesitamos reglas claras; competimos fuertemente en todos los mercados donde operamos, aún en casos desiguales'.

'Pedimos reglas claras que no se modifiquen día a día y donde se ponga al frente lo que realmente quiere la gente: más y mejores servicios acorde a los principales países del mundo', concluyó.

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



SOLEDAD AINESA

ZONA TRENDY

JUEVES 22HS





FIBERTEL: 'BUSCAMOS OFRECER ACCESO MASIVO A INTERNET DE ALTA VELOCIDAD'

1,5 MILLONES DE ABONADOS EN TODO EL PAÍS

Gonzalo Hita, gerente comercial de **Cablevisión**, habló con **PRENSARIO** sobre el presente de **Fibertel**, la empresa del **Grupo Clarín** que provee Internet banda ancha a 1,5 millones de hogares en más de 40 ciudades de Argentina. Destacó que las prioridades de inversión están enfocadas en el 'fortalecimiento de la red', buscando llegar a más lugares y con mejor servicio.

El ejecutivo destacó que el 2013 viene siendo un 'gran año', principalmente por el lanzamiento del servicio 12Mbps. 'Nuestro objetivo es ofrecerles a nuestros clientes la posibilidad de acceder masivamente a alta velocidad de conexión a Internet; que el promedio de velocidades de la cartera vaya aumentando. Aspiramos a mejorar la tasa promedio para Fibertel, lo que vendrá en una mejora para el país. Esa fue la estrategia de 12 Megas, que es el doble de velocidad que el producto anterior, pero con una diferencia de precio simbólica.'

Otro logro del año fue la consolidación de **Fibertel Zone**, el circuito Wi-Fi que permite a cualquier usuario, sea o no cliente, navegar en forma gratuita en lugares públicos. 'Tenemos más de 500 puntos de conexión. **Fibertel Zone** es muy importante para nosotros porque nos permite acompañar a las personas mucho más

allá de su conectividad residencial, satisfaciendo su necesidad de seguir conectados en espacios públicos', remarcó Hita.

La empresa tiene en el mercado diversas opciones de conexión (1, 3, 6 y 12 Mbps), además del servicio de banda ancha de máxima velocidad **Fibertel Evolution**, de 30 Mbps. 'Todos los clientes **Fibertel** pueden acceder a una gama de beneficios anexos al servicio: **Fibertel Mail**, **Fibertel Nitro**, que permite experimentar un aumento temporal de la velocidad de subida y de bajada al comienzo de una descarga de archivos, y **Scan Online**, un explorador que identifica y elimina virus, troyanos, gusanos, complementos del explorador no deseados y otro tipo de malware. Los productos de **Fibertel** pueden contratarse tanto solos como en combo con el producto de **Cablevisión** que se desee.'

Adelantó: 'Próximamente lanzaremos con **Cablevisión** nuestro exclusivo servicio **On Demand** en Córdoba y Rosario (Santa Fe). Además, estamos trabajando intensamente en la segunda etapa de este producto, que permitirá trascender la TV del hogar para acceder a contenidos desde cualquier dispositivo, en cualquier lugar y cuando el cliente lo desee'. Sobre los hábitos de consumo actuales, el ejecutivo explicó: 'Las personas pasan cada



Gonzalo Hita, gerente comercial de Cablevisión

vez más horas conectadas. La conectividad se ha vuelto indispensable, no sólo para trabajar o comunicarnos, sino también como entretenimiento.'

'El **Visual Networking Index** que desarrolla **Cisco Systems** en la región, señala que en Argentina el video ya ocupa más del 50% del tráfico total de red, ha sido del 54% en 2012 y será del 69% para el 2017. Es decir que la imagen se ha vuelto la protagonista en Internet, obligándonos a trabajar en ofrecer un servicio cada vez más alineado a estos deseos y necesidades. El uso de video en la red crece fuertemente trimestre a trimestre y la necesidad de contar con una red robusta que permita transferir estos grandes anchos de banda es vital.

Tanto desde **Cablevisión**, como desde **Fibertel**, tenemos muy en claro este cambio de paradigma de consumo y trabajamos en enfocar todos nuestros servicios a las nuevas demandas y necesidades de nuestros clientes', concluyó.



NUESTRA CONFIABILIDAD ES SU OPORTUNIDAD

CRECIMIENTO • EFICIENCIA • SEGURIDAD

Level 3 es una compañía de comunicaciones global, de vanguardia, que conecta a un mayor número de personas, en una cantidad de países jamás visto hasta ahora.

Proveemos servicios de datos, de voz, de video, data center y soluciones gerenciadas a través de una red IP global ininterrumpida y transparente.

Level 3 está comprometida con su visión: ser la conexión más confiable para un mundo conectado.

Tel: 0.800.800.4562

Email: info-argentina@level3.com

Web: www.level3.com

DATOS | VOZ | VIDEO | DATA CENTER



Seguimos innovando para darle a tus abonados lo que quieren y a tu negocio lo que necesita.

más y mejores películas

moviecilityplay.com

moviecility premium | moviecility play | moviecility kids | moviecility action | moviecility family | moviecility music | moviecility studios | moviecility hollywood

CABLEHOGAR: 'CON FIBRA CADA VEZ MÁS CERCA DEL HOGAR'

Marcelo Massatti, director de Cablehogar, adelantó que este año la empresa continúa el proceso de upgrade y expansión de redes HFC, con el objetivo de 'llegar con la fibra cada vez más cerca del hogar del abonado para poder brindar mayores velocidades de acceso a Internet'.

'Para cumplir con este objetivo redujimos el tamaño de los nodos ópticos, y redujimos la cantidad de nodos ópticos alimentados por cada transmisor láser alocado en nuestro headend. Estas dos acciones se complementan con la

asignación de un mayor número de frecuencias al servicio de datos y con la adquisición de tecnología DOCSIS 3.0 que permite agrupar canales (channel bonding) que son imprescindibles para que estas mayores velocidades de acceso a Internet sean posibles', completó.

'En paralelo realizamos pruebas exitosas del servicio Triple Play, utilizando tecnologías GPON y brindando el servicio de video a través del llamado RF overlay. De todos modos seguimos pensando que la tecnología HFC va



Marcelo Massatti, director de Cablehogar

a seguir siendo preponderante por un tiempo en los accesos residenciales y vemos al GPON como una tecnología complementaria. No nos planteamos la disyuntiva HFC o GPON, más bien vemos el tema como HFC y GPON, dejando al GPON como tecnología de acceso para atender negocios y hogares de alto poder adquisitivo o con demandas específicas de gran ancho de banda'.

Sobre el proceso de digitalización, dijo: 'Hemos completado la digitalización incluyendo una oferta amplia de canales HD en nuestras operaciones de Salta y Santiago del Estero, que sumadas a la de Rosario, ya digitalizada hace un par de años, nos permite brindar un servicio de mayor calidad y variedad'.

Sobre el contexto actual, dijo: 'Los planes de inversión y el crecimiento de la empresa se están viendo afectados por restricciones crecientes a las importaciones y la incertidumbre respecto de la evolución del tipo de cambio'.

Y añadió: 'Hemos focalizado la suma de servicios por cliente ampliando el padrón de abonados con servicio Triple Play con base digital y HD. Lamentablemente también sufrimos las consecuencias burocráticas de la administración regulatoria, dado que conseguir bloques numéricos telefónicos se ha vuelto una tarea ardua'.

dmx media

TODA LA MÚSICA, DONDE QUIERAS, CUANDO LA NECESITES

DMX2GO

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

DIRECTV LANZA OTT

DirecTV anunció el lanzamiento de DirecTV Play, un portal de contenidos online con más de 5.000 títulos divididos por películas, series, deportes y canales. El contenido estará disponible únicamente para los suscriptores de la operadora de TV paga registrados en MiDirecTV, quienes podrán ver la programación ingresando su usuario y clave, comunicó Atul Bansal, director de New Media para DirecTV PanAmericana.

En DirecTV Play estará disponible contenido de Moviecity Play, Fox Play, ESPN Play, HBO GO, TNT Plus y Space Plus. Además, se incluye la propuesta streaming de DirecTV Sports con transmisión de partidos de exclusivos en vivo de la Barclays Premier League y de la Liga BBVA de España.



LO QUE USTED VE SÓLO MUESTRA LA MITAD DE LA NOTICIA

Every time I've been in a place where I've heard an explosion, there's something I always notice. Before the fire and smoke, the sirens, shouting and anger, there's this strange moment of stunned silence, where time almost seems to stand still... and then, a second later, complete chaos erupts.

Lyse Doucet
Chief International Correspondent

En BBC World News no sólo reportamos las noticias, las vivimos intensamente. De esta forma nuestros televidentes en toda América Latina pueden conocer la esencia de cada evento.

Tenemos más periodistas en el mundo que cualquier otra cadena internacional de noticias, por eso no vamos hacia dónde están las noticias, vivimos donde suceden.

LIVE THE STORY

BBC WORLD NEWS



ARGENTINA: COOPERATIVAS APUNTAN MÁS FUERTE AL MERCADO DE TV PAGA

DESPLIEGUE DE IPTV CON SOPORTE DE RED INTERCABLE



Gustavo Lapid, CEO, IP-Tel; Darío Oliver, Gerente General, Telpin; y Mauricio Benitez, Gerente General, Cotecal

Darío Oliver, presidente de Telpin y Mauricio Benitez, gerente general de Cotecal de El Calafate, junto a Gustavo Lapid, CEO de IP-Tel, estuvieron presentes en la última convención de NexTV en Buenos Aires, donde expresaron cómo comienzan a implementar la tecnología para IPTV. Se encuentran mayormente en etapa de prueba y, que tras superar algunas dificultades, esperan lanzar el servicio en los próximos meses. En Argentina, lo hacen con el soporte y ayuda de Red Intercable. Además, los tres juntos disertaron en un panel sobre la actualidad de las cooperativas en Argentina.

El congelamiento de las tarifas de electricidad y telefonía fija ha llevado a las cooperativas y empresas de banda ancha del interior de Argentina a mirar con nuevos ojos el negocio de la TV paga. Los representantes de IP-Tel, Cotecal y Telpin señalaron que hay en Argentina 350 cooperativas de telecomunicaciones, de las cuales 200 dan actualmente TV por cable, y que el problema que enfrentan es el congelamiento de las tarifas de sus servicios más tradicionales, la provisión de telefonía fija y electricidad en localidades del interior del país.

Pese a la existencia de dos grandes proveedores de telefonía (Telefónica y Telecom) y a los sistemas de cable, señalaron que 'hay un espacio para desarrollar una empresa

pequeña o mediana, pero es importante el "timing", el momento en que se implementa una nueva tecnología. Hacerlo demasiado temprano o demasiado tarde puede causar problemas', dijo Gustavo Lapid, de IP-Tel, empresa de banda ancha y telefonía con presencia en distintas provincias de la Argentina.

Darío Oliver, de Telpin --que sirve el área de Pinamar, uno de los principales centros veraniegos de Argentina, sobre el Atlántico-- afirmó que 'Telpin tiene 50 años de actividad, otras cooperativas entraron después del año 2000. Creemos que hay oportunidades de complementar televisión con telefonía y banda ancha, y que



Mauricio Benitez, gerente general; y Pablo Lunardo, gerente técnico de Cotecal

el mercado debiera ser más competitivo, que todos los operadores puedan dar todos los servicios. Nuestra ventaja es que comprendemos el problema particular de nuestro mercado: Pinamar tiene 40.000 habitantes permanentes y 200.000 durante el mes de enero. En el caso de la TV paga, ha tenido gran éxito el enfoque prepago de DirecTV porque quienes tienen casas de veraneo no quieren pagar un abono de TV durante todo el año, opción que le quitó a Cablevisión un mercado porque no desarrolló un producto para ese tipo de usuario'.



Darío Oliver, presidente de Catel

Mauricio Benitez, de la cooperativa Cotecal de El Calafate, en la Patagonía, afirmó que 'lo importante es la flexibilidad, entender que se puede generar valor y saber cómo potenciarlo', lo cual a su entender sería 'una nueva línea de servicios y mercados de nicho: El Calafate creció 3000% en diez años'.

La estrategia de las cooperativas pasará por tender redes de fibra al hogar (FTTH) que permitan ofrecer velocidades de 30 Mbps o más de acceso a Internet, combinado con IPTV y telefonía: 'En la actualidad tender fibra cuesta lo mismo o algo menos que tender cobra, la diferencia en la inversión está en la electrónica'. IP-Tel está ofreciendo VOD bajo la marca CineIP en una localidad, y observa 'poca conversión del VOD gratis al pago. En cuanto a competir con Netflix, se observa que el mercado se retrae cuando los contenidos se retrasan'.

Los panelistas criticaron la política de precios mínimos de los proveedores de contenidos de video para cable, señalando que se les solicitan valores 'para 10.000 suscriptores de video' o por 'número de hogares instalados'. Acerca del control del número de suscriptores reales, coincidieron en que 'en IPTV es muy simple conocer las cifras reales de uso' de un servicio como el video, pero no ofrecieron una estrategia genérica de acercamiento a los proveedores de contenido para llegar a un acuerdo de mutuo beneficio.

LLEGA UN PROGRAMA QUE NO NECESITA RISAS GRABADAS.

EL MUNDO DESDE ABAJO



UNA PRODUCCIÓN ORIGINAL EN ESTRENO EXCLUSIVO

DESDE EL 28 DE SEPTIEMBRE
SÁBADOS A LA MEDIANOCHE



f /CANALTBS @CANALTBS CANALTBS.COM

MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

Luis.Bollo@turner.com
Tel: (52-55) 5089-6272

CHILE / BOLIVIA / PERÚ

Gustavo.Minaker@turner.com
Tel: (56-2) 367-2200

ARGENTINA / URUGUAY / PARAGUAY

Juan.Balassanian@turner.com
Carlos.Cordero@turner.com
Tel: (54-11) 4318-3100

BRASIL

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



CACPY: 'EL CABLE PYME NECESITA REGLAS CLARAS Y APOYO ESTATAL PARA SUBSISTIR'

REPORTAJE A MARCELO TULISSI, NUEVO PRESIDENTE

La **Cámara Argentina de Cableoperadores PYMEs** (CACPY), conformada en 2010, reúne en la actualidad a pequeños operadores de más de 350 localidades del interior del país y, recientemente, designó a **Marcelo Tulissi** como presidente.

Secretario de la Comisión desde el inicio, Tulissi destacó a PENSARIO: 'Para este año nos planteamos tres ejes de trabajo en los que necesitamos avanzar para asegurar la supervivencia del sector: lograr se establezcan las unidades mínimas sustentables por localidad, impulsar los desarrollos de integración regionales, y poder trabajar en sinergia con todas las partes de la industria (Estado, capitales nacionales e internacionales) para fijar objetivos comunes a futuro que les permita a todos mantenerse a flote'.

En relación al primer punto, explicó que

el ingreso de nuevos jugadores a la TV paga, específicamente de las cooperativas, propone un desafío regulatorio para asegurar la competencia en el

mercado, 'donde se dicten reglas claras para todo los jugadores, donde se apoyen a los más pequeños para que puedan subsistir'.

'La ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, en su artículo 30, dice que las cooperativas pueden entrar al negocio de TV paga, y CACPY está de acuerdo. Lo que sí reclamamos que se determinen unidades mínimas sustentables, porque en comunidades donde hay 1.500 ó 2.000 abonados de cable, si los dividimos por dos, la operación no va a ser viable para alguno de los dos (cooperativa o el cable) y deberá desaparecer, con lo que no se genera competencia'.

Pero también pidió el establecimiento de reglas para que los operadores más grandes no utilicen su posición dominante afectando la existencia de los pequeños. Por ejemplo,

señaló que mientras 'el prepago es competencia leal, no se puede permitir es que ofrezcan cuatro suscripciones al precio de una, porque eso es depredación de mercado y nosotros no tenemos forma de competir con eso'.

El ejecutivo explicó que el cable 'es una actividad que necesita permanentemente inversiones, donde los costos fijos anuales son crecientes, pero los abonos son relativamente estables, por lo que a lo largo de los años, el deterioro de la situación financiera de los operadores es muy grande y con consecuencias graves'.

Pero frente al hecho de que los cableoperadores PYMEs 'no podemos aumentar los abonos indiscriminadamente', una alternativa es 'ofrecer servicios de valor agregado, como Internet, que ya está presente en el

portafolio del 80% de nuestros socios, con servicios de buena calidad'.

Para ello, en su mayoría han implementado el servicio 'a través de redes híbridas (sólo un pequeño número por redes al hogar), lo que nos deja rehenes de las telefónicas y el precio que fijan para proveernos los megas a precios más caros'. Para bajar 'drásticamente los costos de los megas, por parte de las distribuidoras, fue importante el ingreso de ARSAT con el programa *Argentina Conectada*, con el que la Cámara logró un acuerdo, que además les brindará acceso a la "última milla" a los hogares de sus localidades para potenciar su servicio de Internet, y otros proyectos provinciales y municipales'.

Y adelantó que 'otra de las cosas que va a impactar de mucho en el negocio, va a ser la neutralidad de redes, que se está discutiendo con varios proyectos en el Senado y en el seno de la industria'.



Marcelo Tulissi

INTEGRACIÓN REGIONAL

Pero lo que realmente daría resultados, y que desde CACPY vienen impulsando desde su creación en 2010, es 'la conformación de integraciones regionales con pequeños operadores', que puedan ejercer como uniones de compra.

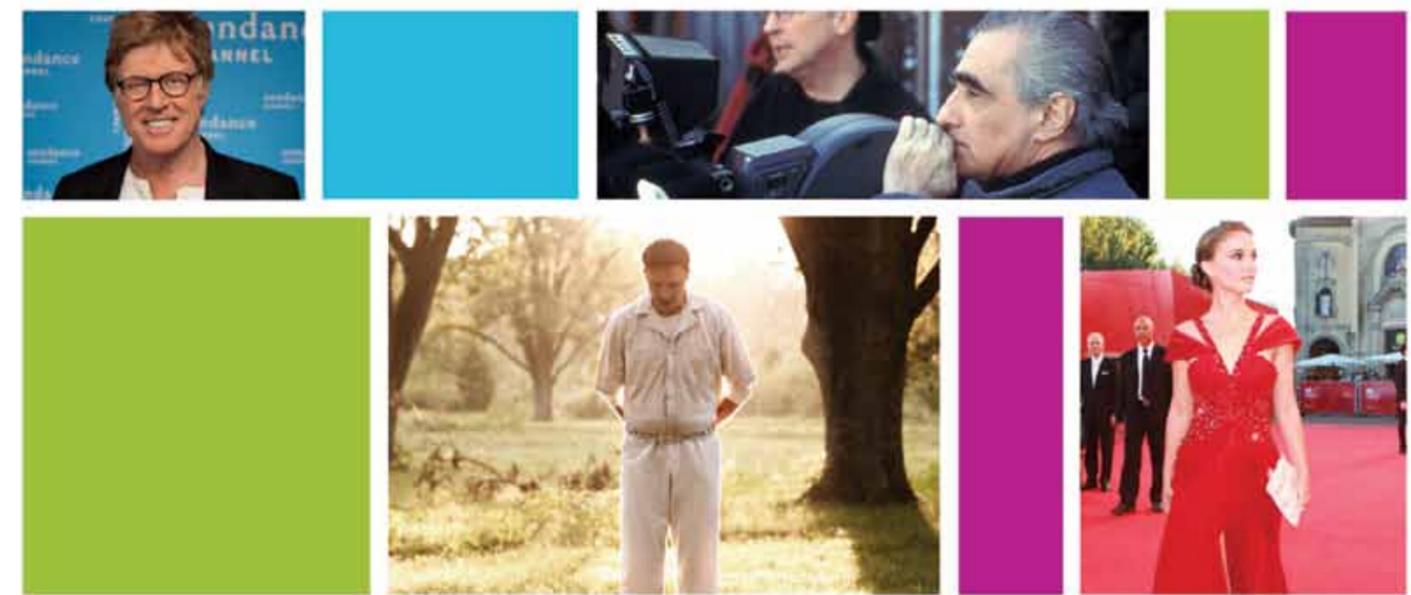
Un primer paso, destacó, fue el acuerdo logrado con el AFSCA que derivó en 'la resolución que permite compartir cabezales -antes estaba prohibida-, lo que vino a solucionar muchos problemas, aunque para enfrentar los desafíos que la industria tiene a futuro -como la digitalización-, se necesita ayuda del Estado, con créditos a tasas razonables, no subsidios. Por eso CACPY ha firmado con el AFSCA un convenio para canalizar con el Banco Nación una línea de créditos'.

En relación a la digitalización, señaló que 'se está implementando paulatinamente, a través de la plataforma desarrollada por **Red Intercable**, que se llama *Dibox*. Ya hay 300 empresas que instalaron estas cabeceras, que fue la forma que encontramos muchos para digitalizar y llevar la plataforma a todo el país, inclusive con canales en alta definición'.

En definitiva, concluyó Tulissi, necesitan un marco regulatorio y el apoyo estatal necesario, porque 'las PYMEs sólo tenemos una sola oportunidad para invertir, por lo que cuando tomamos una decisión, tenemos que estar seguros de que va resultar en mejorar nuestros servicios. El cable PYME es un comprador compulsivo de tecnología para brindar un buen servicio, no es un especulador ni basa su operación en la ganancia'.



PELÍCULAS | SERIES | FESTIVALES Y EVENTOS



¡SUNDANCE CHANNEL HA LLEGADO A AMÉRICA LATINA!



ED PALLUTH
EVP, Distribución Mundial
E: edward.palluth@amcnetworks.com
O: +1.817.562.3339 M: +1.214.766.5916

GUSTAVO LOPEZ
VP, Distribución Mundial LATAM
E: gustavo.lopez@amcnetworks.com
M: +1.305.615.0122





MAURICIO RAMOS: 'TRIPLE PLAY ES EL PRODUCTO DE VTR Y LIBERTY PUERTO RICO'

PRESIDENTE DE LIBERTY GLOBAL LATIN AMERICA

Mauricio Ramos, presidente de Liberty Global Latin America, que volverá a estar presente en Jornadas, dio su balance del primer semestre del 2013. 'Ha sido de continuo crecimiento en todos los servicios, tanto en Chile como en Puerto Rico'.

'En Chile, sumamos en este primer semestre más de 94.000 nuevos servicios de video, voz y banda ancha. Video está creciendo con fuerza, con 41.000 nuevos en el semestre. Otros 41.000 son de banda ancha y 12.000 de líneas telefónicas', completó.

'VTR continúa creciendo en servicios y aumentando su tasa de empaquetamiento. Con 2,53 millones de servicios de video, voz y banda ancha ya en total; y 1,18 millones de clientes-hogares, la tasa de empaquetamiento aumentó a 2,14 servicios por hogar. Dicho de otra forma, dos terceras partes de los hogares-clientes de la empresa toma dos o tres servicios con VTR. Este grado de fidelidad es importante en un mercado dinámico y competitivo en servicios como Chile y muestra que lo que VTR vende es Triple Play. Y lo mismo está ocurriendo en Puerto Rico'.

Además, 'VTR continúa sumando hogares nuevos, con 39.000 durante el semestre. Y tenemos un renovado crecimiento de los servicios de video. Han sido muy acertados los esfuerzos que como industria se han realizado para combatir con decisión la piratería en Chile'.

CRECIMIENTO EN PUERTO RICO

'En Puerto Rico, la casi finalizada integración de OneLink a nuestra operación, también está dando frutos positivos. Ya integramos las cabeceras, reorganizamos la empresa, homologamos productos y servicios y pronto haremos el cambio de la marca para llamar a toda la empresa Liberty Puerto Rico', dijo Ramos.

Destacó que la empresa conjunta llegó a los 506.000 servicios en junio, con 207.000 de video, 187.000 de banda ancha y unos 112.000 de voz. 'Continuamos creciendo en servicios; sumamos 27.000 nuevos servicios de video, voz y banda ancha'.

El ejecutivo destacó que hay crecimiento en video en Puerto Rico: 'Muchos operadores

en USA están estancados en servicios de video, pero en Puerto Rico sumamos 2.000 nuevos y la tendencia es más positiva desde que introdujimos en el territorio de OneLink (San Juan) la nueva oferta de banda ancha con más velocidad, y de video, con nuestro "Spanish Tier". Hemos innovado con contenido más latino y en español para el hogar portorriqueño, que no quiere ver sólo contenido norteamericano pues su cultura lenguaje es híbrida'.

'La receta de Triple Play está funcionando. Buena parte de este crecimiento proviene de empaquetar servicios de telefonía y banda ancha a la base de clientes de Liberty Puerto Rico. Ya la tasa de empaquetamiento alcanza 1.9 servicios por hogar-cliente. De nuevo, este nivel de fidelidad es clave', afirmó Ramos.

MÁS VELOCIDAD Y MEJORES SERVICIOS

'El liderazgo en Chile viene siendo por nuestra superioridad en banda ancha. De tiempo atrás venimos desplegando una red de 1Ghz y ya tenemos más de la mitad de la red convertida a 1Ghz. Y toda la red es Docsis 3.0. Nuestra oferta de velocidades llega hasta los 100Mgbs. La gran mayoría de los nuevos clientes tomas velocidades alrededor de los 30-40Mgbs. Y los consumos de bits han continuado creciendo en la medida en que los clientes hacen pleno uso de estas velocidades. Una oferta potente de VOD, Catch Up y HD complementan el Triple Pack'.

'En Puerto Rico, nos movimos rápido y lo primero que hicimos tras la adquisición de OneLink fue llevar la red a DOCSIS 3.0. Luego homologamos las velocidades y paquetes con lo que ya ofrecíamos en otras partes de la Isla y rápidamente llegamos a los corazones de los clientes de OneLink. La verdad es que las altas velocidades funcionan y el crecimiento en servicios es resultado de ello'.

Y afirmó: 'Si el Triple Pack es el producto, lo que genera fidelidad y aprecio por la marca en el largo plazo es la impecabilidad en el servicio. En Chile y en Puerto Rico buscamos que la calidad de servicio sea un elemento clave de



Mauricio Ramos

diferenciación.

DIGITALIZACIÓN: 70% EN CHILE Y 100% EN PUERTO RICO

'Todo lo anterior supone seguir digitalizando la base de clientes. En Chile, ya estamos alrededor del 70% y en Puerto Rico al 100%. Nos permite dar más ancho de banda, VOD, más canales y manejar la red de manera mucho más costo-eficiente'.

'Hacia adelante, nuestra labor en video está enfocada en dar a nuestros clientes dos innovaciones, tanto en Chile como en Puerto Rico: una oferta más robusta de catch-up TV y de sVOD para completar nuestra oferta de contenido actual, dando la posibilidad de ver contenido cuando quieren'.

Y añadió: 'Esto con una mejor y más elegante interfaz de usuario. Nuestra pantalla debe ahora incorporar facilidad en la búsqueda de contenido e integración de contenido lineal, de VOD, de catch up, de la web e incluso de contenido generado por el mismo cliente, como fotos o videos. Nuestra nueva generación de "cajas" van a incorporar todas estas funcionalidades y hacer de las mismas verdaderos "gateways" de contenido y entretenimiento en el hogar'.

INVERSIONES ACTUALES

'Hacia adelante, nuestra inversión girará en torno a tres pilares: primero, completar la última fase de conversión de la red HFC a 1GHz en Chile, lo cual nos tomará aún un par de años, y robustecer la red en Puerto Rico. En segundo, desplegar nuestra nueva generación de "gateways" o cajas digitales híbridas de última generación al hogar.

Y tercero, la ampliación de capacidades para seguir ofreciendo la banda ancha más veloz del mercado'.



acceso ilimitado a miles de títulos de películas y series de televisión. cuando quieras. como quieras. donde quieras.



computadora de escritorio



tablet



smartphone



notebook



smart tv

neon

www.myneon.tv

Para más información por favor contactar a:
Patricia Junca
Ventas a Afiliados
T: 5411-54368125
Email: pjunca@dlatv.net



CLARO, CHILE: LLEGA CLAROVÍDEO Y SIGUE EL CRECIMIENTO EN TODOS LOS SEGMENTOS

405 MIL ABONADOS EN TV PAGA Y LÍDER EN PORTACIONES MÓVILES



Pablo Astudillo, gerente de negocios de contenido de Claro



regiones estar conectadas con las redes de fibra óptica, Claro es el operador del grupo América Móvil, que ofrece el servicio de TV paga por DTH y HFC a más de 405 mil hogares en Chile, con una participación de 18,1%, de acuerdo a la Subtel. La empresa cuenta con una red HFC de más de 1,8 millones de home passes, con una ocupación del 15%, tal como explicó el ejecutivo.

En lo que respecta a la portabilidad numérica móvil en el país, la empresa ha mantenido el liderazgo con un 24,9% de participación de mercado y un crecimiento de 21% en el primer semestre de este año. 'Tenemos mucho por crecer', afirmó Astudillo. 'Este año lanzaremos Clarovideo, una plataforma de contenidos que facilita la navegación y compra de contenidos, marcando fuerte presencia en el ámbito empresarial con el lanzamiento de nuestros servicios de TV paga y HD, que están respaldados por canales HD incluidos en el plan de Data Center y Canal del Fútbol (CDF) que son exclusivos de Chile. Además, el lanzamiento de un submarino que nos permite llegar a la zona extrema sur de Chile, además de importantes inversiones en tecnología 4G al país. Además, hemos decretado importantes inversiones en infraestructura de fibra óptica, que nos ha llevado a ser la primera compañía de telecomunicaciones de Chile en brindar servicios de transmisión de datos en fibra óptica por cable submarino, que se está construyendo en Sudamérica, que se verá beneficiada por el crecimiento de la industria por cable en la región. Esto nos permitirá ofrecer servicios permanentes a buscar nuestros clientes en servicios permanentes a través de nuestra red de fibra óptica y televisión de cable.'

Sobre la oferta de servicios de TV paga y HD, Astudillo explicó: 'Tenemos mucho por crecer', afirmó Astudillo. 'Este año lanzaremos Clarovideo, una plataforma de contenidos que facilita la navegación y compra de contenidos, marcando fuerte presencia en el ámbito empresarial con el lanzamiento de nuestros servicios de TV paga y HD, que están respaldados por canales HD incluidos en el plan de Data Center y Canal del Fútbol (CDF) que son exclusivos de Chile. Además, el lanzamiento de un submarino que nos permite llegar a la zona extrema sur de Chile, además de importantes inversiones en tecnología 4G al país. Además, hemos decretado importantes inversiones en infraestructura de fibra óptica, que nos ha llevado a ser la primera compañía de telecomunicaciones de Chile en brindar servicios de transmisión de datos en fibra óptica por cable submarino, que se está construyendo en Sudamérica, que se verá beneficiada por el crecimiento de la industria por cable en la región. Esto nos permitirá ofrecer servicios permanentes a buscar nuestros clientes en servicios permanentes a través de nuestra red de fibra óptica y televisión de cable.'

En DTH tenemos un espacio muy relevante en el mercado de las telecomunicaciones, que nos ha llevado a ser la primera compañía de telecomunicaciones de Chile en brindar servicios de transmisión de datos en fibra óptica por cable submarino, que se está construyendo en Sudamérica, que se verá beneficiada por el crecimiento de la industria por cable en la región. Esto nos permitirá ofrecer servicios permanentes a buscar nuestros clientes en servicios permanentes a través de nuestra red de fibra óptica y televisión de cable.'

En DTH tenemos un espacio muy relevante en el mercado de las telecomunicaciones, que nos ha llevado a ser la primera compañía de telecomunicaciones de Chile en brindar servicios de transmisión de datos en fibra óptica por cable submarino, que se está construyendo en Sudamérica, que se verá beneficiada por el crecimiento de la industria por cable en la región. Esto nos permitirá ofrecer servicios permanentes a buscar nuestros clientes en servicios permanentes a través de nuestra red de fibra óptica y televisión de cable.'

En DTH tenemos un espacio muy relevante en el mercado de las telecomunicaciones, que nos ha llevado a ser la primera compañía de telecomunicaciones de Chile en brindar servicios de transmisión de datos en fibra óptica por cable submarino, que se está construyendo en Sudamérica, que se verá beneficiada por el crecimiento de la industria por cable en la región. Esto nos permitirá ofrecer servicios permanentes a buscar nuestros clientes en servicios permanentes a través de nuestra red de fibra óptica y televisión de cable.'

MÓVIL: BUENOS RESULTADOS EN PORTABILIDAD

Con 24,9% de participación de mercado y un crecimiento de 21% en el primer semestre de este año.

Claro es el operador del grupo América Móvil, que ofrece el servicio de TV paga por DTH y HFC a más de 405 mil hogares en Chile, con una participación de 18,1%, de acuerdo a la Subtel. La empresa cuenta con una red HFC de más de 1,8 millones de home passes, con una ocupación del 15%, tal como explicó el ejecutivo.

El ejecutivo destacó que en noviembre 2012, Claro lanzó sus planes básicos de TV en cable con canales HD incluidos, lo que ha tenido 'muy buena recepción entre los clientes', y añadió que en DTH lleva contenido en HD a 'miles de hogares'.

Adelantó: 'Este año lanzaremos Clarovideo, una plataforma de contenido que dará acceso a películas, series, dibujos animados y conciertos, en dos modalidades: suscripción a un catálogo de contenidos y arriendo por 24 con estrenos de películas'.

'Todo esto a través de una interfaz muy amigable y a un precio muy conveniente. El cargo se hará directamente a la factura del servicio que el usuario tenga contratado con Claro, por lo que no requiere tarjeta de crédito. El servicio estará disponible a través de PC, tablets, smartphones, smart TV y consolas de juego', completó Astudillo.

Por otra parte, la empresa trabaja en la incorporación de canales regionales a su parrilla HFC. Dijo el ejecutivo: 'Sabemos lo importante que es para nuestros clientes de



NUESTRAS SEÑALES LLEGAN A TODA LATINOAMÉRICA



Departamento Venta Señales Internacionales
5411 4370 1395 | 5411 4339 1541



DIRECTV CHILE: 'REVERTIMOS LOS NÚMEROS QUE DEJÓ LA MASIFICACIÓN DE LA PIRATERÍA'

PAMELA GIDI DESTACÓ UN 33,7% DE CRECIMIENTO DE MERCADO

Pamela Gidi, directora de marketing, programación y asuntos corporativos de DirecTV Chile, contó a Prensario que el 2013 ha sido un año fructífero, en el que la empresa logró 'revertir los números que dejó la masificación de los decodificadores pirata, transformándonos en la operadora que más creció tras el "apagón" de octubre del año pasado.

DirecTV Chile fue la compañía que más creció entre diciembre 2012 y marzo 2013 según el informe más reciente de Subtel, sumando 28.841 nuevos suscriptores, equivalentes a un 33,7% del crecimiento del mercado.

El buen año de la empresa también se apoyó en el lanzamiento de nuevos productos como *Platino*, un servicio Premium basado en tecnología multi-room, TV Apps, funciones para iPad, atención preferencial y una oferta amplia de contenidos de todos los paquetes del operador. Otra novedad ha sido la plataforma *DirecTV Play*, que brinda acceso online a todos los contenidos de la empresa en un único lugar y a través de múltiples plataformas. 'Junto con esto, ampliamos nuestra oferta 3D con contenidos exclusivos', siguió Gidi.

Para completar el buen desempeño del año, DirecTV recibió, por tercer año consecutivo, el primer puesto en el Premio *ProCalidad* como reconocimiento a la calidad de servicio en TV paga.

PROGRAMACIÓN

De acuerdo a Pamela Gidi, el servicio de DirecTV resalta por su 'amplio abanico de planes que responden a las diferentes necesidades y preferencias de los usuarios, tanto en post-pago como en prepago, y paquetes Premium

de cine, series, deportes, programación para adultos, entre otros contenidos.'

'Desarrollamos grandes proyectos, como la transmisión del Festival de Viña del Mar en HD y la Copa Euroamericana, desafío que nos llevó a organizar por primera vez un torneo internacional de fútbol, con excelentes resultados. Incorporamos más ligas europeas como la Premier League y la Bundesliga, a la vez que consolidamos nuestra oferta en cine a través de *Cinema DirecTV*, señaló Gidi.

El próximo año, transmitirá el Mundial de Fútbol Brasil 2014. 'Por quinta vez consecutiva seremos "la casa del Mundial", ofreciendo de manera exclusiva en Chile, la cobertura completa de este evento. Nuestros clientes podrán ver los 64 partidos que componen el encuentro en vivo y en alta definición, totalizando 800 horas de programación. Tendremos 24 partidos que sólo se transmitirán por DirecTV, cinco canales exclusivos habilitados especialmente para la ocasión y un sistema interactivo multi-cámara, con cinco vistas en simultáneo, para que nuestros suscriptores puedan apreciar partidos que se juegan en el mismo momento', enfatizó la directiva.

PROYECTOS A FUTURO

Para el próximo año, Pamela Gidi adelantó: 'Queremos continuar con la tasa de crecimiento que hemos registrado y así seguir consolidándonos como el operador de TV paga



Pamela Gidi, directora de marketing, programación y asuntos corporativos de DirecTV Chile

líder en programación, tecnología y servicio. Continuaremos perfeccionando nuestros desarrollos tecnológicos, ampliando nuestra oferta programática y entregando la mejor atención a todos nuestros suscriptores. Aún quedan novedades para este año, que iremos anunciando oportunamente y con las cuales esperamos seguir satisfaciendo las necesidades de todos nuestros abonados.'

Además, manifestó que el chileno es 'un mercado sano, que crece sostenidamente pero aún presenta grandes oportunidades que esperamos saber aprovechar, especialmente considerando un escenario favorable donde las suscripciones a la televisión satelital crecen de manera importante por sobre el cable.'

Finalmente, confirmó la presencia de la empresa en esta edición de Jornadas Internacionales, donde estará representada por su gerente de programación, **Cristián Ciudad**.

15 AÑOS JUNTOS

LA SEÑAL INTERNACIONAL DE TELEFE CUMPLE 15 AÑOS LLEVANDO AL MUNDO CONTENIDOS 100% PRODUCIDOS PARA EL PÚBLICO DE HABLA HISPANA; DURANTE LAS 24 HORAS DEL DÍA. ENTRETENIMIENTO, DEPORTES, SERIES, TELENÓVELAS, PROGRAMAS INFANTILES Y JUVENILES, NOTICIAS, MAGAZINES, REALITIES Y MUCHO MÁS.

EN VIVO Y EN DIRECTO, LOS MEJORES CONTENIDOS PARA TODA LA FAMILIA



telefe 15 años juntos

TEL (54 11) 4102 - 5810 / FAX (54 11) 4587 - 4349

sales@telefeinternacional.com.ar / www.telefe.com.ar





PACÍFICO CABLE: 'ESTE AÑO CONVERTIREMOS TODAS LAS REDES EN DOBLE VÍA'

70.000 SUSCRIPTORES EN CABLE Y 15% DE CRECIMIENTO ANUAL



Ángel Cerda

Ángel Cerda, gerente general de Mundo Pacífico de Chile, destacó el 'favorable balance' de la empresa este año, en el que mantuvo constante el crecimiento al 15% en su base de suscriptores, totalizando 70.000 en TV paga.

Sobre el servicio de Internet, comentó que a partir del upgrade de la mayoría de las redes, el total de abonados superará en un 45% al del año anterior. En telefonía, señaló un crecimiento 'más lento': 'Nos llevará un poco más de tiempo su masificación porque la gente debe conocerlo mejor y perderle el miedo al cambio a IP'.

Actualmente Pacífico Cable brinda un servicio de televisión de 70 canales, Internet de cuatro velocidades (1,2, 4 y 6 Mbps); planes de telefonía de 100, 200 y 300 minutos en todo el país. Además cuenta con diferentes planes que combinan estos servicios con Wi-fi y paquetes de televisión Premium.

PROYECTOS E INVERSIONES

Sobre los principales proyectos, Ángel Cerda señaló: 'Este año cumpliremos uno de los más importantes objetivos planteados hace tres años: convertir todas nuestras redes en doble vía con aptitud para prestar servicios de voz y datos. Hoy ese plan tiene un avance superior al 90%, quedando relegadas sólo algunas de las sucursales más pequeñas que esperamos poder culminar durante el transcurso del 2014'.

'Este proyecto nos permitió crecer muy fuertemente en cantidad de nuevos servicios de Internet y telefonía, llegando a una media superior a los dos servicios por cliente y con alto porcentaje de clientes con tres servicios', completó.

También comentó que la empresa continuará su plan de inversiones edilicias en sus sucursales, 'mejorado sustancialmente la infraestructura para que nuestros clientes estén más cómodos y reciban un servicio cada vez más rápido y eficiente'. Y añadió: 'Seguimos incrementando los recursos destinados a nuestra plataforma de contact center, mejorando la tasa de atención tanto a nivel de consultas comerciales, como de soluciones a nivel técnico'.

'Cumpliendo con una de las más importantes solicitudes de nuestros abonados, continuamos generando cada vez más horas de contenido local, tanto a través de nuestro canal regional Mundo TV, como mediante cada uno de los canales locales que operan en todas nuestras plazas, constituyéndose esto en una gran fortaleza que pocos operadores de la industria están en condiciones de ofrecer'.

'Otra fuerte inversión ha sido continuar desplegando nuestra propia red de fibra óptica en la región, generando nuevos acuerdos con otros proveedores de transporte que han demostrado mucho interés en nuestra red. Este año habilitaremos una red propia de 150 km. de fibra en la provincia de Arauco, uniendo las comunas de Lota, Arauco, Curanilahue, Lebu, Cañete y Los Alamos. Esto nos permitirá ofrecer en las comunas de la provincia de Arauco servicios similares en contenido, estabilidad y calidad de los que se ofrecen en las regiones centrales del país y que antes no era posible debido a la falta de este tipo de infraestructura tan costosa', remarcó Cerda.

Sin dudas que esta valorable decisión, además de demostrar nuestro firme compromiso con las regiones en las que opera-

mos, nos permitirá dar un salto de calidad poniéndonos a la altura de los grandes operadores que cuentan con este tipo de infraestructura propia.

Dijo sobre la nueva planta digital de última generación, que 'ha sufrido algunas demoras por su complejidad'. Si bien iba a estar operativa para mitad de año, estará lista finalmente en diciembre y 'permitirá ofrecer nuevos servicios con mejor calidad de imagen y sonido'.

Para el próximo año, adelantó: 'Focalizaremos esfuerzos para digitalizar al 40% de nuestra cartera de clientes; incorporaremos planes de internet de mayores velocidades; presentaremos nuevos y más atractivos planes de telefonía a partir de la interconexión que hemos logrado implementar con todos los operadores de la industria; e implementaremos dos nuevos servicios que se agregarán a la oferta actual, sobre los cuales estamos trabajando en estos momentos'.

LA TV PAGA EN CHILE

El ejecutivo opinó sobre el mercado actual chileno: 'La TV Paga en Chile ha tenido un fuerte crecimiento en los últimos años, lle-

gando a una penetración superior al 40%. El empaquetamiento de servicios ha contribuido a generar planes con precios muy atractivos, lo que ha derivado en una fuerte competencia, y por ende, se observan precios que hace unos años no existían. Comienza a cobrar suma importancia las estrategias que apliquen las empresas de la industria, aunque parece ser, que la calidad de servicio hará la diferencia'.

Por último, Ángel Cerda confirmó su presencia en Jornadas Internacionales: 'Queremos conocer las novedades de tecnología y en programación. Estaré presente junto a un equipo de ingenieros'.



CANAL NUEVE

TELEARTE S.A. - LS83 - BS.AS. Argentina - Dorrego 1782 / +54 (11) 3220-9999 / C1414CHZ - Bs.As. Argentina
Ventas Afiliadas: mdominguez@canal9.com.ar / +54 (11) 4778-7556



MOVISTAR TV: CON CASI 500 MIL ABONADOS, SE POSICIONA SEGUNDO EN CHILE

Rodrigo Sajuria Garcés, gerente de productos y servicios de Movistar TV de Chile, afirmó a Prensario que en 2013 la empresa se encuentra 'próxima a superar los 500.000 clientes', lo que la posiciona en un 'sólido segundo lugar' en el mercado chileno, donde alcanza una participación del 19,4%, según Subtel. Esto lo atribuye a una estrategia: 'Hemos apostado fuertemente a innovar y posicionarnos como la mejor TV digital del país'.

'Durante este año nos consolidamos como el operador de referencia en HD, con la parrilla más amplia y completa de canales en alta definición. También lanzamos IPTV --que ya alcanza los 6.000 abonados--, dando interactividad a la TV lineal a través de aplicaciones que te permiten conectarte con redes sociales y con una biblioteca de VOD extensa y para todos los gustos', explicó Sajuria.

La oferta de Movistar TV incluye 145 señales; en IPTV cuenta con 36 señales HD, teniendo en cuenta las cinco que forman parte de los paquetes Premium HD; en DTH tiene 28 señales HD --con la reciente incorporación de Disney HD-- y más de 1000 títulos de contenido bajo demanda.

Sobre los servicios que ofrece el operador del

Grupo Telefónica, mencionó la TV satelital (DTH) y la recientemente lanzada IPTV, sobre la que aclaró: 'Se trata de una solución integral para el hogar que permite disfrutar con calidad HD en todos los televisores; se pueden grabar hasta cuatro programas a la vez y compartirlos con cualquiera de los decodificadores en el hogar. En ambos contamos con la mejor parrilla HD del mercado, con más de 35 canales y seguimos incorporando más regularmente'.

El gerente de productos adelantó: 'Estamos prontos a lanzar Movistar Play, un servicio de video club en línea con el que se pueden ver más de 1000 películas y series por una renta mensual desde múltiples dispositivos. Viene a complementar nuestra oferta transversal, al cual pueden acceder todas las personas que tengan Internet'.

Además, dijo: 'Estamos haciendo una inversión importante en contenido, capacidad de transporte y satélite. Y, para seguir empujando el crecimiento de IPTV, contamos con un plan de inversiones agresivo en fibra óptica a nivel nacional. Esto nos permitirá extender la oferta de IPTV a las principales ciudades de Chile dentro de poco'.



Rodrigo Sajuria Garcés, gerente de productos y servicios

Finalmente, Rodrigo Sajuria se refirió al mercado de TV paga en su país: 'Este año hemos visto una evolución tecnológica por parte de toda la industria y también una alta demanda por contenidos en alta definición, de parte de los clientes. Se trata del estándar que se está desplegando a nivel mundial, así lo entienden y demandan nuestros clientes y también nosotros en Movistar'.

'El ecosistema sigue evolucionando rápidamente hacia esta tendencia, que se ve potenciada por los contenidos On Demand, que en su origen son producidos en HD, o también por espectáculos masivos un mundial de fútbol o juegos olímpicos'.

Movistar estará visitando Jornadas con la representación de Rodolfo Mardonez, subgerente de contenido.

GTD: 25% DE CRECIMIENTO EN TODOS LOS SERVICIOS EN 2013

Fernando Gana, gerente general del Grupo Gtd de Chile, destacó a Prensario que el último año fue positivo, tanto para el proveedor de cable Gtd Manquehue como para Telefónica del Sur, que crecieron un 25% en su cartera de clientes, alcanzando 80.000 abonados y espera que al terminar 2013 con 90.000.

'Esta cifra es importante en consideración al mercado chileno, donde el crecimiento de la industria ha sido cercano al 8%. Es el resultado de un incremento importante de los servicios de valor agregado que ponemos a disposición de nuestros clientes', explicó Gana.

La empresa brinda los servicios de telefonía, banda ancha móvil y fija y televisión en modalidad IPTV. 'Estos servicios están sustentados por nuestra red de fibra óptica para la mayoría de nuestros clientes, que aporta disponibilidad de banda ancha para todas las aplicaciones que requieren del uso de Internet en la casa'.

'Actualmente nuestra cartera de clientes resi-

denciales es cercana a los 200.000 mil hogares, por lo que esperamos superar la barrera de los 100 mil abonados de TV durante el 2014', expresó Gana.

El año pasado, la empresa lanzó Gtd Móvil. Dijo Fernando Gana: 'Como operador móvil, requiere de grandes inversiones en equipos, por lo que apuntamos la inversión en la administración interna del negocio y en entregar los mejores equipos para nuestros clientes. Confiamos en acoger en al menos un 20% de nuestra actual cartera de clientes sin un plazo aun fijo'.

IPTV

'El negocio de IPTV se mantiene en crecimiento, pero se hace cada vez más complejo a nivel de hogares, debido al aumento explosivo de los requerimientos de banda ancha en las casas, especialmente por la alta definición y por el alto número de televisores inteligentes. Sin embargo tenemos registros que nos indican que este servicio funciona muy bien, gracias a nuestra red



Fernando Gana

de fibra óptica', explicó Fernando Gana.

Y añadió: 'Con la experiencia de los últimos ocho años trabajando con IPTV, ya estamos preparando en Santiago una estrategia de cambio, pues actualmente este es un servicio híbrido, y estamos en proceso de adaptar nuestras redes y homologar las experiencias de ver televisión en todos nuestros clientes'.

Sobre las expectativas y proyectos, el ejecutivo adelantó: 'El 2014 será un año de crecimiento en redes. Seguiremos cubriendo zonas de gran interés, invirtiendo en fibra óptica en zonas donde están con red de cobre para entregar mejores servicios de banda ancha y TV. Esperamos una transición natural hacia los servicios OTT. Pero lo importante es que siempre mantendremos nuestro foco en entregar un servicio de alta calidad a nuestros clientes y un buen sistema de monitoreo de redes'.



Un mundo de radiodifusión desde Japón

Jornadas ATVC: Stand 25

Asia a la vista

NHK WORLD TV

www.nhk.or.jp/nhkworld/

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



TIGO: 'DESDE LA ADQUISICIÓN DE LAS OPERACIONES DE CABLEVISIÓN, CRECIMOS 20%'

Daniel de Simone, director de programación de Tigo Paraguay, remarcó que el 2013 ha sido un 'gran año, tras haber consolidado un negocio nuevo en el país, logrando el crecimiento esperado y satisfaciendo las necesidades de los paraguayos de más internet, canales HD y más entretenimiento mayor cantidad de hogares'.

El ejecutivo explicó que, desde la adquisición de las operaciones de Cablevisión y Fibertel en Paraguay en noviembre del año pasado, el crecimiento ha sido 'más que satisfactorio, no solo en nuevos clientes sino también cambiando la tecnología a muchos de los ex clientes de Cablevisión para ofrecerles no sólo TV, sino también Internet de banda ancha. Hemos aumentado la base de nuestros clientes en más de un 20%'.

En términos de inversiones, de Simone comentó: 'Hemos construido una red de última generación para llevar más y mejores productos a los clientes de Gran Asunción, que cubre a más de 100.000 hogares y seguiremos construyendo para llevar Internet de banda ancha a la mayor

cantidad de hogares posible. Por supuesto que también continuaremos innovando en productos como más HD, VOD, mayor velocidad para internet, etc. Somos una compañía que quiere seguir invirtiendo en Paraguay'.

'Nuestra nueva red es 100% digital, por lo cual tenemos un 82% de nuestros clientes ya instalados con esa tecnología y en el corto plazo haremos la migración final para tener a todos nuestros clientes digitales', completó.

Sobre la programación, el ejecutivo comentó que la empresa trabaja en 'mejorar el producto', para ampliar la oferta, sobre todo en lo que se refiere a partidos del fútbol paraguayo en HD, o nuevos y más canales en HD. 'Próximamente incorporaremos nuevas señales a los paquetes básicos, creando un producto más atractivo para todos los clientes. Otra de las novedades importantes es un nuevo servicio de VOD que llevará todo el mejor contenido de series y películas para que nuestros clientes lo puedan ver cuando quieran y donde quieran'.



Daniel de Simone

Finalmente, el director de programación, opinó sobre el mercado actual en Paraguay, que Tigo 'vino a provocar una aceleración en términos de penetración (TV y BBI) y en productos, evolucionando rápidamente. Trabajamos para que muchos de los hogares de Paraguay nos elijan y nos sigan eligiendo por ser la mejor opción de servicio de entretenimiento en Paraguay'. Confirmó su presencia en Jornadas, donde hablará con 'todos los proveedores de contenido para encontrar las mejores opciones para los clientes'.



Carlos Filippi, subsecretario de comunicación de Paraguay, junto al embajador de Paraguay en Costa Rica, Oscar Llanes Torres

El gobierno de Paraguay está haciendo un gran esfuerzo por actualizarse en materia de telecomunicaciones y disminuir la brecha digital en un territorio donde la TV paga alcanza al 22% de la población, y la penetración de Internet está entre un 15 y 20%. Desde el Estado, se busca aprender de las experiencias en países de la región, y promover a toda Latinoamérica como una región pujante, incluyendo las telecomunicaciones. Con ese objetivo, Carlos Filippi, subsecretario de Comunicación (Sicom) de Paraguay, participó junto a César Palacios, de la Dirección General de Comunicación Estratégica, en Andina Link Centroamérica, realizada en Costa Rica del 10 al 12 de septiembre.

'Participamos en Andina Link desde hace

PARAGUAY: GOBIERNO Y COPACO LLEVARÁN FIBRA AL HOGAR

REPORTAJE A CARLOS FILIPPI, MINISTRO DE LA SICOM

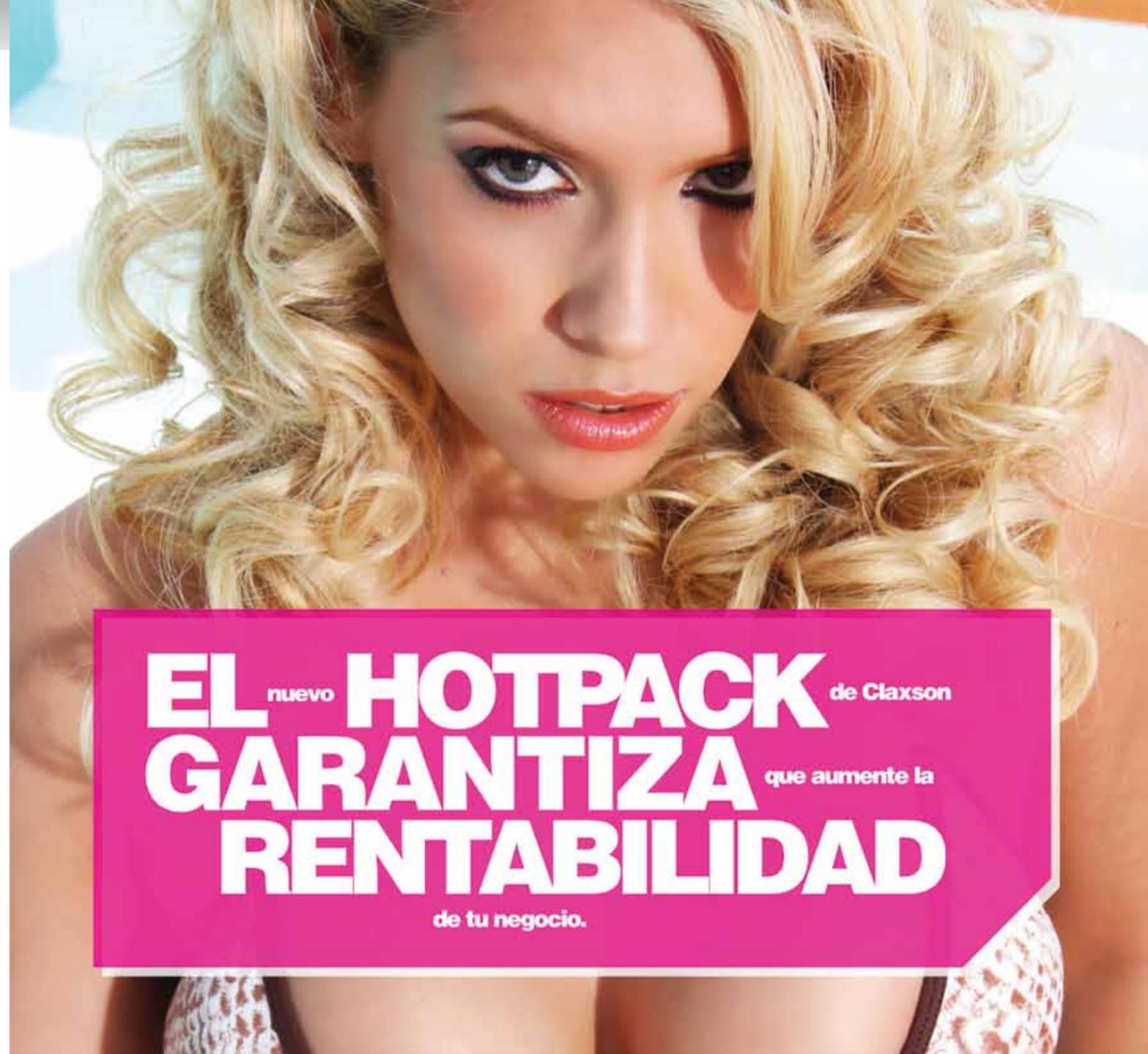
dos años con ponencias y presencia pública. Es importante impulsar estos eventos en la región porque muestran un escenario interesante y una visión real sobre la cambiante realidad en materia de comunicación y tecnología en la región. Por ejemplo, Colombia impulsa fuertemente el fin de la etapa analógica y es un país al que Paraguay mira mucho', expresó Filippi a PENSARIO.

'La fibra óptica es el camino que hay que impulsar para lograr un mejor y más amplio acceso a banda ancha, siempre con el objetivo de reducir la brecha digital y dar más opciones para el desarrollo. Junto a Copaco estamos cableando, si bien aún no estamos en última milla pero trabajamos para llevar fibra al hogar'.

El ministro explicó que el gobierno de su país se encuentra implementando la TV digital a

través del canal público, que ya transmite en esa modalidad. En cuanto al apagón analógico, está previsto para el 2016, iniciando en la cabecera de Asunción. 'Será un gran desafío porque en Asunción hay siete canales, de los cuales seis son privados y todos tienen entre 17 y 20 repetidoras en todo el país. En el medio de la migración aparecen nuevas tecnologías, como el FTTH. Todo apunta a que la señal por aire tienda a desaparecer', añadió.

Finalmente, el ministro aprovechó para anunciar la realización de la primera edición de Expo Tecno Sur 2013, que tendrá lugar del 25 al 27 de noviembre en Asunción. El evento tendrá diferentes segmentos dedicados a contenidos audiovisuales, capacitación en digitalización y convergencia, además de una muestra comercial y una reunión de cableoperadores de Paraguay.



Ahora con **HOTPACK** puedes ofrecer no sólo un canal adulto, sino hasta seis, y a un precio mucho más conveniente para tus suscriptores. Además, tendrás **acceso sin cargo a HOT GO**, la única plataforma online que permite disfrutar, desde cualquier dispositivo conectado, películas y series de las marcas más conocidas del mundo adulto. Comunícate con nuestro equipo de Ventas afiliadas y agrégale más rentabilidad a tu oferta.

HOTPACK
CON ACCESO **GRATIS**
HOTGO
www.hotgo.tv



CONTACTOS COMERCIALES:
CONO SUR & IBERIA: Omar Figliolia: ofigliolia@claxson.com y Federico Carbonell: fcarbonell@claxson.com
CONO NORTE: Esteban Borrás: eborras@claxson.com



Por GABRIEL CARBALLO, DIRECTOR COMERCIAL DE RED MULTICABLE

PARAGUAY: CON TIGO PRÓXIMO A LANZAR DTH, SE REACOMODA EL MERCADO DE PAGA



Gabriel Carballo

Año tras año, Paraguay sigue creciendo. Los índices económicos continúan siendo los mejores de la región lo que impulsa a los inversores, tanto locales como del exterior, a apostar por nuevos negocios, industrias, infraestructura, productos y servicios. No es casual que el World Trade Center haya decidido desembarcar por estos días en Paraguay.

A este impulso le podemos agregar el factor motivacional que provoca tener desde hace algo más de un mes a un nuevo presidente de la Nación, que dada su formación empresarial se espera de él que sepa aprovechar el viento de cola para potenciar el crecimiento mencionado.

Si nos adentramos en la industria de las telecomunicaciones sin duda todavía hay mucho para hacer. En los últimos años se ha acortado significativamente la brecha existente con los países vecinos, pero todavía nos falta mucho, por ejemplo, poder disfrutar de 30 megas de internet hogareños a un precio razonable ó poder ver una película por el sistema de Video On Demand.

Respecto de la televisión paga, podemos decir que la digitalización sigue siendo una asignatura pendiente. Sólo tres operadores en el país están en condiciones de ofrecer programación Premium, de adultos ó HD. El resto son 100% analógicos y sin sistemas de codificación.

Tigo sigue liderando el mercado con cerca de 150.000 suscriptores, y va por más; acaba de solicitar una licencia de DTH que espera recibir antes de fin de año. Esto genera una gran preocupación en los pequeños cableoperadores del interior --hay más de 70--, quienes hasta ahora creen haber podido defender sus operaciones del DTH de **Claro TV** en base al contenido diferencial del "fútbol local". La preocupación viene porque el dueño de estos derechos hasta el 2020 es justamente Tigo y se teme que a partir de ahora suban el precio a valores impagables ó sencillamente opten como hizo **Cablevisión** durante muchos años por no vender ese contenido a sus competidores dentro del área de influencia de su servicio, es decir, todo el país. Si bien es cierto que no podrán diferenciarse del DTH de Tigo con el fútbol, estoy convencido que mientras esos Cables sean analógicos, siempre habrá mercado para ellos.

En el interior de Paraguay, el precio es un factor determinante a la hora de comprar un producto ó servicio y mientras con una instalación analógica se puedan conectar varios televisores y hasta varios hogares, el cableoperador analógico está a salvo. Además, tienen otras herramientas diferenciales para competir como son los canales locales y la velocidad de respuesta ante un reclamo.

Si a "Don Ramón" se le corta el servicio de Tigo después de las 18 horas y justo quería ver su partido de fútbol preferido, seguramente deberá ver el partido en el bar o en la casa de un amigo. En cambio, si lo llama a "Don Eusebio", dueño del cable local, seguramente lo verá en su casa. No veo operaciones cerrando por este motivo. Lo que sí va a suceder es que Tigo tratará de adquirir operaciones o eventualmente cablear y competir en las principales ciudades, digamos cinco en total.

Claro TV está por alcanzar los 100.000 usuarios con su DTH y seguramente pisará el acelerador a fondo para realizar la ma-



yor cantidad de abonados posibles antes del nuevo lanzamiento de Tigo. Este operador hoy no cuenta con el fútbol local y no imagino que vaya a contar con él a futuro. También se cree que en respuesta a la salida del DTH de Tigo, Claro le responda con el cableado de Asunción haciendo uso de la licencia que ya posee.

El otro operador con condiciones de jugar en las grandes ligas es **Copaco**, la empresa pública operadora de telefonía básica, móvil, internet y TV por IPTV. Lamentablemente aún no ha podido desplegar su potencial operativo para aprovechar la plataforma que posee. Se espera que con la llegada del nuevo directorio, se levanten las barreras que le han demorado su desarrollo.

Por último, la operación del DTH chileno **TuVes HD** prácticamente no ha desarrollado el negocio. Tal vez por esa falta de éxito, uno de sus distribuidores se la pasa ofreciendo a los cableoperadores pequeños que tomen las señales clandestinamente a través de su sistema con el único propósito de generar resultados en su gestión de venta. Una vergüenza. Por suerte se supo que el **Grupo Intercable** de Venezuela adquirió la mayoría accionaria de este sistema y se espera que con la llegada de la sangre nueva se pueda revitalizar la operación en nuestro país.

Para cerrar la descripción del escenario actual de la TV en Paraguay podemos decir que la TV Digital Terrestre, tanto la pública como la privada no ha avanzado en el último año. Sin embargo el nuevo gobierno, en los pocos días que lleva en el poder, ha dado síntomas de querer cambiarle la cara a su TV pública y llevar adelante un desarrollo más acorde con la función que debe cumplir como medio de comunicación. Que así sea.

Contacto:
gabriel.carballo@redmulticable.com.py



Sigue nuestra ruta para llegar directamente a tus abonados



chellolatinamerica.com

Marcello Coltro - VP Ejecutivo y COO - mcoltro@chellolatinamerica.com (+305) 648-5228
Mauro Paez-Pumar - CCO - mpaezpumar@chellolatinamerica.com (+305) 648-5242



MONTECABLE CONSOLIDA PLATAFORMA *CLICK&PLAY WEB*

LANZARÁ *CLICK&PLAY TV* Y CRECE EN REDES SOCIALES



Miguel Benavente

Miguel Benavente, director y asesor del directorio de Montecable de Uruguay, dialogó con PENSARIO sobre la empresa que brinda TV por cable en Montevideo. El servicio cuenta con 74 señales y 52 canales de audio en su paquete básico digital; ofrece paquetes Premium que totalizan 59 señales (*HBO Max, Moviesty digital, Hot Pack Go* y otros temáticos, como *Mundo & Conocimiento, Sala VIP*, fútbol uruguayo, fútbol brasileño y *HD Gold*). También tiene películas en PPV a través de 16 canales y uno de promociones. En su plataforma online, ha desarrollado *Click&Play Web* y próximamente tendrá *Click&Play TV*.

Dijo Benavente: 'El último año se ha consolidado *Click&Play Web*, al que nuestros clientes



pueden acceder desde el sitio web de Montecable.com/play, mediante una sencilla navegabilidad y a través de diferentes dispositivos a los contenidos online de *Moviesty Play, ESPN Play, ESPN 3, TN, Hot Go, Cartoon Networks, I-Sat, TNT, Glitz, Infinito, Fox Play y Canal 21*.

Este último es el canal de Montecable que emite bajo esta modalidad, contenidos de producción propia.

'La comunicación de esta plataforma la estamos realizando fuertemente a través de Internet, pues es allí donde está nuestro público objetivo: campañas en nuestro sitio web, Google AdWords, Facebook e email marketing. Como medios de apoyo a la difusión se siguen usando los medios tradicionales, desarrollando piezas para prensa, radio y TV', añadió.

También comentó: 'Desde hace un año tenemos integrado un STB que consolida la TV por cable con contenidos vía IP (proprios y de terceros) y los del propio cliente, administrados desde un único middleware y en una sola pantalla. Es la culminación de un proyecto en el cual un equipo multidisciplinario de Montecable junto a proveedores de tecnología y de contenidos han desarrollado en los dos

últimos años. Desde el punto de vista comercial, *Click&Play TV* será lanzado próximamente'.

El año pasado, la empresa creó su página en Facebook, abriendo su participación en redes sociales. 'El objetivo fue darle a nuestros clientes un canal más de comunicación, brindándoles diariamente información de la programación, promociones y entretenimiento. El deseo es acercarnos y conocer a nuestros clientes, jugando y creando un diálogo con ellos de forma de que se sientan parte de la marca'.

'Nuestras expectativas de crecimiento están dadas por la comercialización de todos estos productos de valor agregado, que nos posibilitarán estar inmersos en la evolución de la tecnología e innovar permanentemente, como ocurrió con la digitalización en 2005', añadió Benavente.

Finalmente, remarcó sobre el mercado local: 'El mercado de TV paga de Montevideo es muy competitivo. Se han otorgado seis licencias para operar: tres de cable, una de UHF, una de MMDS y una satelital, que también tiene alcance nacional. En cuanto a abonados, Montevideo es un mercado "mesetado", en el cual también hay que competir con configuraciones FTA que no cuentan con licencia y que ofrecen contenidos tan competitivos (o más) que los demás actores'.

URUGUAY: CUTA, PREOCUPADA CON LA NUEVA LEY



Horacio Rodríguez, presidente de CUTA en la última expo Tepal

Horacio Rodríguez, presidente de CUTA, la Cámara Uruguaya de Televisión para Abonados, manifestó a PENSARIO en Tepal la preocupación de la entidad con el texto de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que se tramita en el Parlamento de ese país.



'La Cámara ha contratado un grupo profesional para estudiar el alcance de este proyecto de ley, actualmente en la Comisión de Industria de la Cámara de Diputados. Como línea general, entendemos que esta ley, de ser promulgada con este texto, resultará atentatoria de la libertad de expresión, entre otras cosas porque establece un horario de protección al menor de 10 de la mañana a diez de la noche, a la vez que prohíbe escenas de violencia, agresiones de cualquier tipo, anuncios publicitarios con menores de edad y la incentivación al consumo de artículos para niños'.

El problema se plantea porque a los cableoperadores se los hace responsables del contenido editorial de las señales que distribuyen, siendo que, explicó Rodríguez, 'estamos comprometidos a retransmitirlas exactamente en la manera en que llegan a nosotros. No somos radiodifusores; nuestra única libertad de acción es contratar o no una señal, luego tenemos que retransmitirla completa, tal como está'.

'Hemos planteado esta cuestión a los legisladores, fuimos bien recibidos, pero el proyecto sigue en tratamiento tal como estaba. Estamos planteando presentaciones conjuntas con otras gremiales ya que, al no tratar nada que se relacione con Internet, quedando ésta fuera del proyecto, el tratamiento resulta discriminatorio para los medios tradicionales'.

HUSTLER TV & TEN THE EROTIC NETWORKS

LAS MARCAS En Que Se Puede CONFIAR

HUSTLER TV XTSY JUICY REAL QUICKIES manhandle

El Proveedor de Contenido Adulto Más Grande de América Latina

La Mejor Selección de Géneros de Alto Desempeño

Contenido de Primera Calidad para Todos Los Gustos

Una Colección Completa de Herramientas Para Ventas y Mercadotecnia

ESTÍMULA TU GANANCIA

SUSCRIPCIÓN

PPV | VOD | SVOD | HD | MULTI-PLATAFORMA [TV, PC, MOBILE]

VISTA

TENLATAM.COM

CONTACTO: ALEX BEHRENS | TEL: +1(303) 441-0954 E-MAIL: ABEHRENS@NOOF.COM

© 2013 NEW FRONTIER MEDIA. ALL RIGHTS RESERVED. MODEL USED FOR ILLUSTRATIVE PURPOSES ONLY.



NUEVO SIGLO: FOCO EN AMPLIAR LA OFERTA

DE PRODUCTOS DE VALOR AGREGADO

LANZARÁ OTT EN 2014

Eduardo Mandía, gerente general de **Nuevo Siglo**, afirmó a **PRENSARIO**: 'Éste ha sido para nosotros un buen año en cuanto a resultados de negocio y nuevos proyectos. Somos parte de una industria pujante y extremadamente competitiva (seis operadores en un mismo territorio). Si bien a nivel de nuevos abonados básicos, prácticamente no hemos crecido, si lo estamos haciendo en buena medida en nuestra cartera con productos de valor agregado, fundamentalmente en lo que tiene que ver con los servicios HD'.

El ejecutivo señaló que las expectativas para el próximo año van en torno a la profundización de la 'venta de productos de valor agregado', más que en el crecimiento de la base de suscriptores.

Dijo sobre las inversiones de Nuevo Siglo: 'En términos de digitalización, tenemos el 100% de nuestros clientes con al menos dos decodificadores digitales instalados. Hace más de dos años que a nuestros clientes sólo les instalamos bocas digitales y no realizamos nuevas instalaciones analógicas. Continuaremos el proceso de digitalización en un lapso no mayor a un año y medio'.

'En nuevos proyectos, estamos abocados al lanzamiento comercial de nuestra nueva plataforma híbrida de OTT para finales del 2013 o comienzos del 2014. Además seguimos desarrollando nuestra plataforma de contenidos web **NS NOW**, que desde el lanzamiento hace más de un año, no para de crecer en uso por parte de nuestros suscriptores y en contenidos con la suma de nuevas plataformas'.

Para el 2014, adelantó: 'Seguiremos trabajan-

do fuertemente en desarrollar nuestros servicios de valor agregado, fundamentalmente todo lo que tiene que ver con contenidos en HD. Por otro lado, el foco estará puesto en el lanzamiento y consolidación de nuestra plataforma híbrida **NS BOX** y nuestra plataforma de contenidos web **NS NOW**. En otro orden de cosas, seguiremos apostando con nuestro canal **NSTV** a la producción uruguaya de alta calidad, fortaleciendo más nuestros contenidos periodísticos de neto corte uruguayo en una señal que ya es referente en Uruguay'.

EL MERCADO URUGUAYO DE TV PAGA

Sobre el mercado uruguayo de TV paga, Eduardo Mandía destacó el 'buen nivel de penetración del servicio básico en productos de video', que en Montevideo supera el 50% de los hogares, con un desarrollo de productos digitales de más de dos STBs por cliente y con una penetración HD de más del 20%. 'Esto en un marco de altísima competencia, ya que en la ciudad de Montevideo hay un total de seis operadores, dentro de los cuales dos son internacionales -**DirecTV** y **Cablevisión (Grupo Clarín)**'.

Sin embargo, aclaró: 'En lo que tiene que ver con el servicio de datos e Internet, desarrollo absolutamente normal de la industria en cualquier parte del mundo, venimos muy mal. Desde el año 2007 seguimos esperando la licencia para poder prestar el servicio de datos, que el marco regulatorio permite y para lo



Eduardo Mandía, gerente general de Nuevo Siglo

cual hemos cumplido todos los requisitos que la regulación vigente requiere. Pero la **Dinatel** (Dirección Nacional de Telecomunicaciones) no nos habilita, de hecho, transcurridos casi seis años, aún seguimos aguardando una respuesta. Mientras tanto, se permite que las grandes empresas multinacionales, como también la Telefónica Estatal **Antel** continúen integrando nuevos servicios'.

'Para nosotros se trata de una situación insólita, donde sin justificación legal, se aplica en forma desigual la regulación y las normas en la materia, por tanto en forma ilegítima se lesionan los derechos de los operadores de cable y al mismo tiempo se favorece el desarrollo de los grandes operadores internacionales'.

Por último, el ejecutivo confirmó su presencia en Jornadas Internacionales 'con una delegación numerosa encabezada por nuestro gerente general, **Andrés Ham**; estaremos asistiendo a las conferencias para ver las tendencias de nuestra industria y viendo las novedades en términos de programación. Aprovecharemos además para encontrarnos con nuestros distintos proveedores'.

MONTECABLE Y NUEVO SIGLO LANZAN OTT CON CONAX

Conax fue elegido por **Montecable** y **Nuevo Siglo** para proveer soluciones de seguridad a sus nuevas plataformas híbridas DVB-C/IP OTT para ofrecer servicios de valor agregado como VOD. El proyecto es liderado por el integrador de sistemas **Bold MSS**, que además de **Conax** como socio de seguridad, tiene a **Cubiware** como proveedor de middleware.

Montecable y **Nuevo Siglo** están implementando las soluciones de seguridad **Conax Contego Unite?** y **Conax Secure Clients**, para permitir la adición de servicios avanzados Over-the-Top multipantalla,

video multi-network y de consumo de contenido.

La nueva plataforma de seguridad **Conax**, lanzada para la solución DVB-C/P híbrida correrá junto con otra plataforma de seguridad existente en modalidad **Simulcrypt**, permitirá a los operadores ofrecer una experiencia al consumidor única, agregando también nuevas prestaciones y soluciones, como un paquete de servicios OTT seguro, VOD, Live TV y oferta multipantalla para consumidores sofisticados, que buscan aprovechar las ventajas del consumo de contenido flexible.



Enzio Sánchez, director de venta y GM South America de Conax, y Bruno Bellantuono, sales manager LatAm

VIVIDTV

Le trae Hollywood al Entretenimiento para Adultos.



- **Mejore sus Ingresos**
 - **Los contenidos mas premiados y exclusivos**
 - **Categorías Top - Mas contenido Local**
 - **VOD, SVOD Linear y aplicaciones TVE**
 - **Solución "Llave en Mano"**
- El mas robusto soporte a su plataforma**

Para mayor información sobre **VIVID TV el Canal Linear 24/7** y **VIVID TV On Demand** Contacte a **David Guerra** al **+1(786)942-6750** o **david@vivid.com**

DISCLAIMER: The above are parody movies. They are not sponsored, endorsed by or affiliated with any of their respective trademark owners, or any other person or entity affiliated with any of those owners.



TCC: 'SOLUCIONES INTEGRALES MÁS ALLÁ DE LA DIGITALIZACIÓN'

NUEVO SERVICIO MULTIPLATAFORMA CON DECOS DVB-C + OTT



Javier Ruete

Javier Ruete, gerente general de TCC de Uruguay, destacó a PENSARIO que la empresa apuesta al desarrollo de 'soluciones integrales más allá de la digitalización', y comentó: 'Hemos adquirido un amplio *know how* en servicios de gestión de calidad, capacitación e investigación de mercados. Contamos con el mayor contact center de TV paga del Uruguay y desde 2012 ofrecemos un servicio de garantía técnica exclusivo en el rubro que brinda respaldo a nuestros clientes ante eventuales inconvenientes técnicos.'

La empresa lanzó recientemente una solución multiplataforma a través de los nuevos decodificadores DVB-C + OTT. Estos decos ofrecen servicios complementarios a demanda y se

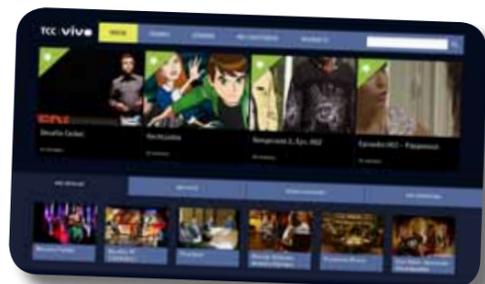
suman al servicio tradicional. 'Desde el nuevo deco es posible acceder a *TCC Vivo*, nuestra propuesta VOD, que ya tenía sus versiones en tablets, smartphones y PC. En *TCC Vivo* contamos con bibliotecas de contenidos online: películas, conferencias, conciertos, series, dibujos animados, deportes, adultos, a los que se siguen incorporando nuevos programas. En el corto plazo, lanzaremos aplicaciones interactivas para que el televidente pueda gestionar contenidos de forma ágil y sencilla', explicó.

Señaló que la plataforma fue desarrollada junto a diversos proveedores. 'La solución nos consolida como referentes en la región y continúa potenciando nuestro rol de integrador de proveedores estratégicos claves con los que generamos y optimizamos productos'.

El deco, con la solución integrada, será exhibido durante este mes en dos stands del IBC de Amsterdam. 'Hoy en día brindamos servicios a casi 80 operadores de Uruguay, Argentina, Chile, Brasil y en corto plazo proyectamos llegar a Bolivia, Ecuador, Colombia, Venezuela y ampliar aún más nuestro mercado en Brasil. También tenemos un equipo de betatesters integrado por desarrolladores de software, bloggers y periodistas especializados en tecnología que nos ayudan a testear y optimizar productos'.

La empresa ha logrado elaborar productos como el *Home Premium*, un sistema mediante el cual los clientes disfrutaban los packs de señales Premium contratados, en todos los televisores del hogar. 'Este sistema fue creado para atender una de las principales demandas insatisfechas de los clientes de TV paga a nivel mundial, que es la imposibilidad de ver todas las señales que se contratan en más de un televisor del hogar sin incurrir en problemas de piratería', indicó Javier Ruete.

Y concluyó: 'Con todos estos avances, nuestras perspectivas tienen que ver con seguir contribuyendo al desarrollo de operadores de CATV, IPTV u OTT, quienes pueden reducir la curva de aprendizaje en diseño y desarrollo de sus productos a partir de nuestra experiencia. Todos nuestros servicios y soluciones quedan disponibles para los operadores de toda la región mediante StDC.tv'.



NUEVA PLATAFORMA DE TV INTERACTIVA Y TV EN VIVO EN AMÉRICA LATINA

TCC lanzará en América Latina una plataforma de servicios de TV interactiva y de TV en vivo en tiempo real (streaming) en dispositivos móviles, gracias a una asociación con el desarrollador sueco Zenterio.

La plataforma está emplazada a través del sistema operativo independiente para TV interactiva creado por Zenterio, cuyo software puede utilizarse con cualquier hardware, tanto existente como nuevo, y que permite proporcionar nuevos servicios y aplicaciones interactivas de manera rápida y rentable.

Javier Ruete comentó: 'Hemos creado una plataforma única junto con nuestros

proveedores, con las últimas tendencias, que trae al mercado una nueva dimensión de entretenimiento por TV. Por ejemplo, nuestro software *Set Top Box* se ejecuta en el sistema operativo independiente de Zenterio'.

El inicio de las operaciones de esta plataforma, le brinda a TCC 'un rápido despliegue de servicios nuevos y mayor rentabilidad; además, asegura nuestra posición líder en el mercado. La solución de Zenterio forma parte del ecosistema de STDC integrado y aun así abierto, que es completamente interoperable y adaptable para cada Telco u operador de IPTV, OTT y CATV', remarcó el ejecutivo.

En esta primera etapa, Ruete estimó que 'cerca de 150.000 usuarios nuevos se beneficiarán de los nuevos servicios que se originen en esta sociedad en la región de América del Sur'.

En tanto, para Zenterio el acuerdo significa 'un gran paso hacia el importante mercado sudamericano, conformado por 400 millones de personas en 12 países. América del Sur es el mercado de TV de más rápido crecimiento en el mundo y hay grandes demandas de servicios nuevos e interesantes por parte de los telespectadores', según dijo Jan Macku, director de Desarrollo Comercial de la compañía de origen sueco.



Vida y cultura en Europa

Su viaje diario a las nuevas facetas del viejo continente. Disfrute la arquitectura y el ambiente, el glamour y la gastronomía de los diferentes países. Con imágenes espectaculares y fascinantes historias.

VISÍTENOS EN JORNADAS 2013 EN EL STAND 41



SCTE ABRIÓ UN NUEVO CAPÍTULO PARA LATINOAMÉRICA

IMPULSADO POR UN GRUPO DE INGENIEROS DE LA REGIÓN

Gracias a la gestión de un grupo de ingenieros de Latinoamérica, la SCTE (Society of Cable Telecommunications Engineers) abrió un nuevo capítulo para la región, CALA, que tiene hasta el momento 41 miembros y proyecta cerrar el año con 100 nuevos miembros, y tener al menos 200 hasta fin del 2014.



Rolando Barja Elias, jefe de mantenimiento de redes coaxiales de Cotas Bolivia y uno de los principales impulsores del proyecto, contó a Prensario cómo fue la negociación y qué esperar a partir de ahora. 'Las gestiones han sido promovidas desde el año 2010, siendo consensuadas y aprobados todos los requisitos necesarios por parte de la SCTE, logrado llegar hasta este nivel de aprobación oficial en el mes de julio 2013'.

'El nuevo capítulo CALA creado en la SCTE es una invitación a los ingenieros de telecomunicaciones para ser parte del desarrollo tecnológico de los sistemas de transmisión y lograr una "Integración hacia adelante", aprovechando la experiencia de la SCTE sobre telecomunicaciones por cable y su participación en más de 65 países con 14.000 miembros a nivel mundial', añadió Barja Elias.

Así, se logra desarrollar un 'benchmarking' en cada área, fortaleciendo los vínculos latinoamericanos con el nuevo equipo de trabajo, que servirá como 'base de las próximas generaciones de ingenieros en telecomunicaciones'.

Completó: 'La difusión del avance tecnológico mediante seminarios, cursos y capacitaciones para nuestros afiliados es el objetivo principal de nuestro grupo. De hecho, ya se pueden consultar en línea manuales (Primers) traducidos a nuestro idioma en la página oficial de la SCTE (www.scte.org)'.

Añadió: "Tomar además oportunidades de aprendizaje incluyendo workshops técnicos de

tecnología de punta, con cientos de miembros activos enfocados en tecnología y de la mano con fabricantes y distribuidores de equipamientos de redes. Pertenecer a este nuevo grupo es un ambiente invaluable de aprendizaje que puedes satisfacer la sed de tecnología, productos e innovación, siendo una oportunidad única de lograr en este momento el salto hacia una etapa de vínculo directo para las comunicaciones y como incorporar nuevas soluciones de negocios en



Rolando Barja Elias, de Cotas Bolivia

las empresas'.

Entre los objetivos, Rolando Barja mencionó la 'incorporación dentro del capítulo de las organizaciones de telecomunicaciones regionales tales como ATVC y Tepal, debiendo lograr una uniformidad de criterios y un avance de conocimientos estandarizados entre todos los ingenieros para mejorar nuestros niveles de competitividad y además de tener todos los últimos detalles de investigación y desarrollo tecnológico en nuestro idioma'.

COTAS, BOLIVIA

Cotas opera en Bolivia los servicios de telefonía fija, fija inalámbrica, pública y de larga distancia nacional e internacional, transmisión y almacenamiento de datos, soluciones satelitales, Internet y televisión por cable en sus sistemas analógico y digital.

En el último año, las inversiones han estado enfocadas en la 'expansión del servicio de TFI y la ampliación del área de su cobertura, modernización y adecuación tecnológica de las centrales, mediante la implementación de redes de nueva generación, provisión remota del servicio de telefonía fija (líneanet), ejecución de



proyecto internacional de fibra óptica para habilitar nuevos enlaces de acceso internacional con proveedores de Internet', describió el Ing. Rolando Barjas.



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



EN ESPAÑOL

actualidad.rt.com

Señal abierta para operadores de cable

SEPA MÁS

Ahora en HD



Contacto:

Maya Kórshunova

Gerente de Distribución del Canal

Tel.+7 495 645-17-18

E-mail: mbkorshunova@rttv.ru

Stand #36

Jornadas Internacionales 2013



Solicitada de Demóstenes Terrones, Titular Gerente de CATV SYSTEMS EIRL (Best Cable)

Best Cable Perú: fuerte impacto de la piratería y la competencia desleal

Demóstenes Terrones, Titular Gerente de CATV SYSTEMS EIRL (Best Cable), denuncia que la empresa que dirige atraviesa por los momentos más difíciles que le ha tocado vivir a consecuencia de la competencia desleal que ejercen sobre él empresas informales con las cuales se cruzan sus redes HFC. De más está mencionar los nombres ya que se trata de los mismos de siempre, los que con la ayuda de los mismos programadores de señal que les cobran montos irrisorios por tener su programación en desmedro de las grandes cantidades que cobran a mi representada, ya que a punta de auditorías pretenden cobrarnos cifras inalcanzables para nosotros.

Por este medio denuncio a empresas como Cable Mundo que opera en SJL, Pachacamac (Manchay), Lurin, Cieneguilla, El Agustino, Jicamarca y La Molina, ya que esta empresa en estas zonas cobra S/.30.00 Nuevos Soles malogrando el mercado de forma total, ya que como ustedes mismos saben (programadores), con esta tarifa no se puede cubrir el costo de programación. Por los tanto Sres. Programadores, ustedes son los mismos que prácticamente están queriendo quebrar a mi empresa por ayudar a estos sinvergüenzas que lo único que hacen es malograr el mercado de la TV por cable en Perú, ya que esta empresa ni siquiera paga los puntos de apoyo (postes) que utiliza de Telefónica del Peru y Luz del Sur.

Les hago una pregunta a los programadores, contéstenme si este operador les ha comunicado en todos los distritos que se encuentra y que Best Cable denuncia.

De igual modo en el cono norte GC Multicable retransmite la programación de FOX CHANNEL (14 canales), ESPN Network (6 canales), Televisa, Discovery y todos los demás sin pagar por estas señales cobrando la suma de S/. 25.00 Nuevos Soles y, además, se cuelga de la señal de Movistar para retransmitir los partidos de fútbol perjudicándonos a nosotros tremendamente, ya que esas prácticas como empresa formal no las podemos hacer; esta empresa se encuentra operando en Ventanilla y Ancon.

De otro lado hay otras empresas que compiten con nosotros y venden su señal a terceros para que este tercero nos haga competencia desleal pues con esta misma señal del operador principal cobra S/. 30.00 Nuevos Soles tal es el caso de Cable Lima, del Sr. Luis Paredes y Henry Peña, caso que venimos denunciando hace mucho tiempo y no hacen nada por remediar, empresa que retransmite la señal de Cable Video Perú. La misma practica ejercen en SJL y Jicamarca TV Cable 3D Jicamarca la cual retransmite la señal de Cable Mundo.

Denuncio estos casos con la única finalidad de poner en conocimiento de la opinión pública del rubro para que regulen este mal proceder de estas empresas ya que si no es así, Best Cable tendría de competidores desleales a los mismos que le venden la programación.



Demóstenes Terrones, Titular Gerente de CATV SYSTEMS EIRL (Best Cable)



EL NUEVO CANAL DE RAI DEDICADO A LO MEJOR DEL CINE Y SERIES EUROPEAS, SUBTITULADOS





TVCABLE, ECUADOR: LISTO PARA EL DTH, PIENSA EN VOD Y OTT

400.000 SUSCRIPTORES EN TODOS LOS SERVICIOS

Jorge Schwartz, presidente de TVCable de Ecuador, comentó a Prensario que la empresa brinda televisión, Internet y telefonía fija a 400.000 suscriptores, donde el principal crecimiento se dio en el servicio de banda ancha.

‘Tenemos una oferta muy atractiva en calidad HD, y en cantidad (más de 50 canales), y estamos analizando la implementación de servicios de valor agregado, como VOD dentro de la red y a través de OTT, para lanzar el próximo año’, dijo el ejecutivo.

Sobre la digitalización, adelantó que para fin de año tendrá cubierto 100% de su base de abonados, que actualmente está en el 85%, y para el primer trimestre del 2014 toda la red será bidireccional ‘para poder brindar Triple Play a todos los suscriptores, que hoy llega al 75%’, añadió Schwartz.

TVCable ha conseguido su licencia para operar TV paga en modalidad DTH --que gestionará a través de TuVes HD-- y comenzará a brindar el servicio de TV satelital ‘como complemento de cobertura a las zonas no cableadas, el proyecto está adelantado y esperamos iniciar para fines de este año’, mencionó.

Y completó: ‘Otro proyecto importante es la participación en un cable submarino para ampliar y mejorar la conectividad, ya que la demanda de banda ancha para todos los servicios aumenta exponencialmente, y hay que estar preparado para satisfacerla, y así poder competir en el mercado’.

Sobre el mercado de TV paga en la región,



Jorge Schwartz, presidente de TVCable de Ecuador



opinó que es ‘muy dinámico, con actualizaciones e innovaciones constantes y todavía con mucho potencial en donde las distancias se van acortando comparativamente con otros mercados o continentes’.

Jorge Schwartz estará presente en Jornadas ‘como siempre con el ánimo de reafirmar relaciones, informarme de las novedades que se den en el marco de la expo convención e intercambiar experiencias para beneficio mutuo’.



ENTIENDE LO QUE ANTES NO ENTENDÍAS.
LA MEJOR PROGRAMACIÓN EN FRANCÉS,
SUBTITULADA EN ESPAÑOL.

Este mes disfruta de “La vérité si je mens”.



Ofrezca a sus suscriptores la actualidad mundial vista de París

rfi.fr espanol.rfi.fr

NOTICIAS INTERNACIONALES

en idiomas español, francés, hausa, inglés, khmer, mandarín, persa, portugués, portugués del Brasil, ruso, rumano, swahili y vietnamita



Programas de radio accesibles por Internet (streaming) o por los satélites Hispasat 1E y NSS 806 (en todo el continente americano) y Galaxy 19 (en América del Norte)



Contacto: pompeyo.pino@rfi.fr / +331.84.22.73.77

www.tv5monde.com/latina

EL CANAL EN FRANCÉS PARA TI.
TV5MONDE

TURNER INTERNACIONAL FESTEJA SUS 20 AÑOS EN ARGENTINA

Turner Internacional cumple 20 años de presencia en Argentina, en los que se convirtió en un centro de creación, producción y operación de contenidos de animación, entretenimiento y noticias para la región, con más de 850 profesionales trabajando.

Turner Broadcasting System se instaló en Buenos Aires en 1993 con una pequeña sede comercial, con el objetivo de acercar los canales de la empresa a los mercados de Latinoamérica. Hoy, conforma la oficina internacional con mayor presencia de la empresa en el mundo por fuera de Estados Unidos. Sus 53 señales llegan a 45 países y a más de 48 millones de hogares.

Whit Richardson, gerente general de Turner Internacional Argentina, expresó: 'Estoy orgulloso de lo que hemos logrado en Turner Internacional Argentina a lo largo de estos 20 años. Nuestro éxito está basado en el equipo que formamos, la colaboración entre todos los que hacemos la organización y

el profesionalismo y compromiso que ponemos en nuestro trabajo. Nuestra gente, sumada a la creatividad de nuestros productos, la tecnología de vanguardia utilizada en nuestros procesos y nuestro fuerte compromiso hacia la comunidad, son, sin duda, lo que nos hace únicos.'

NOMBRAMIENTOS GLOBALES Y REGIONALES

Desde agosto, David Levy asumió la presidencia de Turner Broadcasting System, reportando directamente a Phil Kent, chairman y CEO de la empresa. Así, supervisa las actividades creativas y negocios de TBS veryfunny, TNT, Turner Classic Movies, truTV, CartoonNetwork, Boomeran y Adult Swim, así como sus extensiones de marcas digitales.

Con su ascenso, el nuevo presidente de la compañía sumó Steve Koonin, presidente de Turner Entertainment Networks, y a Stuart Snyder, presidente y COO de Turner Animation,



Whit Richardson, gerente general de Turner Internacional

Young Adults y Kids Media, a su equipo en la unidad de negocio.

En la región, Felipe de Stefani, SVP y gerente general de Turner, sumó a Glitz* a los canales de Tendencia de Latinoamérica bajo su dirección, que incluyen Infinito, MuchMusic, HTV, truTV, TBSveryfunny.

Por otra parte, Gretchen Colón asumió el cargo de EVP de ventas publicitarias de Turner Latin America, área en la que desde 2003, siendo SVP, logró multiplicar el volumen de ventas por 12. Colón supervisa TurnerMedia+, el grupo pan regional responsable de las ventas publicitarias y el marketing de las redes de Turner en América Latina.

En Brasil, Renata Fontana fue designada responsable de la estrategia de marketing y el asesoramiento en comunicación de todos los canales de la empresa y sus websites.



ANY SCREEN HEVC ANY DEVICE
 Software the next
 Video Quality
 Converged
 Headend
 Software
 ANY DEVICE Any Screen SOFTWARE
 MPEG-2 CONVERGED ABR Quality Personalized TV
 HEADEND ANY SCREEN HD Statmux
 4K Anywhere
 Video Quality HDTV
 4K AVC
 ANY TIME MPEG-2

SOFTWARE-BASED PROCESAMIENTO DE VIDEO PARA TODAS LAS PANTALLAS

Con una compresión de vídeo de gran alcance, procesamiento y soluciones de entrega de Envivio le permite utilizar una arquitectura convergente y escalable para ofrecer los servicios más avanzados y de más alta calidad de vídeo—en cualquier momento, en cualquier lugar y en cualquier dispositivo.

Visítenos en IBC 2013 stand # 1.D73

© 2013 Envivio, Inc. All rights reserved.

envivio®

TV without boundaries.

Una señal, para todo el mundo.



Conectividad
 Información Entretención Cultura

Comercializado por:

FOX International Channels
 LATIN AMERICA

Síguenos en:
 f /TVChileTVN @TVChileTVN

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

CLAXSON: 'NUEVOS LANZAMIENTOS CON GRANDES OPERADORES'

Verónica Diez, gerente de marketing de Playboy TV (Claxson) Latin América & Iberia, comentó a PENSARIO que la señal celebra este año su 15° aniversario en la región y que en 2014 se vienen los 20 años de Venus. 'El 2013 ha sido muy positivo para nosotros, ya que continuamos expandiendo la distribución de Hot Go; tuvimos nuevos lanzamientos con grandes operadores como Telefónica, y estamos presentando Sextreme en Cablevisión Uruguay y Penthouse en Supercanal, por mencionar sólo los más recientes.'

'Lanzamos además nuestro sistema propietario de procesamiento de VOD, donde es interesante el resultado indirecto de hacer eficientes los tiempos de entrega: hoy tenemos más tiempo para lograr una mejor planificación de las estrategias de venta. Además, esto nos permite estar presentando hoy un paquete de contenidos bajo demanda gratuito para suscriptores del Hot Pack', añadió Diez.

Sobre el paquete gratuito para los suscriptores del Hot Pack, explicó que se trata de 'un adicional que permitirá en muchos casos acceder a marcas como Playboy y Venus en alta definición, tal como ya sucede desde el 1 de septiembre en Cablevisión Argentina.'

En el Cono Sur, Claxson tiene presencia en Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay, sin incluir Brasil, --que es el mercado más importante de la región--. 'En esos países tenemos concentrado cerca del 50% del negocio en la modalidad de suscripción mensual. Definitivamente lideran Playboy, Venus --una marca genuinamente latinoamericana-- y SexyHot, la marca líder en Brasil. Por otro

lado, Penthouse y Sextreme han sido las marcas nuevas de mayor desarrollo en el último año.

Dijo sobre la actualidad del mercado de TV paga, que 'vive una etapa muy desafiante, con nuevas tecnologías y consumidores que identifican nuevas posibilidades y buscan mayor flexibilidad; y opinó: 'Creo que las preferencias de la audiencia se centran en elegir qué ver, cuándo y dónde; pero no olvidemos que nadie quiere perder la recomendación experta del proveedor de contenido, especialmente frente a la abrumadora cantidad de ofertas a nuestro alrededor. Ahí es donde el poder de las marcas revela el verdadero liderazgo, y Claxson seguirá siendo constructor de marcas líderes y de referencia obligada en el género adulto.'

PROYECTOS Y NOVEDADES EN PROGRAMACIÓN

Sobre la estrategia futura, la ejecutiva explicó que seguirá la estrategia hacia múltiples plataformas y valor agregado, 'donde estamos trabajando con servicios como Hot Go y modalidades On Demand. Ahora que Claxson cuenta con su sistema propietario de procesamiento de VOD, estamos en posibilidad de presentar un paquete de contenidos bajo demanda gratuito para suscriptores del Hot Pack. De cara a 2014, estamos trabajando con el 20 aniversario de Venus, donde sólo puedo anticiparles que tendremos bastantes sorpresas.'

Entre los estrenos de programación, Diez destacó *Boarding Pass*, desde septiembre por Playboy TV, donde **Reby Sky** será una anfitriona al mando de viajes de placer, en busca de nuevas experiencias; intentando descubrir los pensamientos y la forma de vida de los habitantes de cada ciudad, visitando lugares exóticos y mostrando cada lugar como nunca antes se vio en un programa de TV.

Además, anunció: 'El año próximo contaremos con un nuevo estreno por esta misma señal, *Nino Dolce Hotel*, en el que **Nino Dolce** estará al frente de un hotel de lujo diseñado para el placer de sus huéspedes, acompañado



Verónica Diez, gerente de marketing de Playboy TV

por un staff, que incluye a **Pamela Pombo** como la manager, quien ya había participado de *Il Cuccinero dellamore*. También estará el Mini, un reconocido personaje de la televisión argentina, quien encarna distintos roles en la divertida historia que se desarrolla en cada capítulo. Dirigido por **Julio Hormaeche**, abundan la espuma, las bellas mujeres, los pasillos del hotel y, por supuesto, los riquísimos platos afrodisíacos que Nino suele preparar.'

BALANCE DE Hot Go

Hot Go se encuentra disponible en ocho países y 17 operadores en Latinoamérica. Al respecto, Verónica Diez dijo: 'La respuesta del usuario es muy positiva si consideramos los índices de fidelidad, es decir la cantidad de



Boarding Pass - Playboy TV

clientes que prueban la plataforma y regresan. Nuestro próximo desafío es ampliar la cantidad de suscriptores que adoptan esta modalidad. Esto significa consolidar el hábito de consumo a través de la comunicación de las múltiples ventajas de Hot Go.'

En Jornadas, Claxson presentará una plataforma de *Hot Go* renovada, con mejoras en su navegabilidad. Además, la marca tendrá un stand donde presentará su portfolio completo, 'que ya cuenta con 10 marcas de entretenimiento adulto y, como siempre, presentaremos una activación que promete atraer a todo el público de Jornadas', remarcó Diez.

MVS
Televisión

LA MEJOR OPCIÓN EN TELEVISIÓN DE PAGA



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



El canal con la combinación perfecta para adultos contemporáneos: películas internacionales, grandes miniseries y el mejor cine erótico. Multipremier, momentos de película.



100% musical con una propuesta joven, fresca y actual. Toda tu música, todo el tiempo. EXA TV como lo oyes lo ves.



Viva Sports es espectacular, divertido, apasionante y original. Te damos un ángulo diferente para ver el deporte desde otra perspectiva. Viva Sports, el canal total de entretenimiento deportivo.



MVS
Televisión

INFORMES Y VENTAS
SANDRA CHÁVEZ TOVAR
SUBDIRECTORA DE VENTAS
LATINOAMÉRICA
Teléfono: + 5255 5764-8100
Ext. 4504/ 4505/ 4506/ 4507
Email: schavez@mvs.com



www.mvs.com/marketing



Secretos de una obsesión - Playboy TV

ALEJANDRA OLEA: 'SE UNIFICÓ BBC PARA ATENDER A TODA LA REGIÓN, CON PROGRAMACIÓN DE CALIDAD'



Alejandra Olea

Alejandra Olea, VP de ventas integradas de BBC Worldwide, dialogó con PENSARIO por primera vez luego de la nueva estructura que adquirió la empresa, a partir de la iniciativa de expansión y unificación impulsada en julio de este año, que terminó reuniendo distintas áreas bajo un mismo techo. Así, la ejecutiva lidera el equipo a cargo de la distribución de canales, ventas de programas y formatos, y será responsable de supervisar el desarrollo de negocios y de captación de ingresos adicionales que traigan crecimiento de ganancias.

'Desde esta posición, mi objetivo principal es lograr la reorganización y afianzar la presencia de BBC en Latinoamérica y el Cono Sur. Todo con último fin de mejorar la experiencia para los televidentes, comercializando formatos y

producciones de calidad', enfatizó Olea. 'Somos una BBC bajo el mismo techo para Latinoamérica y el US Hispanic, para atender a todas las necesidades de la región, con programación de calidad'

BBC llega actualmente a 17 países de Latinoamérica. Dijo Olea: 'Estamos en un momento especial, creciendo en los mercados de TV paga año a año, sobre todo en Brasil, México y Chile. Tenemos una oferta de canales y programación muy rica y queremos afianzar la presencia en la región con calidad de producción y variedad de géneros'.

Explicó que la empresa se ha convertido en el 'quinto productor de contenidos más importante del mundo después de los estudios de Hollywood'. Con el valor que le confiere este posicionamiento, la ejecutiva observa que la tendencia de consumo de contenidos es el alejamiento de las 'versiones románticas' de la realidad. 'La audiencia se mueve hacia el entretenimiento factual'.

Así, destacó entre su programación, shows como *Dangerman: The Incredible Mr. Goodwin*, cuyo protagonista, Jonathan Goodwin, combina las habilidades de Houdini con las vivencias diarias de cualquier padre de familia. Así, buscará imitar a los héroes de su infancia y a los personajes de cómics creando una nueva



BBC: GLOBO ADQUIERE *THE INCREDIBLE MR. GOODWIN*

BBC Worldwide y TV Globo firmaron un acuerdo por los derechos de transmisión de la serie *Dangerman: The Incredible Mr. Goodwin (Homem sem Limites)*, a través del canal de TV abierta en Brasil desde el 1 de septiembre dentro del show de TV Globo *Fantástico*.

El acuerdo fue firmado tras la décima edición de *BBC Showcase Latin America*, realizado del 18 al 20 de agosto en el hotel Windsor Atlántica de Copacabana, Rio de Janeiro.

Fred Medina, VP ejecutivo y director gerente de BBC Worldwide en América Latina, destacó: 'Este acuerdo con TV Globo nos permite seguir ganando presencia en uno de los mercados de más rápido crecimiento en América Latina'.

Jonathan Goodwin, protagonista de la serie, combina las habilidades de Houdini con las vivencias diarias de cualquier padre de familia. Goodwin buscará imitar a los héroes de su infancia y a los personajes de cómics creando una nueva clase de entretenimiento único en las calles del Reino Unido y de Estados Unidos.



Jonathan Goodwin y Fred Medina en la décima edición de BBC Showcase Latin America

clase de entretenimiento único en las calles del Reino Unido y de Estados Unidos.

O *Top Gear*, que ya va por su 20ª temporada, y se hizo acreedor de un Premio Guinness a la serie más vista del mundo. 'Fue distribuida en 240 territorios y fue un éxito en toda la región'.

PRODUCCIÓN HOLÍSTICA

Alejandra Olea destacó que la principal innovación de BBC ha sido la 'producción holística', y afirmó: 'Creamos diferentes estrategias para disfrutar el contenido en distintas plataformas. Así tenemos páginas en Facebook, canales en YouTube, cuentas de Twitter, etc. que aumentan la experiencia televisiva. La audiencia de las redes sociales se compenetra y conecta con la de la televisión'.

Esto se vio reflejado en la reciente edición del BBC Showcase Latin America en agosto en Río de Janeiro, donde la marca presentó sus últimas novedades en programación. 'Estamos contentos, fue un record de asistencia que pudo ver los cambios de la empresa, las sinergias para el mercado y la venta integrada de diferentes formas de contenidos'.

NOVEDADES EN PROGRAMACIÓN

En septiembre, BBC Entertainment estrenó *Million Dollar Intern*, la nueva serie original en la que jóvenes emprendedores entran como pasantes encubiertos a conocer todos los detalles de negocios en aprietos financieros para luego revelar sus credenciales en materia de negocios junto a un plan de rescate perfecto.

Además, comenzó a emitir el bloque estelar *BBC Earth*, una experiencia que descubre y celebra historias extraordinarias sobre el planeta y sus habitantes. El bloque de tres horas *BBC Earth* se transmitirá los domingos a las 21.00 Hrs.

'BBC es la casa del entretenimiento en todos sus géneros, desde comedia, drama, noticias, realities, estilo de vida, hasta nuestra aclamada programación de historia natural. Estamos orgullosos de contar con este nuevo bloque de *BBC Earth* dentro de BBC Entertainment. Sabemos que la audiencia latinoamericana tiene un gusto sofisticado en cuanto a entretenimiento y que disfrutarán de este bloque con lo mejor de la programación sobre naturaleza que tiene BBC', añadió Olea.

azteca HD

EL MEJOR CONTENIDO COMO LO MEREDES.

Telenovelas

Deportes

Espectáculos

Noticias

Series

Entretenimiento

www.aztecasenales.tv

azteca HD

TELEMUNDO INTERNACIONAL INCREMENTA SU DISTRIBUCIÓN

11 MILLONES DE SUSCRIPTORES EN LATINOAMÉRICA

‘Actualmente contamos con casi 11 millones de suscriptores en la región con una presencia importante en México donde ya tenemos una distribución en casi el 70% del mercado y donde hemos logrado un excelente posicionamiento a nivel de ratings. Gracias a nuestra programación y estrategia de branding,



La Traición

Telemundo Internacional cuenta con una excelente distribución en Centroamérica, Venezuela, Colombia, Bolivia, Perú y Ecuador, siendo el Cono Sur nuestra próxima meta de distribución’

Karen Barroeta, SVP de Cable Internacional de Telemundo Internacional, destacó el momento de la señal en la región y añadió: ‘Estamos muy satisfechos porque hemos alcanzado las metas que teníamos pautadas para el año. A pesar de que somos un canal joven que se lanzó en América Latina apenas hace tres años, estamos entre los primeros 5 ó 10 canales más vistos en países como México y Venezuela.’

‘En Colombia hicimos un push importante de marketing luego de que lanzamos nuestra señal a través de **Claro** en febrero pasado, lo que nos ha dado resultados muy positivos. En estos momentos en Ecuador, estamos concretando un acuerdo para llegar a más del 80% de distribución en el territorio.’

PROGRAMACIÓN

Para octubre, el canal tiene varios lanzamientos importantes. ‘Estamos estrenando la telenovela de época *La Traición*, de lunes a viernes a las 12pm en formato de dos horas diarias de programación. Estamos seguros de que es una historia que va a funcionar, no solamente porque cuenta con un talento muy querido en la región, como lo son Mario Cimarro y Dana García, sino porque es una

historia fascinante sobre un hombre que sufre de catalepsia y es enterrado vivo’, explicó **Barroeta**.

‘También estaremos lanzando la novela *La Casa de al Lado*, con un gran elenco de actores internacionales como Gabriel Porras, Maritza Rodríguez, Catherine Sichoque, Miguel Varoni, David Chocarro y Ximena Duque,

en el horario prime a las 10pm – una historia de suspenso donde nada ni nadie es lo que parece.’

A finales de mes, estrena a las 9pm *Los Herederos del Monte*, la historia de una familia de hermanos adoptados que de un día a otro luego de la muerte del patriarca debe enfrentarse a los encantos de una hermana de desconocían la cual complicará sus vidas. Esta telenovela cuenta con la participación de los actores Mario Cimarro, Marlene Favela, Fabián Ríos y Jonathan Islas, entre otros.

‘La tercera edición de los *Premios Billboard a la Música Mexicana* se presenta el 9 de octubre en vivo junto con nuestra señal en Estados Unidos, así que todos nuestros usuarios van a poder disfrutar de este show que incluye el glamour de la alfombra roja y las presentaciones de los artistas top de México’, dijo.

En cuanto a la producción original para la señal, Barroeta comentó: ‘Estamos cerca de



Karen Barroeta, SVP de Cable Internacional

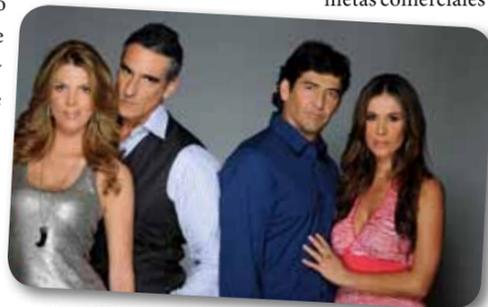
cerrar un acuerdo importante para una producción de la que esperamos darles noticias muy pronto ya que estamos manejando la fecha de lanzamiento para el primer trimestre de 2014. Este es un paso natural, y a la vez muy importante que para nuestro canal, por lo cual estamos trabajando muy fuertemente en ello.’

AdSALES

Si bien la marca **Telemundo** es ‘altamente reconocida’ en la región, Barroeta señaló que se ha hecho un trabajo de posicionamiento apoyado en las telenovelas, que se destacan por los niveles de producción y los ratings que han obtenido. ‘En Venezuela y México, territorios donde contamos con una excelente distribución hemos estado desarrollando estrategias de posicionamiento de marca de cara a los anunciantes logrando luego de un par de años metas comerciales muy positivas para el canal en términos de ventas de publicidad’, comentó.

‘En tal sentido, estamos manejando modelos de negocios que sean atractivos y diferenciadores

en el mercado, donde el anunciante pueda diseñar estrategias comerciales apoyándose en nuestros contenidos y nuestro talento gracias a nuestra estrategia de producciones originales creando piezas orgánicas *out of the box* que le permita acercar la marca al televidente apalancándose en nuestra marca’, finalizó.



La Casa de al Lado

tve

LA CALIDAD EN ESPAÑOL ABIERTA AL MUNDO

ISABEL

La mañana de la 1

Águila Roja

entre todos

Entre todos

Informativos

24h

Visítanos en el Stand n° 20. Buenos Aires 25/27 septiembre Hotel Hilton

VENTA DE PROGRAMAS PROGRAMMES SALES venta.contenidos@rtve.es

VENTA DE CANALES CHANNELS SALES comercial.canales@rtve.es

CHELLOMEDIA: NUEVA ESTRUCTURA EN LATINOAMÉRICA

INCORPORA A MAURO PÁEZ-PUMAR COMO CCO

Chello Latin America, a través de su presidente **Alejandro Harrison**, anunció el nombramiento de **Mauro Páez-Pumar** como director comercial, mientras que **Marcello Coltro**, EVP y director de operaciones, presentó la nueva estructura de su departamento.

‘Esta nueva estructura organizativa representa una evolución de los esfuerzos de Chello Latin America por continuar siendo líder en la industria y aumentar nuestra relevancia en el mercado de televisión paga en América Latina’, comentó Alejandro Harrison.

Mauro Páez-Pumar, como Chief Commercial Officer, estará a cargo de todos los esfuerzos de ventas de afiliados en la región. Anteriormente, trabajó como VP de ventas y mercadeo en **Castalia Communications**, y en distintas divisiones de la industria en compañías como **Argo Systems**, **LAPTV**, **DirecTV** y **Turner International**.

Páez-Pumar trabajará de la mano con Marcello Coltro, estableciendo alianzas con clientes afiliados, así como implementando nuevas ideas de ingresos compartidos.

‘Continuaremos beneficiándonos de estas facultades excepcionales, lo que consolida nuestra estrategia integrada y perspectiva creativa. Contar con un equipo directivo competente y el mejor talento creativo en la industria de la televisión paga, se convierte en algo fundamental en una industria tan competitiva’, dijo Marcello Coltro.

El equipo ejecutivo que responde a Coltro quedó integrado por **Ricardo Montagnana**, VP de mercadeo a cargo de todas las áreas de mercadeo y comunicaciones de la compañía, incluyendo los portafolios de canales de los géneros Cine & Artes y Estilos de Vida, además de colaborar en el desarrollo estratégico de la nueva cartera de



Mauro Páez-Pumar,
nuevo director comercial

canales en la región.

Tatiana Volpini fue nombrada VP de ventas publicitarias y en su nuevo cargo, supervisará todos los negocios de publicidad de la región, dirigiendo tanto las oficinas directas e indirectas, así como la relación con los principales clientes y agencias. **Pablo Zawistowski** fue designado VP de Digital y tiene el objetivo de desarrollar los servicios digitales de la empresa y el negocio de TV Everywhere, ayudando a establecer alianzas con los clientes afiliados y ampliar el alcance del contenido de Chello en América Latina. Y **Gustavo Huertas** es el nuevo VP de servicios creativos On-Air, cargo desde el que estará aportando ‘ideas únicas y fuera de lo habitual’ para los clientes afiliados y de publicidad.

DMX MEDIA: NUEVA SEDE PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

DMX Media, empresa propiedad del **Grupo Mood** especializada en el desarrollo y distribución de contenidos musicales para plataformas digitales en América Latina y el Caribe, inauguró su nueva sede regional en Miami. Las modernas oficinas ubicadas en South Beach, serán sede del centro de coordinación y supervisión de todas las funciones de la empresa en Latinoamérica, incluyendo distribución, programación, mercadeo y servicios a afiliados.

‘El rápido crecimiento que el negocio de DMX Media ha experimentado en los últimos

años en América Latina ha redundado en una ampliación de nuestro equipo y nos obliga a trasladarnos a un espacio más funcional que nos permita atender mejor las necesidades de nuestras audiencias, empleados y socios comerciales en la región’, expresó **Alejandro Cacciola**, Gerente General de DMX Media.

DMX Media ofrece a sus afiliados más de 100 canales de música digital en todos los géneros y una oferta multiplataforma que permite a sus más de 7 millones de abonados acceder fácilmente a contenidos musicales en el momento y lugar de su preferencia. El portafolio de

productos y servicios

Oficinas regionales en Miami de la empresa incluye además el desarrollo de producciones originales, la generación de contenidos y la consultora y dirección artística de canales de televisión en América Latina y el Caribe.

La oferta de DMX incluye también la herramienta multiplataforma DMX2GO™, con la que el operador puede brindar a la audiencia acceso inmediato a una amplia oferta de contenidos musicales personalizados, a través de canales de televisión e internet.



ARTEAR, PRESENTE EN JORNADAS INTERNACIONALES

Artear estará presente en las Jornadas Internacionales de Televisión por Cable 2013, con un stand propio y con sus equipos de venta de programación y ventas internacionales.

Allí presentará sus señales **El Trece Satelital**, **El Trece HD** y **El Trece Internacional**, con pro-

gramas como *Solamente Vos* y *Farsantes de Pol-ka*, *Periodismo Para Todos*, el programa perio-

dístico de **Jorge Lanata** en **El Trece**, el noticiero *Telenoche*, y *CQC*, con **Roberto Pettinato**.

También trae la señal de noticias **Todo Noticias**

artear

y **TN HD**; **Quiero Música en Mi Idioma**, **Magazine**—señal con programación de generación propia y

producciones realizadas con formato y tecnología de TV abierta— y **Volver**, la señal que preserva la memoria audiovisual televisiva argentina.

TODA LA
ADRENALINA
DE LOS DEPORTES DE
ACCIÓN
Y COBERTURA DE LOS EVENTOS
MÁS EXCLUSIVOS
DE SU GÉNERO EN
AMÉRICA LATINA

AX HD TV
100% ADRENALINA

INTI
NETWORK
HD

El primer canal
Holístico
en Español.
Una Experiencia
TOTAL
para el desarrollo del
CUERPO, la mente
y el *Espíritu*.

Contacto en Estados Unidos:

Maricela Hernández
maricela.hernandez@alternatv.us / (786) 245.0484

Contacto en América Latina:

Pablo Mancuso
Pablo.mancuso@alternatv.us / +56 (9) 7538.1588

ALTERNA' TV

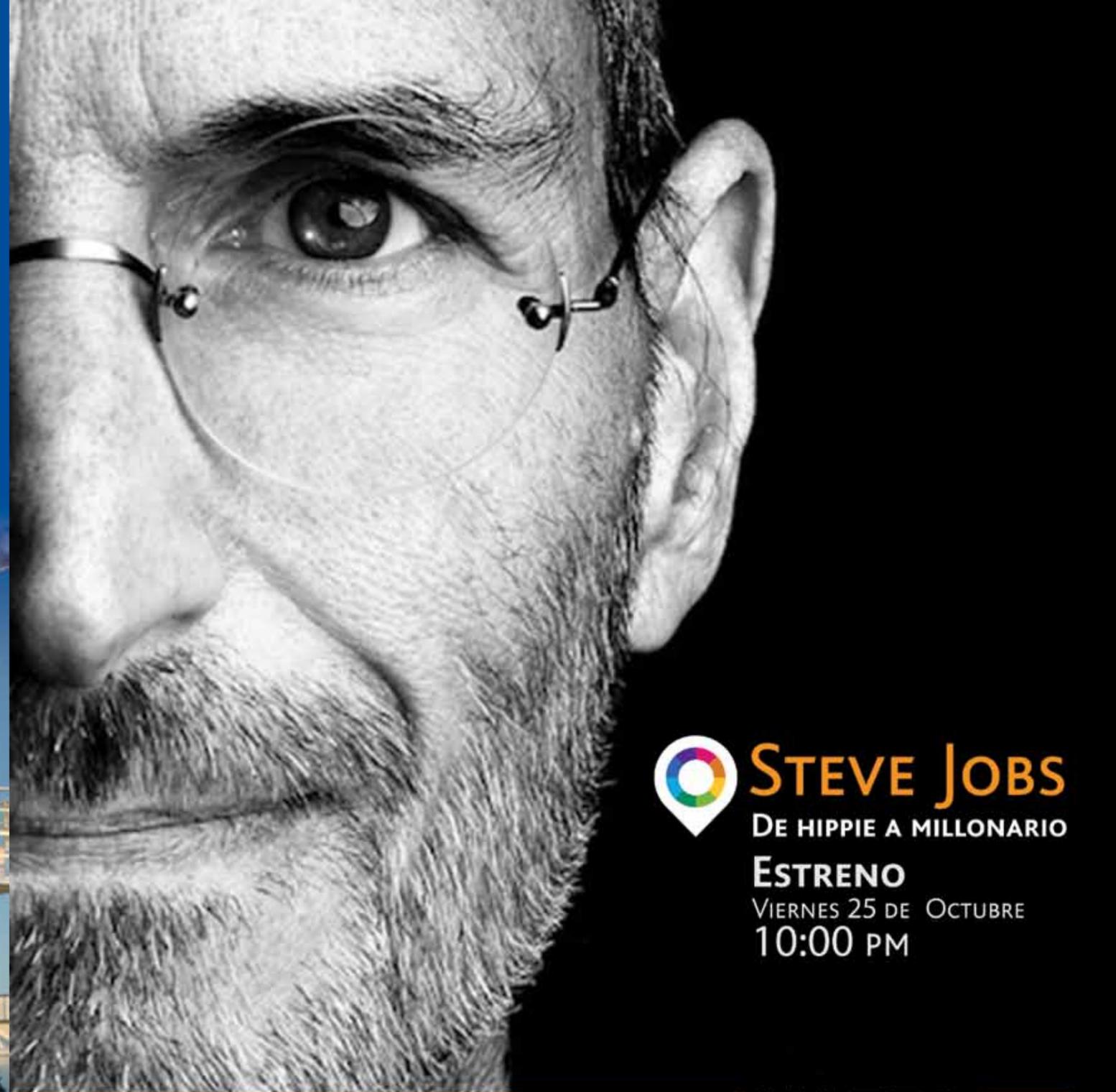
TUVES DTH

SERVICIO MAYORISTA DE TELEVISIÓN SATELITAL,
MARCA BLANCA PARA LATINOAMÉRICA

DTH CON TU PROPIA MARCA.

TRANSPORTE SATELITAL DE SEÑALES DE AUDIO Y VÍDEO
SD Y HD.

PVR DTV MPEG4 DVBS2



 **STEVE JOBS**
DE HIPPIE A MILLONARIO
ESTRENO
VIERNES 25 DE OCTUBRE
10:00 PM

EL ENTRETENIMIENTO REAL SE ENCUENTRA EN LOS NEGOCIOS.

WOB TV

wobi.com/tv

TuVes HD
tuves.net

Erika Tapia

Gerente Comercial Mayorista
Mail: etapia@tuves.com
Skype: erikatapiac
Tel.: (56 2) 2594 0742 anexo 314

Rodrigo Acuña

Account Manager Mayorista
Mail: racuna@tuves.com
Skype: racunat
Tel.: (56 2) 2594 0742 anexo 324

Damián Naguiner

Account Manager Mayorista
Mail: dnaguiner@tuves.com
Skype: damian.naguiner
Tel.: (54 9 11) 5851 7036



América Latina: Alejo Idoyaga • amolina@wobi.com • +(52) 55 5002.3215
México: David Peredo • dperedo@wobi.com • +(52) 55 5002.3250
Cono Sur: Javier Asensio • jasensio@wobi.com • +(54) 11 4110.3388

Región Andina, Centroamérica y Caribe: Multimedia Broadcast Associated (MBA):
Matilde de Boshell • mboshell@mbanetworks.tv • +(57) 1 642.0079
Carlos Boshell • cboshell@mbanetworks.tv • +(57) 1 642.0079

EXITOSA EDICIÓN DE TEPAL 2013 EN PANAMÁ



Con algunas modificaciones al formato de esta tradicional convención de TV paga latinoamericana organizada por TEPAL, se realizó en el hotel Westin Playa Bonita su edición 2013, tras un par de años en Punta Cana, República Dominicana.

Entre las novedades y logística, el Westin es un hotel de tipo "all inclusive" cercano a la capital panameña pero, a la vez, de complicado acceso por taxi, lo cual desalentó a quienes podrían haber pensado en combinar turismo con trabajo. Además, aumentó la concurrencia a las sesiones académicas, al punto que el auditorio del hotel se llenó en las dos primeras jornadas y contó con buena audiencia el día de cierre.

En forma complementaria, se redujeron los workshops aportados por los proveedores de tecnología, que estuvieron enfocados en problemas más genéricos que las soluciones propuestas por los fabricantes de equipamiento a cuestiones específicas. Así, fueron tratados el agotamiento de las direcciones IPv4 en diversas partes del mundo, su pronta saturación en Latinoamérica y las medidas que se están adoptando para paliar el problema.



Humberto García, Jorge Schwartz, Guillermo Arduino, Nicolás González Revilla, Luis Eduardo Camacho, Walter Burzaco, Horacio Rodríguez y Andrés Ham



Eduardo Stigol, de Inter (Venezuela), Gonzalo Hita, de Cablevisión-Fibertel (Argentina), y Jorge Schwartz, de TVCable (Ecuador)



Matilde de Boshell, presidenta de MBA, y Jorge Tatto, director de ventas de señal de MVS, con el equipo de MBA Networks



Ignacio Sanz de Acedo, de Hola! TV, y Déborah Montiel de HBO



Horacio Rodríguez de CUTA, y Miguel Smirnoff de Prensario



Carlos Martínez, presidente de Fox Latin American Channels, con directivos de Fox en la fiesta ofrecida por FIC en Tepal



Saul Leal y el equipo de BYU en Tepal



Gabriel Larios, de Arcom, con Guillermo Soto, de Tricom República Dominicana, y la Ing. Ma. Alejandra Galinbdo



Edward Palluth, EVP Distribución, Kasey Kaufman, marketing manager, Gustavo López, presidente Distribución Global, todos de AMC/Sundance Channel Global



Sentí la Fortaleza de nuestros escudos

El mejor fútbol del mundo



EXITOSA EDICIÓN DE TEPAL 2013 EN PANAMÁ



Internet fuera de su hogar, y quieren tener derechos para todas las formas de llegar al usuario, rechazando un acceso directo de los productos de programación a sus suscriptores, postura ya enunciada por **Gonzalo Hita**, de **Cablevisión**, el día anterior.

En lo que hace a la exposición comercial, se mantuvo la tónica de dinamismo por parte de nuevos canales --como **CB24** señal de noticias para América Central-- en tanto los actores tradicionales se enfocaron en atender a sus clientes existentes. **Fox** aprovechó la oportunidad para festejar sus veinte años de existencia en Latinoamérica, **Televisa** agasajó a los participantes con la fiesta inaugural, **Turner** ofreció el almuerzo inaugural y **BYU** el del jueves, redondeando un programa de actividades y esparcimiento que tuvo



Pablo E. Adames, Vladimir Velicovich, Juan Carlos Marchesini, Raúl Orozco y Tim Shinbara,

ocupados a los cerca de 500 participantes de la convención.

Otro de los conceptos "de fuerza" emanados de la reunión fue la propuesta de dialogar con los programadores en forma conjunta a fin de tratar los problemas de la TV Everywhere y la intervención de las telcos, empresas



Jorge Tatto de MVS, James McNamara de Cine Latino, y Marcel Vinay Jr., de Comarex

como **Netflix** --a la que se acusó de 'utilizar sin pagar' las redes de los propios cableoperadores para comercializar su producto, que compite con ellos, y especialmente el rechazo del cable a las exclusividades concedidas en ciertos casos a algunos de los competidores de la industria.



Ignacio Sanz de Acedo, gerente general de Hola! TV, con Alejo Idoyaga, director de afiliados para Latinoamérica de WOBI



Tony Cameron, director de ventas internacionales de Tulsat, y Yefim Nivoro, CEO de Globetekmedia LLC



Marc Hertfelder de Venevisión Continental, Francisco Sibauste de Olympusat y Cosme López de Venevisión Continental

MBA NETWORKS: GRAN DESPLIEGUE EN TEPAL 2013

Intenso despliegue en Tepal 2013 realizó **MBA Networks**, la empresa con sede en Colombia capitaneada por **Matilde de Boshell**, que contó con la presencia de directivos de las señales que representa, entre otros **Jorge Tatto de MVS**, **Alejo Idoyaga Molina**, de **WOBI**, e **Ignacio Sáenz de Acedo**, de la nueva señal ¡**Hola! TV**, producida por **Antena 3** en asociación con la conocida revista española, a ser lanzada para Jornadas: 'Creemos que



va a ser un gran éxito', dijo.

Matilde se mostró muy satisfecha con la labora realizada y el apoyo que recibe de las señales que representa, y **Gol TV** para Colombia, Venezuela y Ecuador. 'Somos gente seria, tenemos la empresa muy estructurada, queremos ser profesionales y organizados; lo mejor que tenemos es nuestra gente y las compañías que representamos saben que pueden contar con nosotros. Nos consideramos socios



Matilde de Boshell

estratégicos de esas empresas y ellas saben que pueden contar con nosotros.'

En el caso de **MVS**, destacó los canales **Multipremier**, **Antena 3** de España, **Cinelatino**, **EXA** y **Viva Sports**, de 'entretenimiento alrededor del deporte; van a tener los derechos de los Juegos Olímpicos de 2016 en Brasil y eso va a ser muy diferenciador.'



CB24: NOTICIAS EN AMÉRICA CENTRAL



Carlos García Ibáñez, Roger Gamboa Valverde

‘Somos un canal con contenido centroamericano, principalmente con noticias las 24 horas del día, los siete días de la semana’. Carlos A. García Ibáñez, presidente del canal, explicó a Prensario su estrategia, durante Tepal en Panamá.

‘También tenemos deportes, principalmente centroamericanos pero con cobertura mundial, así como cobertura de espectáculos y segmentos de opinión’, agregó, ‘hay seis noticieros diarios con las novedades importantes de la región; contamos con estudios de base en Costa Rica y Panamá y corresponsales en los otros países de Centroamérica, a los que se agrega una corresponsalía en República Dominicana, con el ingreso de este país al SICA, Sistema de Integración Centroamericana’.

‘Estamos en un período intenso de distribución de la señal, estamos ya en algunas cablerías, como CableTica y CableOnda, y en conversaciones con Tigo; es un proceso que va

adelantando bien y en las próximas semanas esperamos tener más novedades’.

‘El canal se emite con una señal de alta calidad, equipamiento automatizado y la tecnología más avanzada; además del material que nos viene de los corresponsales, trabajamos con las agencias internacionales de noticias y aplicamos un criterio multiplataforma, con una aplicación para Android y iOS que permite sintonizarnos desde esos dispositivos’.

‘También se emite un newsletter diario con las principales noticias de la región, para texto, video y redes sociales, entre ellas Facebook y YouTube. El canal puede ser visto a través de nuestra página web’, finaliza García Ibáñez.

ACCUWEATHER: PRONÓSTICOS DEL TIEMPO CON NUEVO ENFOQUE

‘Accuweather tiene la ventaja de no necesitar conexión satelital’. Willie Hernández, de reconocida actuación en la industria de TV paga, señaló a Prensario en Tepal 2013, las ventajas que ofrece este servicio de pronósticos meteorológicos a los cableoperadores de América Latina.

‘Es un diseño que trabaja con una computadora por Internet, un concepto único, con un canal de consulta y la posibilidad de incorporar patrocinios, auspicios y comerciales’, dijo.

‘Trabaja con videos en HD y una rueda que ofrece informes sobre las condiciones del tiempo en la zona del cableoperador cada 3 a 5 minutos, complementando con otros datos de interés. La iniciativa surgió hace dos años de un encuentro en la convención del Caribe y entre sus ventajas figura el ser un canal personalizado para cada sistema de TV paga’, completó.

Willie tiene mucha experiencia al respecto: trabajó en **The Weather Channel**, pionero en la materia: ‘Nosotros iniciamos --con Jorge



Jorge Fiterre, Willie Hernández, Sheldon E. Levine y Joel Hernández

Fiterre-- la representación de Accuweather a principios de año, y estamos logrando resultados muy positivos porque se cumple una función necesaria para la audiencia’. El servicio de llega a 2,7 millones de medios que lo utilizan --diarios, emisoras de radio, canales de televisión, empresas y particulares-- en todo el mundo.

STINGRAY EN TEPAL 2013

‘Somos un servicio nuevo en Latinoamérica y nos interesa que nos conozcan. Queremos expandirnos y estamos en momento de hacer una gran inversión en la región’. Moisés Chico y Claudia Vega destacaron en Tepal 2013 lo que la empresa canadiense **Stingray** tiene para ofrecer al mercado.

‘Distribuimos los canales digitales de música Galaxie, Concert TV, Videos Musicales On Demand y el **Karaoke Channel**; la empresa nació en 2007, y ha logrado una fuerte expansión internacional. Los 50 canales digitales de

música de *Galaxie* tienen, detrás de cada uno, un programador, y permiten interactuar al usuario a través de Facebook y nuestra página en Internet, lo cual aumenta el atractivo para el público’.

Claudia agregó: ‘Comencé a trabajar en Stingray desde marzo, la idea es apoyar la gestión de marketing que realiza Moisés --un gran conocedor de la industria, por cierto-- y las iniciativas de difusión a través de los medios de que se dispone’.

‘Lo que la gente aprecia es que ofrecemos



Moisés Chico, Claudia Vega

música para todos los gustos, donde el usuario puede seleccionar los estilos que más le agraden, sin anuncios comerciales ni palabras. Para los cableoperadores es un valor agregado importante, y quienes ya ofrecen nuestro servicio nos comentan que sus suscriptores están muy satisfechos con *Galaxie*’, finalizaron.

CACPY

Cámara Argentina de Cableoperadores Pymes

EL FUTURO ES NUESTRO PRESENTE

TELEvisa NETWORKS Y LA UFC LANZARON CANAL DE LUCHA EN LATAM

Televisa Networks, en alianza con la organización mundial de artes marciales mixtas **Ultimate Fighting Championship**, lanzó a partir del 1 de septiembre la señal de TV paga **UFC Network** en Latinoamérica.

Tal como estipulaba el acuerdo cerrado por las partes en mayo pasado, la señal estará disponible en 20 países de habla hispana de la región, ofreciendo programación exclusiva de UFC las 24 horas, los 7 días de la semana.

Jaime Pollack, SVP de desarrollo internacional y gerente general para Latinoamérica del UFC, comentó: 'A partir del 1 de septiembre, el canal de **UFC Network** estará disponible para todos los sistemas de TV paga en la región.

Estamos convencidos de que la oferta de este canal entusiasmará a millones de fanáticos del deporte en Latinoamérica. Nuestra misión es convertir a este canal, en el de mayor crecimiento en la historia de la televisión deportiva.'

Por su parte, **Hugh McCarthy**, director de Nuevos Negocios de **Televisa Networks**, dijo: 'En busca de ofrecer el contenido más completo a nuestros afiliados, **UFC Network** presenta una propuesta única, reiterando el compromiso de Televisa Networks de proporcionar programación de la mejor calidad y mantenerse a la vanguardia dentro del mercado de TV paga.'

El UFC Network ofrecerá las mejores peleas de Campeonato, eventos en vivo, entrenamientos;



Marcelo Bresca, de Televisa Networks, anunció el lanzamiento de **UFC Network** en **Asunción Media Show**

tos; además, revivirá encuentros históricos del UFC, todo completamente en español y en HD.

Será una mezcla de los clásicos del UFC, *Pride FC*, *WEC* y *Strikeforce*; y los previos de todos los eventos, las últimas noticias y todos los combates en vivo de UFC: más de 35 al año. Sobre todo, su contenido estará dedicado a mostrar el estilo de vida del UFC; y su programación original, se adentrará en el mundo de las MMA (Mixed Martial Arts), para conocer la historia detrás de los atletas, del esfuerzo, dedicación y disciplina que los llevó a destacar en este deporte.

DISCOVERY CHANNEL ESTRENÓ NUEVA SERIE, NORTEAMÉRICA

Discovery estrenó en septiembre la serie de viaje y aventuras *Norteamérica* que, compuesta por cinco episodios y dos programas especiales, recorre el subcontinente para conocer su majestuosa geografía, vegetación y los animales que allí habitan; desde las tundras heladas de Canadá hasta los desiertos de México, pasando por 29 estados de Estados Unidos.

Norteamérica llega a Discovery después de las producciones premiadas *Planeta Tierra*, *Vida*, *Frozen Planet* y *África*, producida a lo largo de tres años, y narrada en español por el presentador mexicano **Javier Poza**.

Para la realización, el equipo de producción pasó 2.830 días en locaciones, en 250 expediciones separadas, y utilizó once tipos de cámaras diferentes para filmar cerca de 110 animales y más de 850 horas de material. La producción empleó cámaras ultra rápidas y equipos de visión nocturna que permitieron capturar comportamientos de especies nunca antes mostrados en televisión, como el elusivo jaguar en México o un oso pardo sumergiéndose a más de 20 pies bajo el agua para capturar salmones en Alaska.

Norteamérica fue producida por **Silverback Films** para Discovery Channel, bajo la



Norteamérica

producción ejecutiva de **Keith Scholey** y producción general de **Huw Cordey**. Por parte de Discovery, **Christine Weber** fue la productora ejecutiva, mientras **Kristin Wilcox** actuó como productora asociada.

We didn't invent...

Electrical Continuity

Ease of Installation

Reliability

Universal Fit

We just brought it to you... A connector that's part of the solution, not part of the problem.

SignalTight™

One part fits standard through quad cable easily

Most widely used, performing continuity connector

PPC's patented **SignalTight™** continuity member maintains continuity even when left loose

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

En 500 metros cruce a la derecha... recalculando...

...en 50 metros cruce a la derecha...

en 300 metros cruce a la izquierda...

...en 200... recalculando...

en 100 RECALCULANDO...
RECALCULANDO
RECALCULANDO

**HAY MANERAS
MÁS DIVERTIDAS
DE DISFRUTAR UN VIAJE**



TOURISTAINMENT
TURISMO + ENTRETENIMIENTO

DISTRIBUCION@SUNCHANNELTV.COM
FACEBOOK.COM/SUNCHANNELTV
SUNCHANNELTV.COM
@SUNCHANNEL



FOX: PRESENTACIÓN DE *CUMBIA NINJA* EN BUENOS AIRES

SERIE ORIGINAL, FILMADA EN COLOMBIA

Fox presentó en sus oficinas de Buenos Aires la nueva serie de ficción original *Cumbia Ninja*, producida por el grupo en América Latina a través de **Fox Telecolombia**, que se estrenó en la región el 5 de septiembre.

Con la presencia de una de las protagonistas, la actriz argentina **Brenda Asnicar** (*Patito Feo*), **Guadalupe Lucero**, SVP de Comunicaciones Corporativas, y **Jorge Stamadianos**, SVP de Desarrollo, fueron los responsables de presentar la serie y encabezar la conferencia de prensa, que contó con la participación también de los guionistas **Andrés Gelós** y **Martín Preusche**, ambos creadores de otra serie éxito de Fox, *Kdabra*.

‘*Cumbia Ninja* es un proyecto muy importante para Fox, porque es la primera serie que hace **Fox Telecolombia** y **Fox International Channels** en la que la música tiene un papel tan protagónico a lo largo de la historia’, comenzó explicando Lucero, quien destacó que el primer clip musical grabado por los protagonistas Asnicar y el mexicano **Ricardo Abarca** (*Isa TK+*), con el tema *Ojos en la Espalda*, ya registró más de 10 millones de vistas en la web.

‘Quienes han seguido el camino de Fox en los últimos tiempos en materia de producción, podrán advertir que casa nuevo proyecto nos impulsa un paso más allá, generando nuevos desafíos que eleva la vara de originalidad y calidad que nos imponemos desde la compañía. *Cumbia Ninja* creo que cumple todos los

requisitos para cumplir con esta meta’, añadió Lucero.

Compuesta por trece episodios de una hora, *Cumbia Ninja* tiene por escenario principal al barrio La Colina, un sitio diezmado y controlado por traficantes de droga

quienes sin anticiparlo, serán enfrentados por una banda musical liderada por Hache (Abarca), que justamente, gracias a la ayuda de la música, de un maestro ninja y de un personaje mítico que habita en las profundidades de La Colina, logrará mantener a salvo al barrio. Simultáneamente, es allí donde Juana (Asnicar) encontrará refugio al escapar de quienes asesinaron a toda su familia.

‘Como en todos las historias que vienen escribiendo los autores argentinos Andrés Gelós, **Martín Preusche**, **Natacha Caravia** y **Luis Langlemey** para Fox, en esta serie hay un derroche de imaginación y fantasía para generar una historia conmovedora que realmente toca las fibras de América Latina y que al mismo tiempo es universal: junta el gran espectáculo de las producciones de ficción con la cultura local’, dijo Stamadianos.

Si bien aclaró que ‘es un producto muy arriesgado’, porque cuenta la historia cruda de la vida en los barrios bajos de la región, destacó que ‘tuvimos la suerte, como muy pocas veces sucede, que múltiples elementos disímiles (violencia, música de hip hop, un maestro ninja, dragón



Jorge Stamadianos, Brenda Asnicar, Martín Preusche y Andrés Gelós

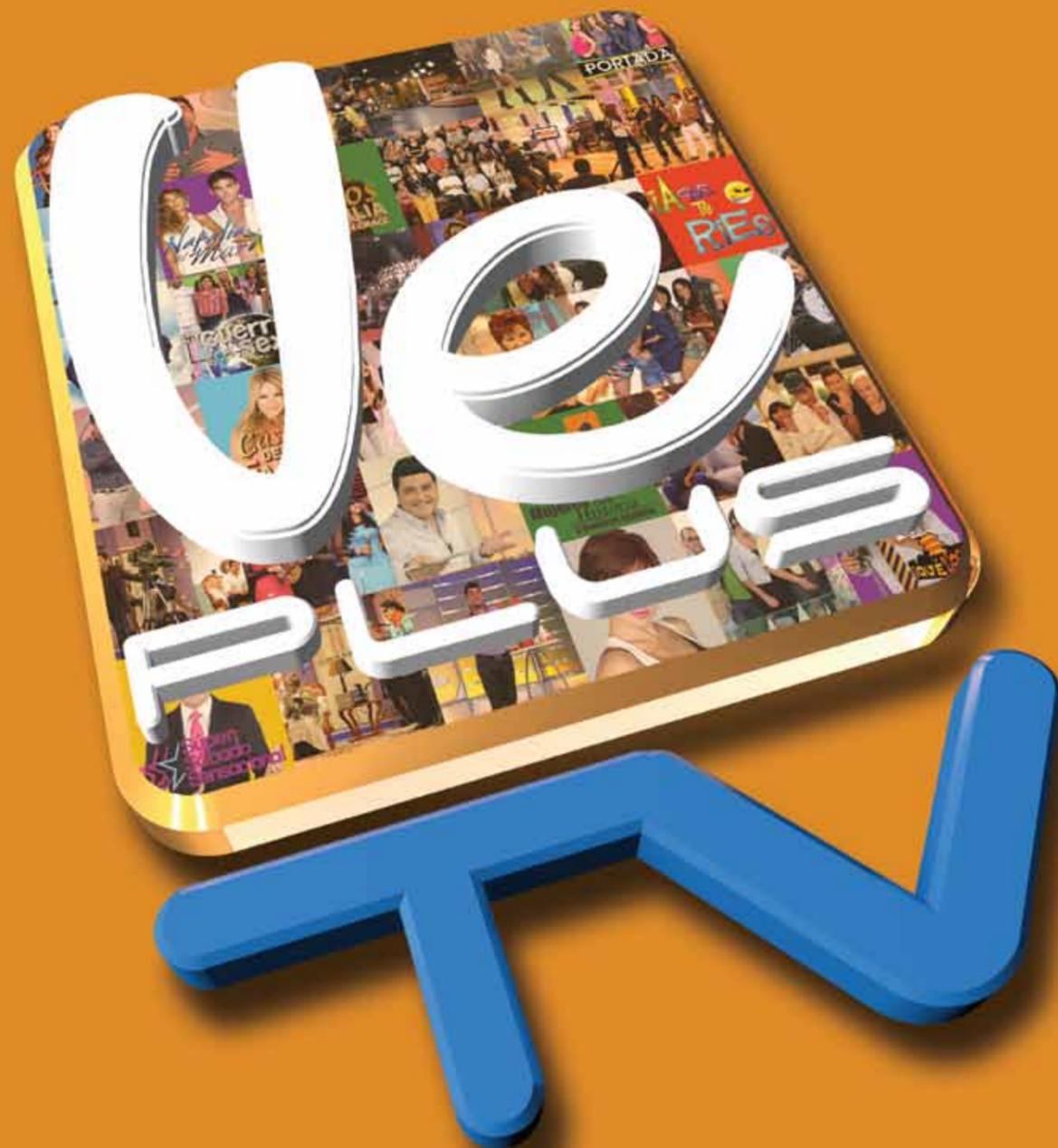
mítico y animación) se unieron de una manera muy orgánica y muy poderosa para dar como resultado *Cumbia Ninja*’.

La serie resulta difícil de encasillar en cuanto al target al que está dirigida, pero Stamadianos reconoce que ‘fue pensada para un público joven, pero no solamente para adolescentes, porque los trasciende’, porque tiene elementos que atraen a toda la familia. Por eso, ‘decidimos programarlo los jueves a las 10 de la noche, un horario adulto pero todavía accesible para los adolescentes, y donde la serie *Kdabra* marcó un alto rating entre el público joven’.

Para concluir, y en relación a la música, protagonista de la serie, el guionista Andrés Gelós, autor de la letra los 15 temas que aparecen en la primera temporada (a los que el portorriqueño **Master Chris** compuso la música), señaló que ‘no todos los temas son de cumbia, porque la idea es que estuvieran presentes casi la totalidad de los ritmos populares latinoamericanos’.

Cumbia Ninja, cuya segunda temporada ya está lista y a la espera de comenzar la producción, se estrena en América Latina el jueves 5 de septiembre a las 22 horas de Argentina, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela.

Telenovelas, Talks Shows, Variedades... ¡TODO está aquí!



¡La opción más completa de TV paga en Latinoamérica!

Ventas Afiliadas Marc Hertfelder: mhertfelder@cisneros.com

WOBI TV: ACUERDO DE DISTRIBUCIÓN CON SABRINA CAPURRO PARA EL CONO SUR

WobiTV anunció un acuerdo de distribución de la señal para el Cono Sur con **Sabrina Capurro**.

Alejo Idoyaga Molina, director de afiliados para Latinoamérica, comentó: ‘Creemos que de la mano de Sabrina las relaciones actuales con los sistemas se reforzarán y apostamos muy fuerte a que tendremos nuevos afiliados. Ella será nuestra representante para Argentina, Bolivia, Chile, Paraguay y Uruguay. Estamos muy confiados en la trayectoria y calidad de trabajo de

Sabrina y es por eso que nos enorgullece ponerle la representación de nuestra señal en sus manos’.

Esta incorporación se suma a la renovación del contrato de representación que ya se había firmado unos meses atrás en Cartagena con **MBA**. ‘Creemos que con esta última pieza el equipo de distribución está completo desde México hasta Argentina’, completó.

En cuanto a las novedades de programación **Wobi** estrena los documentales *Big Data*, para

WOBI
World of Business Ideas

ayudará a aprovechar la avalancha de información de los consumidores, conocer las nuevas reglas del marketing, o cómo hacerlo más digital, móvil y social.

También estrena una serie dedicada a los emprendedores y otra a los diseñadores, otra que se dedica a visitar las agencias de publicidad que deslumbran por sus avisos en Nueva York y México.

HBO ESTRENÓ SEGUNDA TEMPORADA DE PRÓFUGOS

HBO Latin America estrenó la segunda temporada de la serie original *Prófugos* el 15 de septiembre. La serie, compuesta por 13 episodios de una hora y realizada enteramente en Chile, gira alrededor de una fallida operación de narcotráfico que desata una frenética persecución de los responsables de la operación por parte de la mafia y de la justicia, forzándolos a emprender una huida desesperada a lo largo del territorio chileno.

‘Con el estreno de la segunda temporada de *Prófugos*, HBO Latin America sigue destacando el valor extraordinario de producción y talento que existe en la región. Los fans de la serie disfrutarán de la continuación de una historia llena de adrenalina, acción y suspenso reforzada con el sello premium de HBO’, afirmó **Luis F. Peraza**, EVP de HBO LA Networks.

Al final de la primera temporada poco quedó de lo que fue el Cartel Ferragut. La líder del cartel Kika Ferragut y Oscar Salamanca (**Francisco Reyes**) murieron inesperadamente,

mientras que Mario Moreno (**Luis Gnecco**), Álvaro Parraguez “Tegui” (**Benjamín Vicuña**) y Vicente Ferragut (**Néstor Cantillana**) fueron traicionados por Laura Ferragut (**Blanca Lewin**) quien huyó con el botín, dejando en manos de la policía a los que eran sus aliados.

La segunda temporada viene cargada de muertes imprevistas, y el engaño y la traición que marcaron el final de la primera entrega.

Se verá cómo siguen las vidas de Vicente Ferragut, “Tegui” Parraguez y de Irma Salamanca (**Camila Hirane**) tras ser detenidos.

Por otra parte, Mario Moreno (**Luis Gnecco**) se ha convertido en uno de los hombres más temidos dentro de la cárcel. Durante su encarcelación, su única preocupación

ha sido pensar en cómo vengarse de sus ex compañeros, quienes fueron responsables por su arresto - sin saber que el reencuentro será más pronto de lo que se imagina.

Tras traicionar a su hermano, Laura Ferragut (**Blanca Lewin**) regresa a Chile, esta vez acompañada por Don Freddy (**Alfredo**



Prófugos

Castro), su nuevo aliado y socio. Juntos, realizarán una complicada operación para traficar heroína desde el Norte Grande de Chile hasta la mafia Australiana. Sin embargo, no todo sale como lo esperan.

En esta nueva temporada --además del regreso de Antonia Zegers en el papel de Macarena Munita, que ejerce ahora el cargo de ministra del gobierno-- se suman al elenco original: Alfredo Castro, Cristián Campos y Diego Muñoz, entre otros destacados actores nacionales.

Prófugos cuenta con la producción de **Luis F. Peraza** y **Roberto Ríos** de HBO Latin America Originals, y de **Pablo** y **Juan de Dios Larraín**. Realizada por la casa productora Fábula, la serie tuvo su dirección general a cargo de Pablo Larraín, apoyado por el argentino **Adrián Caetano**.

SIGNALTV: SOCIO ESTRATÉGICO DE LOS CABLEOPERADORES



Hortensia Espitaleta

Hortensia Espitaleta, representante de ventas de SignalTV para la región andina y Centroamérica, comentó: ‘Con 14 años de experiencia, Signal se ha posicionado en la industria de la televisión por suscripción. Contamos con experiencia en los mercados de Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Bolivia, Centroamérica y el Caribe. Nuestra infraestructura permite tener una propuesta sólida y variada en un mercado tan variable y competido’.

‘Somos un socio estratégico en el negocio

porque ofrecemos oportunidades en la distribución de señales, logrando una buena alternativa para los cableoperadores y anunciantes. Las señales que representamos cubren una gran variedad de géneros’, añadió.

INTERNET WIFI

Además, Signal lleva a los operadores su propuesta de Internet inalámbrica, a través de su alianza con **Matt Telecomunicaciones**. ‘Seguimos apostando al mercado de comunitarios con nuestra solución de internet, ya que los sistemas comunitarios se están dando cuenta que se trata de una oportunidad para que sus negocios sean aun más competitivos’.

La alianza Signal/Matt provee Internet inalámbrica eficiente desde el punto de vista de costo y tiempo, superior a las redes cableadas.

Es viable para todos los que tengan acceso a la red, y permite conexión desde distintos puntos dentro de un rango suficientemente amplio de cobertura. Además, permite el acceso de múltiples ordenadores sin problema ni gasto en infraestructura, lo que no sucede con una conexión con tecnología por cable.

La *Wi-Fi Alliance* asegura que la compatibilidad entre dispositivos con la marca Wi-Fi es total, con lo que en cualquier parte del mundo podremos utilizar la tecnología Wi-Fi con una compatibilidad total.

Además, la empresa se ocupa de la instalación, una vez que se elige el plan. Un instalador certificado por Internet sin cables se ocupa de todo. Además, es seguro y, una vez instalado, la antena inalámbrica envía y recibe información de Internet a una computadora o router Wi-Fi, ofreciéndote una conexión rápida y segura.



DHE

EL CINE ES DHE



DISFRUTA DE
TUS PELICULAS
FAVORITAS EN

HD
HABLADAS EN
ESPAÑOL

LÍNEAS USA: 1 - 267 - 9600602 LATIN AMERICA: 57 - 1 - 7444020

Alejandra Rico | arico@canaldhe.com
Sales Manager Central America

Carlos Camargo | ccamargo@canaldhe.com
Sales Manager Latin America

@canal_dhe

www.canaldhe.com

/canaldhe

UNIVERSAL CHANNEL: NUEVA IMAGEN, 100% PERSONAJES



Clara Moreno con el protagonista de la serie *Bates Motel*, Freddie Highmore, en Buenos Aires

Desde julio, la señal **Universal** muestra su nueva imagen en pantalla, bajo el claim *100% personajes*. Clara Moreno, marketing manager de la señal, explicó: 'El objetivo es seguir actualizándonos, acompañar a la audiencia para que la marca siga siendo atractiva. El último cambio

había sido hace dos o tres años. Este logo es más dinámico. También era importante que tuviera un claim, y que si bien tiene un posicionamiento claro que tuviera alguna bajada', afirmó a **PRENSARIO**.

'Se busca enfatizar el rol de los personajes, que es algo bastante diferencial de los canales de Universal. Las historias siempre están muy apoyadas y ponen el acento allí, tales son los casos de *House*, *Grimm* y *Elementary* cuyos protagonistas son muy fuertes para la historia', añadió Moreno.

Desde octubre pasado, la empresa cambió la estrategia de representación de señales en la región, pasando del portafolio de **Fox International Channels** a contar con ejecutivos

propios. Sobre esto, la ejecutiva manifestó: 'El balance es muy positivo porque, si bien siempre hubo una cabeza regional, el hecho de tener cabezas locales hace que uno pueda estar más atento a las realidades o características propias de cada mercado. La forma de consumir TV es diferente en cada país. Creo que tener una persona de **NBC** sentada en cada uno de los países es clave y fue positivo porque permite activar mucho más localmente la relación con prensa, cableoperadores y clientes de ad sales.'



NHK WORLD TV, PRESENTE EN JORNADAS 2013

NHK World TV participará en Jornadas para presentarle al cableoperador su variada programación, con 'todo lo que todo el mundo quiere saber sobre Japón y Asia'.

NHK World TV fue reconocida como una de las fuentes de información más confiable sobre Asia (noticias, temas de actualidad, cultura y entretenimiento) y su perspectiva de crecimiento en la región sigue aumentando. Algunos mercados, por la legislación de sus países, limitan la entrada de canales extranjeros, NHK World intenta dar respuesta a esas nuevas circunstancias, ofreciendo varios diferentes modelos de negocio:

NHK World TV ahora ofrece HD de canal de forma gratuita, programas individuales para la

retransmisión y sus dos canales (en japonés y en inglés) como un paquete, además de otros nuevos modelos de negocio.

'Nos gustaría que los visitantes se acerquen a nuestro stand para experimentar el fantástico mundo de "The Orient" y que puedan disfrutar de una variada programación. Nuestra estrategia de mercadeo está dando excelentes resultados', dijo **Yuri Sato**, Senior Director de NHK World TV.

A su vez, **Miyuki Nomura**, consultora de la señal, agregó: 'No habrá nuevos programas específicos para presentar en la conferencia. Sin embargo, la programación de NHK WORLD TV sigue evolucionando todo el tiempo. NHK World TV presenta, al minuto, noticias y



Yuri Sato y Miyuki Nomura

documentales, el desarrollo político, las tendencias comerciales, lo último de la ciencia y la tecnología, el arte y la cultura, la auténtica cocina japonesa, la moda, la música y la música pop, la cultura y mucho más.'

RT EN ESPAÑOL: RECONOCIDA POR PROMAX LATINOAMÉRICA

RT en Español fue el primer canal de Rusia en emitir programación en español para todo el mundo desde 2009, que actualmente está en 285 operadores y sigue creciendo. Además tiene presencia en la web y un canal en YouTube por los que emite noticias de actualidad.

La cadena anunció que recientemente fue galardonada en el concurso Promax BDA La-

minoamérica: la promo del programa *La lista de Erick* ha recibido el oro en Promax Global en la categoría Promoción de Programa de Entretenimiento, y el video promocional del programa de **Julian Assange** se ha convertido en el mejor en la categoría Diseño de Promoción de Programas en Internet.

En los premios de Promax/BDA Latinoa-

mérica se distinguen anualmente las obras más destacadas en el ámbito de la comercialización de la televisión, publicidad y diseño en América Latina. Entre los competidores de RT y aspirantes a la victoria estaban tales líderes de la industria televisiva como Discovery Channel y Globo TV.



Asegurando su operación multipantalla



– Protegemos su contenido en DVB, IPTV y OTT

Lo que sucede cuando el contenido y la audiencia se conectan es una magia cotidiana. Más de 350 operadores de TV digital en más de 85 países confían en nosotros para sustentar esa magia, protegiendo su contenido y sus ingresos.

Junto con sus socios, Conax crea ecosistemas seguros para contenido Premium, que llevan la magia de nuestros clientes al mundo. Conax Xtend Multiscreen™ permite a los operadores ofrecer una experiencia multipantalla segura y poderosa para sus suscriptores en forma eficiente, con bajo riesgo y rápidos tiempos de comercialización.

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

securing content - sustaining magic

TuVes HD: EXPECTATIVAS FRENTE A LA FUSIÓN CON INTER DE VENEZUELA

Konrad Burchardt, CEO de TuVes HD, habló sobre las operaciones de la empresa, la fusión con Inter de Venezuela y sus expectativas para el resto del año.

Al consultarlo sobre la fusión con Inter-cable de Venezuela, Burchardt dijo: 'Inter tiene una gran experiencia en el negocio de la televisión paga y en el último año logró una historia de éxito en el DTH que lanzó como cliente nuestro en Venezuela; esta exitosa experiencia es el gran aporte de Inter a TuVes'.

En referencia a las expectativas sobre la fusión, expresó: 'Sin dudas que el gran objetivo es ofrecer un mejor servicio y soporte al usuario. Combinando éstas dos variables, estamos en condiciones de mejorar todos los aspectos operativos; desde armar una red de venta, logística de distribución de Kits, implementar sistemas prepagos, etc. Eso es algo muy importante, ya que para los operadores de TV por cable o telefónicas, el lanzar un DTH es algo nuevo, desconocido y que genera muchas incógnitas. Inter es el ejemplo tangible que el DTH puede ser el complemento perfecto para los operadores de telecomunicaciones con redes fijas'.



Sobre la evolución del negocio en la región y los planes de inversión de la compañía, Burchardt comentó: 'Tenemos firmados otros cinco acuerdos que, por razones de confidencialidad, el único que podemos revelar a esta altura es el de TVCable Ecuador que está muy pronto a lanzar. Por otra parte, todo el enfoque de la inversión estará destinada a capacidad satelital y soporte a los clientes, no nos diversificaremos en más o nuevos negocios, estaremos 100% enfocados en expandir el servicio DTH en la región al menos por un par de años', expresó.

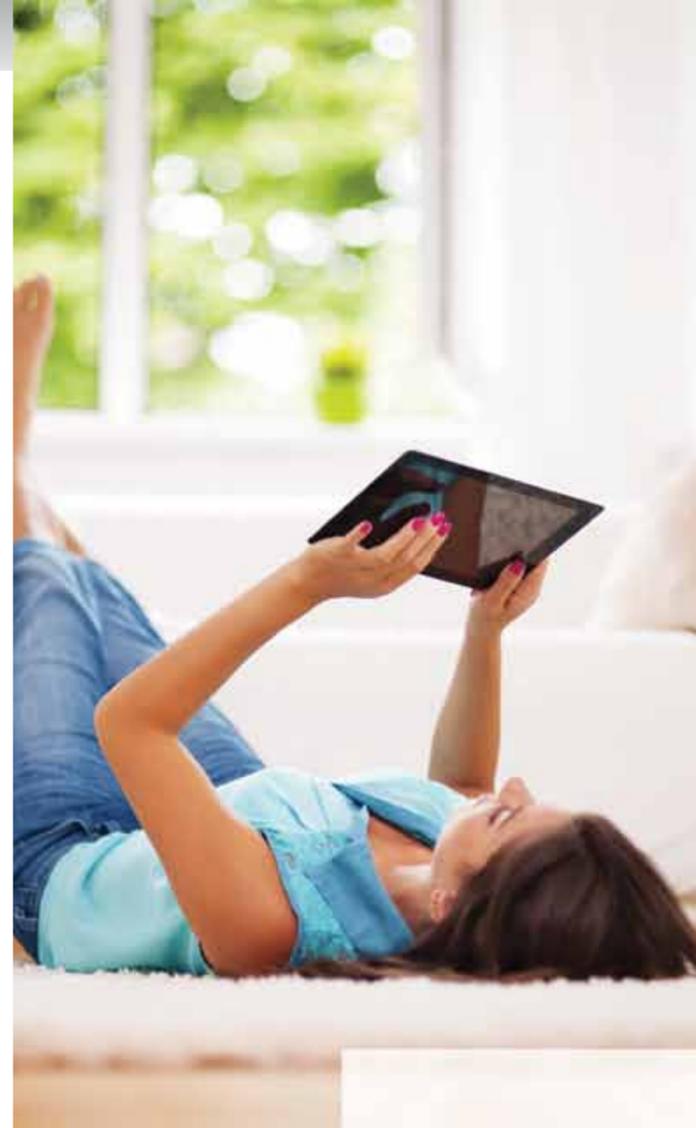
Además, comentó: 'Las empresas de TV paga de las principales ciudades latinoamericanas tienen un excelente producto para competir contra los DTHs panregionales, sin dudas sus redes con interactividad y sus combos con banda ancha ya son una defensa suficientemente buena, TuVes es la herramienta no para defenderse de ellos, sino para ir a buscar a los millones de clientes que aún no tienen un servicio de TV paga en las zonas sin cableado y los DTH actuales no le han llegado comercialmente, ahí la empresa puede darle al cableoperador la posibilidad de lanzar un servicio con una mínima in-



Konrad Burchardt

versión, y costos operativos bajísimos y así llegar a cubrir todo el país con una oferta muy competitiva. Los clientes de DTH en la región se duplicaron en pocos años, no hay razón para dejar que ese crecimiento solo vaya a los DTH panregionales, cuando los cableoperadores en sus respectivos países tienen marcas muy poseionadas y bien reconocidas como excelentes prestadores de TV'.

Para finalizar, el CEO enunció su visión sobre la TV paga en la región: 'La TV paga va a relegar a niveles de penetración del 65 ó 70% en la región en pocos años y más de la mitad serán por DTH así que serán digitales por naturaleza. El resto de la industria está migrando a la digitalización producto de dos razones bien diferentes: en los sectores más altos de la sociedad, es por la demanda de más contenidos en HD y la necesidad de comprimir para poder ofrecer más canales, mientras que en los sectores más bajos es la piratería lo que está motivando esta digitalización, así que por un camino u otro toda la TV paga va en ese sentido'.



HACIENDO REALIDAD EL EVERYWHERE

Los proveedores de servicios hoy tienen a su alcance una poderosa solución llave en mano que permite darle forma a experiencias futuras

Le ayudamos a brindar experiencias revolucionarias a sus clientes. Después de más de 60 años de innovación, como nunca antes, estamos posicionados para dar forma al futuro. Con una entrega de video totalmente transformadora. Con nuevas experiencias multi-pantalla. Con soluciones integradas. Con las potentes nuevas sinergias. Con hogares conectados de forma más sencilla e inteligente. **Con emoción. Sin límites. www.arrisi.com**

GLOBAL MEDIA SUMÓ HOGAR TV A SU PROPUESTA DE SEÑALES

Global Media estuvo presente en la reciente edición de Andina Link Centroamérica, donde su gerente de señales, Piedad Martínez, anunció la incorporación de Hogar TV a su portafolio de señales.

'Hogar TV es un canal de variedades dedicado a la familia que se interesa por el bienestar. Viene a fortalecer el paquete de señales con proyec-

ción internacional para los cableoperadores de toda la región. Ya está en 200 sistemas de Latinoamérica', dijo Martínez.

La señal transmite programas de entretenimiento para todo público, siendo la programación de cocina la principal, con recetas y consejos. También tiene una franja de viajes, turismo y automovilismo con recorridos por



Piedad Martínez y Jhenifer Muñoz, de Global Media

Colombia y el mundo; arte y manualidades.

Comentó que en la expo tuvo 'muy buena aceptación' y que también estuvo presente en la anterior expo de Guatemala. 'Estamos contentos de apoyar las necesidades de contenidos de los clientes'.

A&E TRANSMITIRÁ EL FESTIVAL DE VIÑA 2014

DEL 23 AL 28 DE FEBRERO PARA TODA LATINOAMÉRICA

A&E transmitirá por TV paga para toda Latinoamérica, la 55ª edición del Festival de la Canción de Viña del Mar 2014, que se realizará del 23 al 28 de febrero de 2014, mientras que Chilevisión tendrá la transmisión para el público local.

‘El Festival es una excelente forma de promoción multiplataforma 360 -on-air, on-line y off-channel- que nos permite llevar lo mejor de la música en vivo y en directo desde Chile, además de presentar los estrenos más importantes de A&E para el 2014. Los medios digitales y redes sociales tendrán especial énfasis permitiendo a nuestra audiencia-usuarios poder comentar instantáneamente sus impresiones de los distintos espectáculos que se presentarán haciéndolos sentir como si estuvieran en el Festival’, dijo César Sabroso, SVP de Mercado para A&E Networks Latin América.

El Festival de la Canción más destacado del Cono Sur contará con las actuaciones de la mexicana Ana Gabriel y la italiana Laura Pausini. Además, se confirmó la participación de la artista española Paloma San Basilio como integrante del jurado de la competencia musical del certamen.

El anfitrión principal será el conductor y animador chileno Rafael Aranedo, quien visitó Miami y México DF en el marco de una gira de difusión del evento, junto a la alcaldesa de Viña del Mar, Virginia Reginato.

El Festival de Viña recibe todos los años a grandes artistas del mundo latino y anglo, y de a poco se conforma la parrilla de músicos e intérpretes que estarán en esta edición. Las bases para las competencias musicales ya están a disposición de los creadores e intérpretes interesados en participar (www.chilevision.cl).



César Sabroso, SVP de Marketing y gerente regional para Brasil de A+E Networks; con Rafael Aranedo, presentador del Festival; Virginia Reginato, alcaldesa de Viña del Mar; y Eddy Ruiz, presidente A+E Networks

El Festival de la Canción de Viña del Mar 2013 tuvo audiencias diarias que superaron los 1,7 millones de espectadores promedio por día en sus seis días de emisión sólo en Chile, y generó ganancias por más de 5 millones de dólares. A nivel regional, la transmisión por A&E obtuvo un promedio de 100.000 televidentes, ubicando a la señal entre los primeros 10 canales de Latinoamérica.

ESPN Y DISNEY CIERRAN ACUERDO CON LAS OLIMPIADAS ESPECIALES

PARA PROMOVER LA INCLUSIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE LOS DEPORTES

ESPN y The Walt Disney Company acordaron con las Olimpiadas Especiales una iniciativa mundial de dos años que, por medio del programa *Special Olympics Unified Sports*, permitirá promover en un ambiente de inclusión y aceptación social a las personas con capacidades diferentes.

Con una importante inversión económica, Disney y ESPN darán apoyo al objetivo de las Olimpiadas Especiales de inscribir antes del 2015 a un millón de participantes de *Unified Sports*, entre ellos atletas con capacidades diferentes, compañeros de equipo y técnicos.

Anunciada por John Skipper, presidente de ESPN, y Timothy P. Shriver, gerente general y director general de las Olimpiadas Especiales, la nueva colaboración expande el compromiso de 30 años a las Olimpiadas Especiales por parte de Disney y ESPN.

Una porción de los nuevos fondos se dirigirá hacia los programas de las Olimpiadas Especiales alrededor del mundo que ayudan a expandir a *Unified Sports*, y a mejorar las iniciativas de marketing y marca de *Special Olympics Unified Sports*, con la meta de acrecentar el conocimiento del programa.

Para ello, se han identificado ocho mercados objetivo de crecimiento, entre ellos cuatro en Estados Unidos (Connecticut, Florida central, el sur de California/Los Ángeles y sus alrededores y Seattle) y cuatro internacionales (Argentina, Brasil, India y México).

ESPN también ayudará a *Special Olympics Unified Sports* a desarrollar y fortalecer su marca mundial, prestando ayuda con marketing, investigaciones de mercado, publicidad y anuncios de vía pública en todas las plataformas de la compañía.



John Skipper, presidente de ESPN

Además, The Walt Disney Company e ESPN serán los Global Presenting Sponsors y Official Media Sponsors de los *Special Olympics Unified Sports* le darán su marca a los eventos de *Unified Sports* en los ocho mercados objetivo.

John Skipper, presidente de ESPN y co-director general de Disney Media Networks, destacó: ‘Mediante esta nueva propuesta nos sentimos orgullosos de desempeñar un papel de liderazgo en una iniciativa mundial para alentar a la inclusión social por medio de los deportes. Nos inspira la dedicación de las Olimpiadas Especiales en el mundo entero mediante *Unified Sports*. La inclusión y la aceptación son valores que nuestra empresa respalda y sé que nuestros empleados darán su apoyo a este maravilloso esfuerzo con gran entusiasmo’.



Queremos ser parte de su empresa.

Tenemos todo para convertirnos en el área de logística de su empresa. Su éxito es nuestro negocio. En Aerodoc aplicamos **ingeniería** a la logística para garantizarles a nuestros clientes un beneficio económico y una entrega rápida y segura de sus bienes de capital y de uso. Contamos con **licencias propias de importación**, lo que nos permite ofrecer un servicio puerta a puerta real. Hacemos la puesta a punto y el embalaje en **depósitos propios**, para proteger el equipamiento de nuestros clientes. Monitoreamos todo el proceso y podemos controlar tiempos de entrega y costos totales, y ofrecer un **SLA** de tiempo de tránsito garantizado.

Oficinas, depósitos y agentes propios en diferentes países de Latinoamérica -incluyendo Argentina y Brasil- nos permiten tener la **flexibilidad** para adaptarnos a los procesos de cada mercado, y **trabajar cerca** de cada uno de nuestros clientes. En **Aerodoc** podemos satisfacer sus necesidades de **distribución**, tanto a nivel operativo como cultural. Si su empresa no tiene un área de logística, podemos convertirnos en ella. Si la tiene, podemos darle todo el soporte que ésta necesite.



..

Oficina Central
1790 NW 82nd Ave.
Miami - FL 33126 USA
+ 1 305 640 0763

..

Atención al Cliente
+ 1 800 566 7983

..

www.aerodoc.com



VIVID ENTERTAINMENT, REFERENTE DEL SECTOR ADULTO

En charla con PRENSARIO, David Guerra, SVP de Vivid Entertainment LLC, destacó el trabajo que la empresa viene realizando en la región, y cómo se prepara para la próxima edición de Jornadas Internacionales.

En su paso reciente por Buenos Aires, Guerra resaltó: 'Estuve visitando a los operadores en Argentina e incluso tuve la oportunidad de

reunirme con importantes plataformas OTT que están trabajando en el país. Vivid TV arrancó operaciones a inicios de este año, ofreciendo una solución "llave en mano" para VOD entregando los contenidos completamente procesados en el formato de la plataforma, con los correspondientes archivos XML e imágenes ajustadas a las necesidades para cada operador.' 'Llave en



David Guerra

mano" significa que Vivid incluye, además, el knowhow y logística para que el segmento Adulto se convierta en protagonista de la plataforma en donde se lanza.

Uno de los productos estrella que ofrece es su paquete SVOD, que incluye una variedad de contenidos organizados en los más importantes



géneros para consumo ilimitado de los suscriptores al producto. 'Buscamos siempre la mejor manera de llegar al cliente a través del operador con un producto de calidad reconocida y con acceso multiplataforma', añadió.

'A propósito de multiplataforma, también ofrecemos un paquete multipantalla, que habilita el acceso desde cualquier dispositivo a los clientes suscritos a Vivid TV channel, éste último lanzado en México, y próximamente disponible en el resto de la región', completó Guerra.

Sobre los diferenciales que ofrece Vivid TV channel, el ejecutivo resaltó las características del canal que tiene contenido exclusivo, con programación de 24 horas y más de 90 títulos únicos por mes con sus géneros *Celebridades*, sus parodias de *Superhéroes*, las *Vivid Girls*, *Guías Sexuales* y el contenido generado en Hollywood y que sólo se encuentra en Vivid TV.

'Nuestros contenidos son diferenciados, recientes, y exclusivos, lo que hace una gran diferencia con otras ofertas del mercado. Tenemos modelo de negocio de "sociedad" con los operadores. Creemos que el operador de TV por suscripción en la región es el que tiene el contacto más robusto y directo con el cliente. Cuando lanzamos con un operador, le damos un soporte importante de mercadeo, promociones *on air* y todas las herramientas para optimizar al máximo sus ingresos', definió David.

'Asesoramos en términos de cómo presentar el producto, cómo comercializarlo, promocionarlo y posicionarlo. Organizamos acciones de mercadeo en conjunto para crear la expectativa de que el contenido está disponible en la plataforma de manera segura, provisto por el operador en la comodidad del hogar', comentó.



¡ Probable es el mejor valor en el mercado !



Nueva one-stop solución para entrega vídeo

- A **Codificación de Multi-audio/AAC/AC3**
- B **Transcoder para Multi-pantalla**
- C **Encoder para 12 SD canales y 6 HD canales**
- D **Edge QAM/scrambler para 24 frecuencias**
- E **Controlar CAS/SMS con H.264 SD/HD STB**

Para más información, por favor contacta con nuestro distribuidores :

Empresa	Correo
LATINO TCA	irodriguez@latinotca.com.ar
VIDITEC	hcaudet@viditec.com.ar



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



Distribución Telecom Energía Electrónica
CATV Fibra Óptica Transmisión

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



BBC GLOBAL NEWS: POR PRIMERA VEZ, EL CEO EN ABTA

TRAS LA FUSIÓN DE BBC WORLDWIDE NEWS Y BBC.COM

Fue la primera vez que el CEO de **BBC Global News**, **Jim Egan**, visitó tanto Brasil como ABTA junto a los ejecutivos de Castalia. Fue tras la fusión de **BBC Worldwide News** con **BBC.com** y el acuerdo realizado con Globo para generar programación.

Eso además pues Latinoamérica es un mercado cada vez más significativo para ellos, de mediana envergadura pero en franco crecimiento, con marcadas posibilidades como punto de negocios y un interés creciente de la audiencia en Brasil. Cuentan con un bureau bilingüe en Sao Paulo y ahora están agregando uno en Río con

la llegada de **Wyre Davies**, donde ya tenían una corresponsalía pero sólo en portugués. Respecto al interés en Brasil, hubo mucha repercusión con el incendio de la discoteca, los disturbios en la Copa Confederaciones y la visita del Papa, con 3 millones en la playa, además de lo que se viene con la Copa del Mundo y las Olimpiadas.

Ante la pregunta de **Prensario** sobre que alternativa representa BBC Global News para la audiencia de Latinoamérica, expresó: 'Desde el punto de vista editorial, total neutralidad y



Jim Egan, CEO



equilibrio. Por otro lado, si bien somos una cadena con head-quarters en Londres, hacemos un gran esfuerzo por no parecer una cadena británica. La DW da el punto de vista alemán del mundo y Globo se enfoca en Brasil. Nosotros no lo hacemos en ningún país y tenemos un marketing muy claro en ese sentido. Se manejan 28 idiomas en la cadena.'

Vale diferenciar que con BBC Worldwide son dos empresas totalmente distintas.

TELEFE: 15 AÑOS DE LA SEÑAL INTERNACIONAL



Ariel Katz, ejecutivo senior de ventas afiliados, Daniel Otaola, gerente de señales, Nancy Rolón, coordinadora de marketing, y Claudio Ipolitti, director de interior y señales del Grupo

La señal internacional de **Telefe** cumple 15 años, y lo festeja con crecimiento en todos los aspectos y a través de múltiples plataformas, con el objetivo de 'brindar a los televidentes de habla hispana del exterior, la posibilidad de acceder a los contenidos producidos por Telefe'.

La señal internacional se lanzó en abril de 1998, como resultado de un trabajo previo realizado desde principios de 1997, referido al desarrollo comercial, a la producción y armado de la señal, lo cual permitió presentar el canal en ferias de la industria durante todo el año previo a su lanzamiento. La transmisión comenzó simultáneamente en los países limítrofes de Argentina como objetivo inicial, con la finalidad de luego desarrollar la distribución en otros países y así expandirse a nuevos territorios.

En lo que se refiere al formato, la señal comenzó con 12 horas por 2. Actualmente es de 24 horas y sólo se repiten los programas emitidos

en prime time. La programación es casi en su totalidad emitida en vivo y en directo con respecto a su emisión en Argentina y se le suman los programas especialmente producidos para la misma, como *El deportivo* y *Todo fútbol*. Además enriquece sus espacios publicitarios con micros especialmente ideados para la señal.

La señal ha ido evolucionando en estos quince años en diferentes áreas, tales como las promociones on-air de los programas, ya que se realizan en forma exclusiva, y su propio look and feel, desarrollado exclusivamente para la señal internacional de Telefe. En cuanto a la publicidad dentro de la señal, comenzó hace diez años y ha registrado un aumento de venta año tras año.

Desde el punto de vista de la programación, la señal nació como una necesidad de emitir contenidos de Telefe para el resto del mundo, a través de su propia señal 24hs.

La recepción de la señal fue inmediata y muy buena, debido en gran parte a que el desarrollo de Telefe en el extranjero había comenzado a principios de los años noventa, mediante la venta de productos en el mercado internacional de televisión abierta con otros países. El nombre de Telefe ya estaba instalado como

productor y proveedor de contenidos, por lo cual se apuntó al mercado de televisión paga, que se encontraba en plena etapa de desarrollo.

En los inicios, un gran porcentaje del contenido de la señal era de producción exclusiva. A partir de la respuesta y las necesidades de los televidentes, actualmente la mayor parte de la grilla se compone de mayor cantidad de programas simultáneos en relación a los contenidos emitidos en Telefe Argentina.

Desde el punto de vista de la distribución, el crecimiento se fue dando en diferentes etapas. Uno de los puntos esenciales fue el ingreso en el mercado hispano en los Estados Unidos en Marzo de 2001.

Este fue un hito muy importante, ya que era un mercado que no tenía mucha penetración de señales en español. Fuimos uno de los primeros canales en establecerse allí, acompañando el desarrollo y el crecimiento de este mercado.

En la región el crecimiento fue permanente. Se incrementó la cantidad de clientes, y se extendió la presencia del canal no sólo a las principales capitales, sino también en las ciudades del interior de los diferentes países. Otro hecho importante fue la entrada de la señal a España y la disponibilidad de la señal en streaming de 24 horas en Internet. Han sido quince años de pasos firmes e importantes.



Protegemos su contenido.
Protegemos su negocio.

En Safeview tenemos una prioridad, proteger sus contenidos contra cualquier ataque. Su negocio estará seguro con el respaldo de nuestra tecnología líder y la cercanía y capacidad de una red de soporte de total confianza que opera en 35 países.



Solución digital integral para cable, terrestre, satélite, IPTV, híbrida, OTT

NUEVO EMPUJE DE MEDIA NETWORKS LATIN AMERICA

CON LEANDRO GAUNZER COMO DIRECTOR COMERCIAL

Tras una reestructuración, **Leandro Gaunzer** fue nombrado director comercial para toda América y Europa de **Media Network Latin America**. Antes de ocupar la dirección comercial no dependía directamente del presidente **Werner Schuller** y ahora sí con un responsable que le reporta para cada región.

‘La idea es darle una única línea comercial a toda la empresa para aprovechar el auge del DTH. Más allá de la competencia que hay en la oferta de servicios satelitales, los grandes clientes están con Media Networks. Eso habla

de la calidad y solidez de la plataforma como de lo atractivo del modelo de negocios. Los clientes no tienen duda y por eso llegamos a más de 5 millones de STBs’, dijo Gaunzer.

En Brasil tienen tres grandes clientes con **Vivo**, **Oi** y **Algar**, en Chile **Entel**, en Bolivia **Comteco**, en Perú y Colombia **Movistar**, en Venezuela **Net uno** y en Centroamérica **Albavisión**. Ya hay contratos firmados para completar la región este año con novedades en Argentina y México.

Se refirió puntualmente a su participación



Marcelo Oliveira y Leandro Gaunzer en ABTA

en ABTA, donde además del stand estuvieron en las palestras: ‘Nuestro objetivo además de marcar presencia y demostrar que somos una parte activa de la industria, fue participar de las pláticas sobre el desafío del crecimiento HD y lo hice como representante de las plataformas. También en dos meses volveré a Brasil por otro evento ya directamente satelital con el tema de banda K. Está el proyecto del gobierno brasileño de satélite propio y lo que Media Networks haga ahora puede valer para futuro’.

Hoy MNLA tiene dos productos: La solución White label vía satélite para hacer digitales a los operadores, y el **Go Digital** con el concepto de *headend on the sky*, con soluciones de redes de fibra, iptv o redes nuevas desde cero con una inversión casi nula del cliente. Es una gran ventaja comparada con otras soluciones del mercado. Tras ABTA iban a estar en ExpoCable de Guatemala.

MEDIA NETWORKS DESPLIEGA INTERNET SATELITAL EN BANDA KA

Media Networks desplegará su servicio mayorista de Internet satelital en Banda Ka (ISAT-KA) en Brasil, México, Chile, Colombia, Ecuador, Argentina y Perú, que podrá ser utilizada para dar conectividad en los hogares.

Leandro Gaunzer formó parte de un panel sobre el rol del satélite en el mercado de banda ancha, desarrollado durante el Congreso Latinoamericano de Satélites, realizado en

Rio de Janeiro para convocar a los actores más importantes de la comunicación satelital en la región. Allí, afirmó: ‘Estamos en la fase final previa al lanzamiento del primer servicio mayorista de Internet satelital para hogares. Creemos que esta tecnología tiene enorme potencial en América Latina, complementando la cobertura de las redes fijas y móviles para incorporar a millones de latinoamericanos a la sociedad de la información’.

DLA: CRECIMIENTO EN LA REGIÓN, AHORA CON CONTENIDO DE HOLLYWOOD

DLA estará presente en Jornadas Internacionales con la representación de **Álvaro Palacios**, director general de ingresos, quien afirmó que el producto de DLA ‘está ganando presencia’ en un mercado OTT que ‘crece a pasos agigantados’ en Latinoamérica, ‘estimulado fundamentalmente por la demanda de mercados como Brasil, México y Colombia’.

En este contexto, las aplicaciones de DLA, como la de **Clarovideo**, hacen crecer a la empresa de manera exponencial. Explicó Palacios: ‘La APP de **Clarovideo**, por ejemplo, ya está integrada en los Smart TV’s de **Samsung** y en las consolas de juego **XBox** y a finales de este mes se integrará a otros dispositivos’.

‘Los operadores de redes de la región están respondiendo muy favorablemente al VOD vía streaming de DLA y están viendo en la empresa un socio importante para el negocio OTT. Desde su lanzamiento a principios de año el producto --comercializado como **Clarovideo** en las plataformas **Claro**, como **Neon** en plataformas de otros operadores de redes y como **Now** en la plataforma de TV paga de **NET Brasil**-- ha venido ganando presencia muy rápidamente en el mercado latinoamericano’.

‘La semana pasada, **Clarovideo** se lanzó en Chile y República Dominicana por lo que ya está disponible en buena parte de la región (México, Colombia y Brasil). Otros lanzamientos vienen



Álvaro Palacios

en camino antes de que finalice el 2013. **Neon**, por su parte, ya se encuentra presente en Colombia (**Emcali**) y está a punto de concretar acuerdos en México y Brasil, entre otros mercados de la región’, añadió el ejecutivo.

Finalmente, remarcó que en los últimos meses la empresa ha cerrado acuerdos ‘con todos los grandes estudios de Hollywood’, logrando un ‘diferencial muy importante’ en relación a otros players del mercado: la capacidad de ofrecer películas de muy reciente estreno en modelo transaccional a pocos meses de su salida en cine.

YOUR GLOBAL PARTNER FOR REMOTES & ACCESSORIES



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

UNIVERSAL ELECTRONICS

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

REPORTV LANZÓ NUEVA APLICACIÓN PARA MÓVILES



Mario Grossi

ReporTV, proveedor de servicios y soluciones para guías de programación, sigue incrementando la oferta de servicios y mejorando las plataformas de llegada, no sólo al operador sino

que al usuario final de televisión por suscripción.

A sus ya clásicas guías en pantalla, soluciones de publicaciones gráficas y digitales para operadores, buscadores web y alimentación de EPG, ahora suma una aplicación para dispositivos móviles que facilita y mejora la búsqueda de programación con un *look and feel* dinámico, amigable y adaptado a cada región para mejorar la relación de los operadores con sus suscriptores.

La nueva aplicación disponible para Android e IOs, fue diseñada en los formatos nativos de cada plataforma para lograr una interfaz sencilla que se adapta fácilmente a la gráfica de los ope-

radadores, pudiendo generar distintas guías para diferentes clientes. Una de las características de *ReporTV Mobile* es la geolocalización, que automáticamente determina cuál es la grilla indicada para cada ubicación.

En charla con **PRENSARIO**, Jorge Gambier y Mario Grossi destacaron los avances tanto comerciales como tecnológicos que ha tenido la empresa en estos últimos meses. 'Estamos muy contentos, no sólo porque seguimos creciendo año a año en servicios, productos, profesionales y ventas. También nos superamos en todos los aspectos, lo que nos indica que vamos por buen camino. Hoy la empresa tiene cerca de 30 empleados, con representantes de ventas en distintos puntos de la región, con clientes en todos los países de Latinoamérica y hoy innovando en la industria con soluciones como el *ReporTV Mobile*'.

'A nuestros clásicos *Cis Pantalla* (el primer producto comercial que lanzó la empresa hace casi 20 años), los servicios de diagramación para suplementos de espectáculos, revistas semana-



Jorge Gambier y Manuel Aranz, de ReporTV

les, o publicaciones mensuales de programación de TV, las soluciones de meta data para guías interactivas de programación, el buscador de programación *Click2TV*, y los servicios de creación de buscadores web, ahora se suma la aplicación móvil que viene a posicionarse en el momento preciso a las soluciones multi-

pantalla', destacó Gambier. A lo que Grossi completó: 'Además, estamos trabajando con distribuidores OTT para alimentar sus buscadores de programación. Estamos en conversaciones con algunos de ellos y ya estamos trabajando en las primeras soluciones y haciendo las primeras cargas.'

'Entre nuestros clientes se destacan **Telefónica** Perú, que busca alimentar sus servicios lineales y de OTT; **Axtel**, **Cablecom** y seguimos con **Tigo**, **TuVes HD**, **ClaroTV**, **TVCable** Ecuador, por mencionar sólo algunas de las empresas con las que trabajamos en la región', finalizaron Gambier y Grossi.

DESDE 1999 PROVEEDOR INTEGRAL PARA EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES

- 1- Retiro y Desconexión desde el domicilio del cliente
- 2- Logística de recepción
- 3- Diagnóstico
- 4- Reparación Electrónica
- 5- Reparación Cosmética
- 6- Empaque (Kitting)
- 7- Logística de despacho
- 8- Instalación de Servicio y equipos

Av. Einstein 1143, Recoleta, Chile
+56 2 455 9100 / 2 244 7030
fsanchez@legoocom.com - www.legoocom.com

El Mejor Camino para la Entrega Digital y Multipantalla

Soluciones de cabeceras digitales y servicios de RGB permiten a los operadores desplegar de forma rentable las redes de cable digitales y ofrecer servicios de alta calidad, y generación de ingresos a millones de abonados de una sola cabecera convergente.

Cuando el operador elige a RGB Networks, sabe que se pondrá en el mejor camino para el despliegue de cable digital, IPTV y servicios multipantalla. Las soluciones de cabecera de RGB le dan:

- Innovaciones en la codificación, transcodificación y multiplexación estadística
- Mejor calidad de vídeo en su clase y fiabilidad
- Experiencia probada en campo en despliegues a gran escala
- El primer transcodificador del mundo carrier class
 - Mas de 500 canales de vídeo de alta calidad
 - MPEG-2, MPEG-4, SD y HD en un solo chasis escalable
 - Superior redundancia: hardware, programas y fuentes de alimentación



Aprenda más ahora en www.rgbnetworks.com
 Visitenos en Cable-Tec Expo booth #346

La tecnología sin igual permite a los proveedores de servicios de vídeo a la transición a digital, optimizar las operaciones y prepararse para la entrega de vídeo IP.

Solución Cabecera End-to-End de RGB

RED INTERCABLE: TV EVERYWHERE Y SEÑALES HD PARA PYMES

Red Intercable lanzó en 2012 una plataforma de TV Everywhere, y cerró el año con una oferta de un paquete de más de 20 señales HD de más de 20 señales destinado a los cableoperadores Pyme.

Las 250 empresas que integran la organización cubren más de 500 localidades en 20 provincias del país. Pionera en el uso de MPEG-4 para la distribución *Headend in the Sky* (HITS) de contenido SD para cableoperadores, su servicio de televisión digital tiene un gran

desarrollo en la región. Actualmente hay más de 180 cabeceras remotas instaladas que cubren 300 localidades. La grilla de su sistema dibox cuenta con 98 señales y 5 canales de radios, de las cuales 20 señales son de alta definición.

En 2011, Red Intercable puso en marcha una nueva versión de cabecera remota, que permitió incorporar y encriptar señales en forma local pero con un acceso condicional centralizado en Buenos Aires abriendo po-

sibilidades a señales que no puedan ser transportadas vía el satélite propio de Red Intercable.

De esta forma, el sistema Dibox expande su capacidad a un centenar de señales HD.

Complementariamente, Red Intercable, a través de su servicio de TV Everywhere, **Dibox Play**, lanzó los paquetes de TV Everywhere **Moviecity Play** y **Hot Go** y se encuentra en implementación de **ESPN Play**.



GOSPELL: SOLUCIONES PARA DTV CON FUERTE SOPORTE LOCAL EN EL CONO SUR

Tim Zhou, manager para Latinoamérica de **Gospell Digital Technology**, comentó a **PRENSARIO** que la empresa de origen chino celebra el 20° aniversario y sus 10 años en Latinoamérica, donde provee soluciones para la TV digital que han resultado ser tanto innovadoras como con una ecuación de costos que están marcando nuevas posibilidades para los operadores medianos y pequeños en toda Latinoamérica.

‘La solución de Gospell diseña y produce todas las partes del sistema de TV digital; tenemos larga trayectoria y experiencia en la instalación de sistemas y soporte técnico, además de una estrategia de negocios flexible y un servicio a nivel local con socios confiables que cubren todo el territorio latinoamericano.’

A nivel regional, esta flexibilidad tecnológica también se extiende a la forma de financiamiento siguiendo las tendencias más actuales, que incluso se vieron reflejadas en la reciente IBC con gran innovación en el campo. Así ha logrado un fuerte crecimiento debido en parte a la atención local integral en los distintos países, como la que hace **Idan Kesell** en el Cono Norte —donde se digitalizó por ejemplo a 30 cabeceras independientes de México— que estuvo presente en todas las ferias como **Andina Link**, **Canite** y **Tepal**, y por **Wadt** en **Brazil** donde estuvo tanto en **ABTA** como en **Broadcast & Cable**.

Esto que se verá reflejado en **Jornadas**, donde estará representada por sus socios locales **Mauricio** y **Juan Amarilla**, junto a **Jorge Zaldivar**, con una presencia que se potencia para



Mauricio y Juan Amarilla, y Jorge Zaldivar, junto a Tim Zhou de Gospell

Argentina y Paraguay. En charla con **PRENSARIO**, expresaron tanto su confianza en la fortaleza de la marca como en su perspectiva de obtener resultados en el corto y mediano plazo pues las ofertas de Gospell responden exactamente a las necesidades de los operadores de los países del Cono Sur que necesitan digitalizarse pero con costos que no pueden ser los disponibles hasta hace poco tiempo atrás. Si bien hay soluciones desarrolladas en Argentina, Gospell puede sumarse perfectamente a ese escenario para que adquiera gran volumen y también para hacer interesantes integraciones.

EUROCHANNEL: LO MEJOR DE EUROPA A LA REGIÓN

Gustavo Vainstein, Chairman y CEO de **Eurochannel**, comentó a **PRENSARIO** que la distribución de la señal está en ‘crecimiento constante’ en Argentina y el resto del Cono Sur, apoyado principalmente en los operadores como principal fuerza de venta, ya que ‘recomiendan el canal a sus colegas’, y en el trabajo de los equipos de ventas.

‘Eurochannel está en relación permanente con los operadores, y tiene un contacto muy fluido con los abonados a través de la página web de la señal, cuyo diseño incluye la posibilidad de un intercambio permanente para todos los que les interese opinar sobre el contenido en general, o bien de cada película en particular. Las páginas de Facebook de Eurochannel están

entre las más populares de los canales temáticos’, añadió Vainstein.

‘En colaboración con los operadores, seguimos organizando eventos en numerosas ciudades, proyectando el *Tour Eurochannel* en cortometrajes, y las películas más importantes de nuestra programación, en las Alianzas Francesas y en salas de prestigio’, detalló.

Además, comentó que los objetivos están en ‘emitir el mejor contenido disponible para TV paga, y a partir de ello, la mejor calidad de emisión, que sumados nos permiten consolidarnos en donde estamos y también ingresar en nuevos territorios. Los eventos organizados por Eurochannel hacen que el canal sea percibido como mucho más que un canal. Las proyeccio-

nes y manifestaciones permiten a los espectadores de Eurochannel reunirse, intercambiar ideas sobre sus programas preferidos.’

En octubre, se celebra el ‘Mes de Alemania’, para lo que numerosas embajadas alemanas en América Latina están organizando eventos para acompañar la programación. En noviembre, el foco será Georgia.

El canal busca traer ‘lo mejor de Europa’, en cine, música, series y documentales.



Gustavo Vainstein

En 1953, Lindsay creó TOUGH TECHNOLOGY

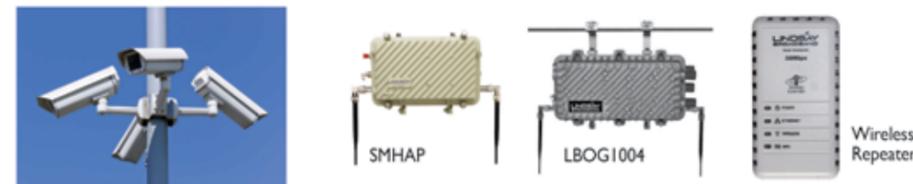
Lindsay Broadband ha diseñado y fabricado soluciones de productos de comunicación por sesenta años.

Nuestra tecnología Tough está diseñada y construida para soportar todos los elementos que se pueden lanzar. A partir de -40 grados a 60 grados, resistentes al agua hasta 15PSI, protegida contra sobretensiones y EMI inmunes, inversiones sólidas que resistan el paso del tiempo.

Soluciones ópticas, incluyendo FTTx equipamiento pasivo y activo tanto para la planta exterior y las implementaciones MDU.



Soluciones Wireless incluyen HFC Hotspots endurecidos, servicios empresariales inalámbricos punto a punto y multipunto, LTE backhaul Gateways y cadena montadas EMTA



Soluciones de RF incluye amplificadores MDU y nodos ópticos, amplificadores de línea de abonado y pasivos y Multitaps



Contáctenos +1 (705) 742 1350
www.lindsaybroadbandinc.com

LINDSAY: SERVICIOS COMERCIALES DESDE LA RED: GATEWAYS DOCSIS Y ÓPTICOS

POR DAVID ATMAN, PRESIDENT DE LINDSAY BROADBAND

La industria del cable ha demostrado su capacidad servir a la comunidad empresarial a través de sus redes híbridas (HFC). Los gateways montados DOCSIS y ópticos son herramientas confiables y rentables para los MSOs que permiten aprovechar al máximo su capacidad y multiplicar el número de oportunidades para ganar cuotas de mercado.

Los servicios corporativos se están expandiendo rápidamente. El año pasado, Comcast aumentó sus ingresos comerciales a 1800 millones de dólares, un 40% más que en 2010. En el Cable Show de este año en Boston, el Dr. Judy Reed Smith, fundador de AtlanticACM, dijo que los operadores de cable de Estados Unidos aumentaron su cuota del mercado de las telecomunicaciones (un negocio de 40.000 millones de dólares) en un 24% con respecto al año pasado, lo que representa hoy alrededor de 10% del total.

La cuota del mercado telco de los cableoperadores, podría duplicarse para el año 2017, de acuerdo con Reed Smith. Al frente de este crecimiento hay una propuesta de valor que incluye la proximidad a los mercados, la eficiencia operativa y una cartera de tecnologías

maduras. Según una estimación, la planta al aire libre de la industria, se encuentra dentro de una milla y media del 80% de todos los negocios de Estados Unidos. Los MSOs pueden rápidamente y sin muchos esfuerzos servir a los segmentos corporativos del mercado mediante el uso de componentes ópticos, inalámbricos y DOCSIS gracias a su facilidad de despliegue.

Lindsay Broadband le ofrece a los MSOs múltiples maneras para llegar a nuevos clientes con los gateways reforzados, tanto DOCSIS como ópticos. En combinación con equipos adicionales a la red al aire libre,

tales como cámaras IP de tráfico y de seguridad, puntos de acceso, las células pico para móviles, entre otros.

Estos gateways HFC-alimentados le permiten a los MSOs prestar servicios de valor agregado en una amplia gama de entornos.

Estas implementaciones aprovechan al máximo la planta externa. Un CMTS (Cable Modem Termination System), compatible con la infraestructura montada que soporte DOCSIS, junto a un equipo de cabecera óptico como el que provee Lindsay, junto a



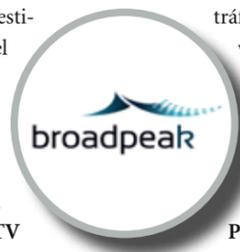
un media converter basado en SFP, se debe complementar con los gateways ópticos. El soporte adicional puede provenir de switchers ethernet basados en tecnología IP que dentro de una WAN permiten gestionar la infraestructura instalada mediante un sistema de back office.

Las puertas de enlaces ópticos y DOCSIS combinadas con otras tecnologías se pueden implementar en aplicaciones reales en un tiempo no mayor a una hora. Así, permiten aplicaciones punto a punto (Strand Mounted DOCSIS and Optical Gateway de Lindsay); monitoreo de seguridad (puertas de enlace DOCSIS y ópticos combinados con una cámara de seguridad IP); aplicaciones punto a multipunto (mediante la combinación de las puertas de enlace con los sistemas de radio Wi-fi); cámara de tráfico Backhaul (Gateways con hasta cuatro puertos GigE 48VDC PoE); Strand EMTA Gateways; y arquitecturas celulares distribuidas (Lindsay Gateway).



BROADPEAK: RECONOCIDO POR SU TECNOLOGÍA PARA WEB TV

Arnault Lannuzel destacó que, en la IBC, Broadpeak recibió el prestigioso premio otorgado por el selector de CDN, Umbrella en la categoría Best Web TV Technology. Permite a los operadores conectarse con un CDN global hasta cuatro, como requiere por ejemplo TV Globo, siempre con una muy buena relación costo-calidad de servicio. Para el



que tiene un CDN se genera un exceso de tráfico y después de determinado volumen puede pasarlo al CDN global. Sobre IBC destacó el movimiento que tuvo su stand con gente de Uruguay, con Antel y TCC con Javier Ruete que son clientes, Héctor Pérez de UNE de Colombia, Globosat, GVT, Oi, Tim, TyC Sports y muchos otros.

ENTROPIC

Entropic, empresa especializada en servicios para DTHs, estuvo por primera vez en ABTA en Brasily Prensario entrevistó a Eli Sarvati, responsable de desarrollo de negocios. Tiene entre sus clientes a DirecTV y Sky y vienen de hacer un buen acuerdo para Panamá. También tienen negocios con Claro. Dijo que 'el auge de los servicios satelitales se está dando en todo el mundo', pero que en Latinoamérica fueron más abiertos a los clientes con las facilidades de prepago. En ningún otro lugar se puede contratar un servicio por dos meses para ver el mundial. En Estados Unidos decididamente no y en Europa, aún con mayor flexibilidad, hay más requisitos. Con SES tienen el adaptador del protocolo Moca.



Eli Sarvati



Plataforma de Pruebas Masivas para Cable Módems y EMTAs

- Banco automático para pruebas y diagnóstico en lotes de hasta 48 modems o EMTAs
- Soporta todas las marcas y modelos de equipos
- Prueba todas las versiones DOCSIS, hasta 3.0
- Actualiza automáticamente el firmware de los equipos
- Efectúa pruebas completas de telefonía en los EMTAs, incluyendo calidad de línea
- Permite una operación rápida y sencilla por personal no-técnico
- Posee un completo módulo de reportes con posibilidad de exportar resultados
- Optimiza la logística inversa, aumentando la productividad y confiabilidad de las pruebas

Cable Modem Test Platform

Promptlink Communications
4005 Avenida de La Plata. Oceanside, California 92056, USA
+1 760 688 4022 ext. 726
www.promptlink.com

Soluciones para datos, voz y video sobre cable

ARCOM: ÉXITO DE HUNTER Y QAMSNARE

Gabriel Larios, VP de ventas internacionales de Arcom, comentó a PRENSARIO que la empresa continúa avanzando con su objetivo de posicionar fuertemente sus soluciones Hunter y QamSnare, que ayuda a los clientes a ser proactivos y no reactivos.

El ejecutivo estuvo presente en Tepal, siempre junto a la incorporación de este año, la ingeniera María Alejandra Galindo que lo acompaña en la atención para Latinoamérica, sumando servicio a la región. Galindo dijo sobre

sus objetivos para este año: 'Esperamos finalizar con éxito el gran proyecto que tenemos en México. De igual forma, conocer los clientes de Latinoamérica y posicionar los productos que tenemos.'

'Debido a la gran demanda de servicios de los usuarios finales, los operadores latinos deben ir creciendo tecnológicamente con el fin de satisfacer dichas necesidades y a su vez, contar con proveedores que vayan de la mano



Gabriel Larios de Arcom, junto a Mauricio Ramos de VTR/Liberty Global de Chile, Jorge Schwartz de TVCable Ecuador, y Eduardo Stigol de Inter Venezuela en Tepal

y les brinden soluciones completas y que les generen valor.'

Las soluciones de Arcom brindan herramientas que facilitan a los clientes sus tareas de mantenimiento diarias, ayudándolos a ser proactivos para solucionar problemas en sus redes y previniendo afectaciones de servicio futuras, traduciéndose en usuarios finales satisfechos.

INTRAWAY: CONFERENCIA DE LEONARDO RZEZAK EN TEPAL

Leonardo Rzezak, CEO de Inaway, estuvo en Tepal, donde dio una conferencia sobre la saturación de direcciones IP existentes en Internet, que se convirtió en uno de los momentos técnicos más relevantes de la expo realizada en Ciudad de Panamá.

Rzezak se refirió al agotamiento de códigos disponibles bajo el actual sistema, denominado IPv4. En Latinoamérica, está calculado --al ritmo a que se están asignando direcciones-- que en abril de 2014 ya no quedarán más códigos IPv4 disponibles; y, hay regiones del mundo donde ya se han agotado en la actualidad.

El nuevo sistema de codificación IPv6, diseñado para solucionar el problema, tiene el inconveniente de que no es compatible con 'muchos productos hogareños actualmente en uso y muchos productos WiFi', señaló el expositor, por lo cual se está trabajando con alternativas que impliquen un menor uso de códigos. Uno de ellos es la aplicación de la tecnología NAT, con un router que comparte una red privada, haciendo innecesario que cada dispositivo en la red tenga un código "público", como se ha hecho hasta ahora.

De acuerdo al CEO de Inaway, esto permitiría extender la vida útil del código IPv4



Leonardo Rzezak

en 5 a 10 años más, aunque a cierto costo y, de acuerdo al expositor, 'problemas para el usuario', como el "spam".

La conversión, aunque inevitable, se realizará en forma gradual y minimizando los inconvenientes a los usuarios. Entre las empresas que están trabajando actualmente con IPv6 figuran Telefónica del Perú, con cerca de 200 mil usuarios IPv6, y Comcast en Estados Unidos, 'que ya tiene 6 a 7 años trabajando en este tema'.

LEGOOCOM: CENTRO DE SERVICIO PARA SUDAMÉRICA



Federico Sánchez

Federico Sánchez es el CEO de Legocom, compañía chilena que ha instalado un centro de servicio para atender a todo el Cono Sur y PRENSARIO INTERNACIONAL

Sudamérica con 2.200 metros cuadrados de planta. Con ese objetivo estuvo en Andina Link. Existe desde 1999 y repara componentes DCT, Cable Módems, MTA's, Fuente Alpha, HFC Line Gear, DTH y Set Top Boxes (STB), con lo cual se abastece y atiende a todos los sectores de la industria de las telecomunicaciones.

Cuenta con infraestructura de Kitting, proceso por el cual re-empacan equipos en caja de cartón con imagen corporativa, accesorios y manual de usuario.

Ya es centro de servicio autorizado de

Motorola, está por cerrar con Pace y también mantiene un acuerdo para los países del sur con Fyco y todas sus marcas. Lo interesante es que repara equipos dentro y fuera de garantía, y una vez realizado el trabajo ofrece seis meses más.

Legocom es especialista en soluciones de logística de reversa, moldeamiento y gestión de procesos operacionales. Se proveen además equipos domiciliarios, planta externa y planta interna. La reparación es de equipos analógicos y digitales.

Los Expertos Quieren Mas!!

Proveemos infraestructura de Banda Ancha...

GPON

Trident7® Platform

Node PON™

Standards-based Provisioning and Management Solution

EPON

Support for legacy set top RF Return

Comprehensive selection of ONTs

Video Overlay



...para proveedores de servicios de telecomunicaciones

Aurora Networks líder y pionero en tecnología óptica de banda ancha, ahora con el portafolio de Trident7 cuenta con un amplio espectro de dispositivos creados, diseñados y comercializados para ofrecer soluciones FTTX que permiten entregar servicios de alta calidad a clientes residencias y clientes de pequeñas y grandes empresas. Nuestra plataforma FTTX permite transportar servicios de voz, video y datos. Nuestra tecnología de transmisión es RF (análogo/Digital) y/o IP. Aurora Networks tiene una solución para sus necesidades y requerimientos de transporte de banda ancha.



www.aurora.com | 408.235.7000

Defining the Evolution

Videoswitch

DISTRIBUIDORES DIGITALES
SDI SD / HD / 3G
ASI



Características:

- ✓ Distribuidor digital económico y de alta calidad para 10 (2UR) o 4 (1UR) distribuidores.
- ✓ Módulos de 1 entrada con 4 salidas y de 1 entrada con 8 salidas.
- ✓ 2 fuentes redundantes .
- ✓ Ecuilibración automática en la entrada.
- ✓ Detección automática o forzada de bitrate.
- ✓ Reclocking con ByPass automático o forzado para cuando la señal no se puede re-clockear.
- ✓ Indicadores de: pérdida de señal, enganche del reloj, bitrate y SD/HD/D3G.

GUÍA DE PROGRAMACIÓN ELECTRÓNICA
EPGS DVB / ISDB-Tb



www.videoswitch.tv
info@videoswitch.tv
+54 (11) 4911-5551

SAFE VIEW: FUERTE POSICIONAMIENTO EN LA REGIÓN

Carlos Granzotto, asesor de Safe View, comentó a Prensario que la marca tiene un 'fuerte posicionamiento' en Argentina, donde es proveedor de 16 cabeceras funcionando en distintos cableoperadores, y en Perú, donde tiene presencia en tres operadores importantes de Lima y el interior del país.



Además, señaló que trabaja con integraciones en Venezuela, Colombia y Ecuador, donde 'han consolidado a Safe View como referente de la industria digital de la región'.



Sobre el foco de trabajo en el mediano plazo, Granzotto adelantó: 'La prioridad está fuertemente marcada hacia los Set-Top-Boxes HD en un año previo al mundial de fútbol Brasil 2014. Sin embargo, una vez que profundizan en la industria digital, su concepto cambia y la preocupación comienza a proyectarse sobre la protección de contenidos'.

Y concluyó: 'En términos de protección de contenido, la marca es muy sólida, ya que ha sido considerada por Frost & Sullivan, entre las más confiables por el desarrollo de su CAS (Conditional Access Systems)'.

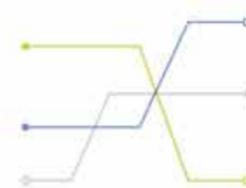
AURORA: NUEVA SOLUCIÓN PARA OPERADORES

Aurora Networks lanzó su solución de arquitectura de acceso de banda ancha distribuida para operadores de cable



e Internet, que provee la capacidad de preservar su inversión en infraestructura existente y dejar lugar para futuras innovaciones.

La solución representa la primera tecnología de Nodo QAM de Aurora y extiende el dominio de la cabecera digital hacia fuera del nodo de la fibra óptica. La interfaz digital-RF es migrada del headend al nodo, acarreando contenido digital al nodo utilizando banda base, ópticas de datos de grado y distribuyendo modulación QAM a los nodos. Esta arquitectura de Aurora es capaz de entregar cualquier combinación de servicios de Broadcast, narrowcast, cable, IPTV y DOCSIS, incluso en el mismo canal QAM.



ENERGÍA

FIABILIDAD | INTELIGENCIA | SOSTENIBILIDAD | EFICIENCIA



Con el apoyo de más de tres décadas de experiencia en la alimentación y el servicio de aplicaciones de televisión por cable, comunicaciones y energía renovable, los productos de Alpha han ganado una reputación mundial por su rendimiento, fiabilidad y valor.

Soluciones totales de energía
de Alpha Technologies Inc.



www.alpha.com

HARMONIC: 'LATINOAMÉRICA ES CADA VEZ MÁS IMPORTANTE'

Peter Alexander, Senior VP y Chief of Marketing de **Harmonic**, expresó que Latinoamérica es 'cada vez más importante' para la marca, tras el gran cambio que involucró el gran crecimiento de la base de suscriptores de video. Son mercados emergentes para ellos también África y Japón, pero ve que Latinoamérica está mucho más madura desde la perspectiva de la industria de la TV paga.

En función de eso van a darle cada vez más

soporte para apoyar las iniciativas con la Copa del Mundo de fútbol y la llegada del 4K a la región, además de seguir promoviendo la masificación del HD. Dentro de eso es interesante la formación del Service Center en Brasil --junto a **SDB de Sidnei Brito--**, que si bien responde a una filosofía de servicio global, profundizará la llegada a la región.

En materia de nuevas tendencias, se enfoca en multipantalla y OTT, con soluciones HD



Peter Alexander

and SD con MPEG cuatro para el mutliscreen delivery a todos los dispositivos y de encoding para streaming con múltiples play outs para HD. Destacó alianzas y desarrollos en la región con clientes como **Globo, Tigo y Total Movie de TV Azteca**, que s muy reciente.

VIACCESS/ORCA

David Leporini, EVP Marketing Products & Security de Viaccess/Orca, sostuvo que varios operadores tienen el objetivo de tener totalmente fidelizados a los usuarios, lo cual ya figura en la industria con nuevo costo estándar (Cost cheating) que tiene que ser eficiente. Ese 'engagement' tiene varios niveles desde lo más básico: el de los contenidos que se entregan con una licencia y un CAS para protegerlos; el segundo con el VOD y el tercero de customizarlo para hacerlo más personal para los clientes. En **Viaccess/Orca** opinan que eso ya no es suficiente y que es necesario mantenerlo

siempre en el propio universo y servicio del operador. Esto permitiendo a los clientes descubrir nuevos programas e interactuar a todo nivel con ellos. Lo que proponen es generar muchas y hasta miles de magazines (revistas) totalmente interactivas sobre los temas que más le interesen a los usuarios en películas, deportes o hasta cocina, con una revista que muestre especialmente eso. Un cliente con su tablets podría elegir una película y en tiempo real recibir la magazine con nuevas alternativas dentro de la exploración de este último nivel de engagement ganándolo para el día después.



David Leporini

En particular para Latinoamérica, comentó que tratan que los operadores puedan llevar a los usuarios a disfrutar todas las alternativas sin límites y puedan ir monetizándolas por ejemplo con publicidad local en estas revistas, que tienen un target muy específico para vender.

NAGRA YA PIENSA EN 4K

Nagra tuvo en su habitual gran stand de IBC dos presentaciones para la prensa. Una para el tema de múltiples pantallas, OTT y Middleware que viene manejando, y también una simpática e interactiva sobre el tema de 4K. Allí, según expresó su director regional **Thierry Martin**, no se trataba de presentar un producto sino más que nada expresar un pensamiento potencial sobre lo que puede ser una pantalla futura tan rica. Esto con HD y 4K donde decididamente crece el tamaño del televisor y del atractivo que puede tener en la sala. En la presentación, además de la multiplicidad de programas, había aparatos para apps, redes sociales y colecciones de contenidos.



Thierry Martin y Christine Auvry

APPEARTV

Sergio Rentería de **AppearTV** dijo en IBC que 'el esfuerzo a largo plazo de penetrar en Latinoamérica, ya está dando sus frutos con cerca de 30 clientes en la región'. Estos son principalmente de TV paga aunque también en el segmento broadcast, por decoders y encoders para la Televisión Digital Terrestre. Los clientes en general 'tienen mucha necesidad de información', y mientras otras marcas perdieron presencia, **AppearTV** ha tenido 'muy buena concurrencia' a los eventos del trade y han crecido. De cara a Argentina, expresó que 'entre los buenos clientes' está **Red Intercable**, que va a seguir agregando plazas con sus productos.



Sergio Rentería



Viaccess-Orca's TV Everywhere solution: the ultimate personalized, consistent, secured content experience on any device!

Personalized - customized for each screen, with integrated content discovery.
Support for managed and unmanaged (OTT) delivery services - enabling end-to-end workflow management.
Advanced content and rights management - across all content types and device types.
A unique combination of Pay TV and IP video experience.

www.viaccess-orca.com

Shape the ultimate content experience **viaccess-orca**



CAPER 2013: INTENSA AGENDA TÉCNICO ACADÉMICA

INCLUYE PRESENTACIONES SOBRE LA PELÍCULA 3D, *METEGOL*

La expo Caper 2013, que se realizará del 23 al 25 de octubre en el centro de exposiciones Costa Salguero de Buenos Aires, tendrá un completo programa técnico-académico, que incluirá una serie de actividades sobre la película argentina de animación 3D, *Metegol*, dirigida por Juan José Campanella.

El miércoles 23 de octubre, el productor y co-guionista, Gastón Goralí, disertará sobre la "Génesis del proyecto: la evolución y realización de la película de animación 3D que nació en Argentina y recorre el mundo". Luego, en conferencia "Dentro de la cancha", la que los responsables de la animación de *Metegol* explicarán el proceso, los desafíos y las anécdotas de esta experiencia.

Además, el director de animación, Federico Radero, y los supervisores Mauro Serei, Pablo Lorenzo e Ignacio Ochoa exhibirán imágenes de la realización de un plano para explicar los detalles del oficio de dar vida a los personajes de una película animada. Finalmente, el viernes 25 se llevará a cabo un taller sobre el proceso del sonido y musicalización de la película, a lo largo de tres horas. Incluirá una introducción histórica del proyecto y la proyección de secuencias para ilustrar los aspectos técnicos. Este taller estará a cargo de José Luis Díaz (director de sonido), Gonzalo Matijas (diseñador de ruidos y ambientes), Diego Gat (mezclador), Pablo Borghi (orquestador y arreglador) y Victoria Tenka (asistente de edición).

Por otra parte, se destaca la masterclass que darán en conjunto la ADF (Autores de Fotografía Cinematográfica Argentina) y Sinsistema Post (socio protector de ADF) el jueves 24 de octubre. El evento se dividirá en dos secciones: "El Director de Fotografía frente al advenimiento de la Tecnología" y "1, 2, 3:

Cámara - Volumen 2. Especial Alta Velocidad".

En el marco del convenio de cooperación firmado entre Caper y la Untref (Universidad de 3 de Febrero), se organizarán dos mesas redondas y una conferencia. Las mesas redondas tratarán los temas "Ley de medios: experiencias y desafíos en la construcción de una nueva señal de TV" y "Usos alternativos de las herramientas de broadcast: el arte electrónico". La conferencia se titulará "Potencial de la animación en el sector audiovisual nacional", en la que se expondrán distintos proyectos presentados en el marco del reciente lanzamiento del Primer Concurso para el Desarrollo y Promoción Internacional de Series de Animación del INCAA.

En relación a la televisión digital, el LIFIA (Laboratorio de Investigación y Formación en Informática Avanzada) de la Facultad de Informática de la Universidad Nacional de La Plata, brindará dos conferencias a cargo de los doctores Arturo Zambrano y Federico Balaguer: "Generación Automática de Contenidos para TV utilizando distintas fuentes de Datos" y "Ginga & EWBS: Innovación en Servicios de Datos ISDB".

El jueves 24, el ingeniero Juan García Bish presentará una conferencia sobre "Televisión Digital: el cliente toma el control", sobre cómo los cambios incorporan nuevos medios de acceso para poder consumir contenidos audiovisuales y su impacto en toda la cadena. El viernes 25 estará la presentación "Producciones Federales en el Nuevo Contexto Audiovisual. Relación entre la técnica y el modelo de producción: Posibilidades, Desafíos y Experiencias", a cargo de Paola Suárez, productora de *Germina Films*, y Santiago Seminara, director de fotografía y montajista.

En lo que respecta a radio específicamente, el viernes 25 se desarrollará el debate "Radio e In-



Pablo Lorenzo, Mauro Serei e Ignacio Ochoa

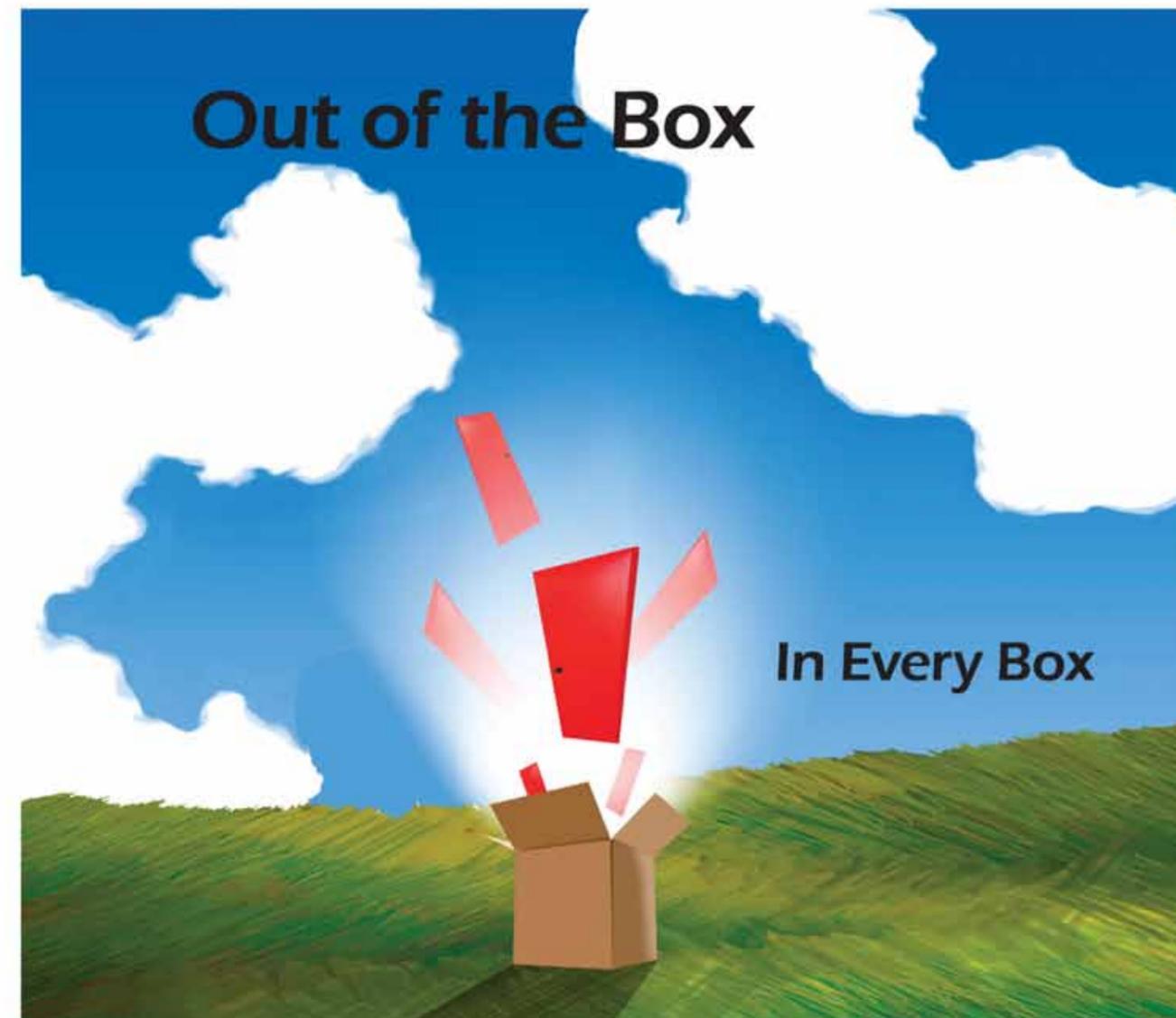
ternet: ¿son compatibles?", con la participación de Mariano González, Voice Talent y conductor del programa online *Radio Tsunami*, emitido por más de 200 radios en Latinoamérica, y Darío Durán, locutor nacional y director de deRadios.com, el diario de las radios.

CONCURSO DE CORTOS

Por segundo año consecutivo, se realizará el Concurso de Cortos para Escuelas de Cine y Video, organizado con el Distrito Audiovisual del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, la Cámara de Productoras Pymes audiovisuales (CAPPA), la Asociación de Directores de Fotografía Cinematográfica (ADF) y CAPER.

El objetivo es que los alumnos realicen durante la Expo, un corto de 1 minuto utilizando equipamiento profesional tanto para la captura de las imágenes como para la edición. Los diferentes equipos que representan a las escuelas e institutos, recibirán, semanas anteriores al evento, una capacitación técnica del uso de equipamientos profesionales que utilizarán, a cargo del prestigioso DF Martín Siccardi.

Todo el proceso se realizará en el marco de 3 horas de trabajo desde la construcción del guión, filmación y edición. Un jurado de miembros de la ADF y de CAPPA, seleccionará la escuela ganadora. Este año hay un record de participación con 9 instituciones: Enerc, CIEVYC, ISEC, BAC, UAI, Taller Imagen de la Universidad De Belgrano, CIC y UADE. Todos los cortos se proyectarán el viernes 25 de octubre en el auditorio 1 de CAPER 2013 y se premiará a los ganadores quienes, al igual que en 2012, recibirán premios de parte de las cuatro entidades organizadoras. El premio de CAPER serán dos pasajes con estadía para que, uno de los alumnos de la institución ganadora y un profesor viajen a la NAB 2014 que se llevará a cabo en abril del año próximo en Las Vegas.



Cost effective innovations are the hallmark of every Antronix design. More than 30 years of expertise in designing and engineering are in every product we build, whether it's our industry leading splitter designs, advanced MoCA and VoIP optimized residential amplifiers, or our Reverse Conditioning E-Option Taps and Faceplates.

Our "Design for Manufacturing" philosophy ensures high yield production at minimal costs. Proven field reliability and excellent reputation for quality positions Antronix as a leader in developing industry-leading products that meet the challenges of today's and tomorrow's HFC Networks.

At Antronix **creating value is just part of the package.**

ANTRONIX
CONNECTING THE WORLD OF COMMUNICATIONS

440 Forsgate Drive, Cranbury, NJ 08512 • 609-860-0160 • www.antronix.com



Pablo Borghi



Gastón Goralí



José Luis Díaz

ANDINA LINK CENTROAMÉRICA: AHORA, EL DESAFÍO ESTÁ EN GENERAR VALOR PROPIO

800 PARTICIPANTES DE LA REGIÓN

La 11ª edición de Andina Link Centroamérica se realizó del 10 al 12 de septiembre en el hotel Barceló San José Palacio de la capital de Costa Rica, donde reunió a más de 800 participantes de la región, según confirmó el organizador, TDC Events de Luz Marina Arango.

La expo convención contó con la presencia de cableoperadores de Costa Rica, El Salvador, República Dominicana, Nicaragua, Guatemala, Panamá y Belice que atendieron a las capacitaciones técnicas y a la expo comercial, destacándose la presencia de grupos numerosos de los grandes jugadores de la región como **Claro, Tigo y Cabletica**.

Luz Marina Arango, presidente de Andina Link, expresó: 'Los expositores quedaron conformes, transmitieron una buena respuesta de la feria. Se trata de una convención pequeña pero que ha permanecido por 11 años en Centroamérica. Costa Rica, sin dudas, vuelve a ser una muy buena opción con mayor apoyo y colaboración que en la anterior edición de Honduras, lo que se reflejó en el incremento en el número de participantes también.'



El equipo de técnicos e ingenieros de Telecable de Costa Rica



Vanessa de Paul Castro Mora y Random Avedaño, abogados, Carlos Leiva, de Cable Centro; y Fabio Masís, de la Cámara de Infocomunicación y Tecnología de Costa Rica

La feria comercial inició el segundo día, mientras que del primero al último, los técnicos de las empresas de televisión por cable de Centroamérica, asistieron al *Foro Internacional de la Convergencia, los Contenidos y los Nuevos Negocios* (FICA),

que mostró un elevado nivel de ponencias. Tuvo representantes de los entes reguladores como **Sutel** de Costa Rica, **SIGET** de El Salvador, y hasta la **ANTV** de Colombia y la **SCT** de México. Incluso el último día, estuvo presente el subsecretario de Comunicación (Sicom) de Paraguay, **Carlos Filippi**, junto al embajador de dicho país en Costa Rica, **Oscar Llanes Torres**.

En simultáneo, la organización de TDC Events desarrolló un seminario especialmente enfocado en las necesidades y situación actual de los proveedores de cable de Centroamérica, que orienta sobre la evolución de las redes de cable a sistemas integrales de telecomunicaciones,

dictado por los ingenieros en electrónica **Tomás Delgado**, de Bogotá, y **Juan García Bish**, de Argentina.

'Hoy vemos que las tecnologías son cambiantes y más accesibles que en la década del '80, haciendo de la digitalización un reto posible. Los invito a que no se dejen vencer por la competencia; aunque se instalen los monopolios podemos seguir en pie, buscando mejores inversiones y tratando de no desperdiciar el dinero, encontrando las mejores alternativas', enfatizó Arango en la inauguración del FICA.

En ese sentido, **Gabriel Levy**, director académico de Andina Link Costa Rica,



Luz Marina Arango, junto al panel inaugural: Maryleana Méndez Jiménez, de Sutel; Olga Castaño Martínez, de la ANTV de Colombia; Laura Canche Arteaga, de la SCT de México; y Roy Salazar

remarcó: 'Asistimos a un momento de recesión económica global, donde las empresas multinacionales buscan desplegar sus operaciones en la región, oponiendo una fuerte competencia para los locales. Hace algún tiempo dijimos que sería necesario para los operadores digitalizarse; hoy sólo han sobrevivido los que siguieron ese camino.'

'Ahora la disyuntiva está en la "nube", que es mejor entenderla como un "ecosistema digital", donde el operador tiene dos alternativas: convertirse en un carrier o transportador mientras ve cómo otros monetarizan el contenido que va por sus redes; o bien buscar generar valor creando sus propias plataformas de VOD apoyado en esta tecnología', completó Levy.

Maryleana Méndez, presidente del Consejo de **Sutel** de Costa Rica, compartió los últimos datos publicados por el regulador sobre el mercado de telecomunicaciones en ese país, destacando que a fines de 2012 la TV paga totalizaba 438.417 abonados, mostrando un 10% de crecimiento respecto al 2010. En el último año analizado, los ingresos del sector se incrementaron en un 15%. Además, la ejecutiva señaló que la apertura de las telecomunicaciones --concretada hace cinco años-- permitió a los cableoperadores sumar nuevos servicios, permitiéndoles llegar al triple play.

'En los últimos años hemos visto un importante despliegue de redes y un crecimiento en los ingresos del sector de las telecomunicaciones cercano al 140%, logrando representar el

Simple. Flexible. Costo-eficiente.



VERSATIVE

Codificación/Transcodificación para Aplicaciones de IPTV, OTT & Video Tradicional

Transcodificación Offline para Aplicaciones de VOD & Videos Almacenados en Archivos

- SD/HD MPEG-2 ⇌ H.264
- Alta definición en video con mínimas tasas de bits
- Orientado inherentemente a adaptación de streaming
- Soluciones costo-eficientes, flexibles, escalables
- Amplia rama de opciones en entradas/salidas (Banda Base, SDI, IP, QAM)
- Licenciamiento simple & costo-eficiente pay-as-you-grow
- Administración: basada en web GUI, SNMP, API & servidor administrativo centralizado en cluster

SOLUCIONES DE CODIFICACIÓN/TRANSCODIFICACIÓN • (TRADICIONAL & MULTI-PANTALLA)

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



ANDINA LINK CENTROAMÉRICA: AHORA, EL DESAFÍO ESTÁ EN GENERAR VALOR PROPIO



Bader Dip, de Telvisat (Honduras); Manuel Medina, de Catecsa (Honduras); Gustavo Castellanos, (Honduras); y Carlos Franconi, de Enlace Visión (El Salvador)

2,4% del PBI. Esto nos muestra que debemos mantener una regulación adecuada para apoyar este crecimiento y brindar las mejores condiciones de negocio desde el Estado', expresó Méndez.

Por su parte, Olga Castaño Olga Castaño Martínez, representante de las universidades en la ANTV de Colombia, se refirió a la situación de la TV digital en Colombia, lo que interesó en particular a los operadores presentes de El Salvador, ya que observan una cultura de consumo de TV y telecomunicaciones similar a la de su país. Castaño afirmó que la TV digital permite 'avanzar en contenidos, convergencia e interactividad', y remarcó que en su país está digitalizado el 50% del territorio. Allí el apagón analógico está previsto

para el 2019, momento hasta el cual se transmitirán en simultáneo las dos modalidades. El siguiente paso, indicó, es la transmisión en digital de las señales públicas, lo que se concretará el año próximo. El plan para llegar a las áreas geográficamente más alejadas u hostiles es la aplicación de un DTH social, que garantiza la llegada de la señal de TV vía satélite. A su tiempo, habrá que ver si ese caso es aplicable a los países de Centroamérica, donde tienen largas estaciones de lluvias intensas.



ANDINA LINK | TECNOLOGÍA

SLING MEDIA PRESENTÓ EL SLINGBOX

Mauricio Pérez, director de integración de producto de Sling Media, presentó el Slingbox, una solución de arquitectura unicast que funciona a modo de aplicación para ver TV en vivo vía streaming a través de cualquier dispositivo y desde cualquier lugar. Apunta a un perfil de consumidor de 35-54 años que viaja y le gusta el deporte, y pertenece a un nivel económico medio alto. El producto ya fue utilizado con éxito en Asia, lanzado recientemente en El Salvador, donde llega a través de su distribuidor local a toda Centroamérica y se expande en Brasil y México.



Mauricio Pérez

HUAWEY: CMTS PARA STREAMING CONTINUO



Michael Stevens

Michael Stevens, CTO para Latinoamérica de Huawei, habló sobre su producto CMTS, para streaming continuo OTT, dirigido especialmente a las empresas que buscan crecer en la capacidad de datos que ofrecen a sus clientes, lo que les permitirá 'ganar el mercado' ya que 'la carrera está en los datos', afirmó Stevens. Se trata de una solución de acceso para MSOs en cualquier medio (coaxial, fibra, cable Ethernet), y accesible en todos los escenarios (hogar, trabajo, en movimiento).

OLYMPUSAT: SOLUCIÓN PARA 'SUMAR VALOR A LA RED'

Francisco Sibauste, de VP de ventas y desarrollo de negocio US & Internacional de Olympusat, presentó una solución completa "turn key" para operadores que necesitan una opción de negocio viable que tenga ventaja competitiva, contenido de calidad y la tecnología incluida. 'OTT y TV Everywhere son primos hermanos; no tiene sentido ofrecer uno sin el otro. Esto porque los operadores como Netflix viajan sobre las redes que el operador ha desplegado y son ellos quienes se benefician económicamente. El OTT va a maximizar los ingresos al incrementar el valor en la red', enfatizó.



Francisco Sibauste



Telecommunications and CATV Products

Supply Chain Management Experts

People You Can Depend On

eCommerce Solutions

Global Distribution Network



Inventário permanente: uma maneira de mostrar-lhe que **trabalhamos onde Você trabalha**

+1 901 866 5116 | www.ptsupply.com | export@ptsupply.com | Your Supply Chain Partner

Las grandes marcas que nos respaldan

CATV
Alpha Technologies
Arcom
Arris /Regal /Motorola
ATX Networks
Belden /Thomas & Betts
Cable AML
CISCO /Scientific Atlanta
Gilbert
Harmonics
Holland Electronics
IBBS
iNovo
Lindsay Broadband
Opterna (AM Networks)
Pico Digital
RGB Networks
Stern Electronics
Telelynx
Viewteq
Viking Satcom /GalAmp/Patriot

ELECTRONICS AND TELECOMMUNICATIONS

Adtran
Amino
Comtrend
CXR Larus
Dotix
Enensys
Fujitsu
GarrettCom
Hai-Vision
iNovo
MikroTik
Netgear
Sitelle
Telco Systems
TKH Security
Transition Networks
Ubiquiti

WIRE AND CABLE

AFL
Belden
Corning
General Cable
OCC
Perfect Vision
PPC
Prismian /Draka
Submarine Cables
Sumitomo
Superior Essex
Times Fiber Communication (TFC)
Vericom

HARDWARE AND MISCELLANEOUS

A.B. Chance
Allied Bolt
Canusa
Central Wire
Dura-Line
HellermannTyton
Louisville Ladder
Maclean Power Systems /Senior
National Strand
Preformed Line Products (PLP)
Starline
Telecrafter Products
USA Band
Werner Ladder
Wire World

OSP AND INFRASTRUCTURE

3M
Alpha Technologies
Argus
Bourns
Channell
Charles Industries
Clearfield
Corning
Electric Motion
Energys
Erico
Haze Battery
L-Com
Multilink
Newton
Opterna
PLP
Rettal
Siemon
Suttle
TE Connectivity
Telect
TII Network / Porta Systems
Transition Networks

TEST EQUIPMENT AND TOOLS

AFL
Anritsu
Fitel
Fluke
GMP
Greenlee Communications
JDSU
Klein Tools
Lemco Tool Corporation
Ripley
Sumitomo
Sunrise
Trilithic

SIGNAL REPRESENTA A CB24 LORAC: FOCO EN LA REGIÓN

En el centro de exposiciones, sobresalió el stand de CB24, la señal de noticias con enfoque centroamericano que nació hace dos años en Costa Rica y proyecta afirmarse en la región.

Roger Gamboa, su director comercial, afirmó que el canal comienza a hacerse fuerte en su país de origen y crece en Panamá, con foco en toda la región.

Para eso, cuenta con la mirada estratégica de Signal TV, que a partir de ahora incorpora la señal a su catálogo, siempre bajo el liderazgo de Hortensia Espitaletta.



Hortensia Espitaletta, de Signal, y Roger Gamboa Valverde, de CB24

Lorac provee servicios de televisión para empresas de radiodifusión y cableoperadores en todo el Caribe, Colombia y Venezuela. Distribuye ocho señales, y tiene el objetivo de expandirse en el Cono Sur, según expresó Verónica Amador, directora de ventas para la región.

El catálogo incluye el canal de películas y series ion TV, el de comedias Cala Classics y el de clima Cala Weather, y LATV con transmisión en español e inglés, entre otros.



Tony Marchand, presidente de Lorac, y Verónica Amador

AMT

AMT presentó la caja DVB de Arris-Motorola, siendo el único integrador del mercado que ofrece la solución completa, afirmó Juan Carlos Marchesini, director de tecnología, sobre dicha cabecera que ha tenido éxito entre grandes operadores como Cabletica, Tigo y Telecable.



Juan Carlos Marchesini y Raúl Orozco

EVERTZ

Eduardo Arregui de Evertz, en el stand de su representante regional Sonivisión, comentó la reciente adquisición de ATC, fabricante de antenas satelitales y microondas que puede recibir hasta 35 señales simultáneas, reemplazando a una granja de antenas y minimizando los costos.



Eduardo Arregui y Randall Alvarado, de Sonivisión, con operadores

MAYA

Maya exhibió la solución punta a punta de fibra óptica junto a sus marcas representadas, destacando esta vez los kits de limpieza de fibra de Sticlkers. Octavio Álvarez Padilla se mostró satisfecho con la afluencia de operadores y afirmó que concretó ventas en el acto, y que hasta debió entregar el kit de exhibición. Esto impulsado también por su estratégica promoción especial para los clientes de Andina Link Centroamérica.



Octavio Álvarez Padilla

ESCAPE: PROPUESTA EN TV Y OTT

Otra propuesta novedosa fue la de Interfilme con su señal Escape, que presenta paisajes y música ambiental con llegada a través de cable y OTT para múltiples dispositivos. Liderada por Mauricio Trejos, busca llegar a los sistemas de cable de toda la región, más allá de Estados Unidos y Centroamérica, adonde llega vía satélite y por IP.



Mauricio Trejos y José Escalante, de Interfilme

HISPAN TV CRECE EN AMÉRICA

El canal iraní Hispan TV, con Dimitri Duarte, comentó que en la feria firmó más de 20 contratos con los operadores de la región y confirmó que en el último año la señal creció hasta llegar a 11 países y 5 millones de hogares en todo el continente.

Además, comentó que la señal está en negociaciones para ingresar en la cadena de hoteles Net 1 de Caracas, Venezuela. También en Colombia tiene una gran presencia, sobre todo a partir de la incorporación en 300 sistemas de cable gracias al acuerdo con ComuTV.



Dimitri Duarte

ROYAL NET: ACUERDO CON ADTEL

Royal Net, representada por Shirley Nadjar, cerró un importante acuerdo con Adtel, la cámara que nuclea a 22 empresas de cable y telecomunicaciones en República Dominicana para sus señales Cinema+ y Mi Gente.

Nadjar comentó que Cinema+ llega a 12 países, desde Bolivia a Guatemala, con su programación de cine independiente, una franja de cine erótico, premieres y programas sobre cine. Mi Gente está en 13 países, incluyendo US Hispanic, y cerró 'buenos acuerdos' durante Andina Link.



Shirley Nadjar, jefa comercial de canales de Royal Media, junto a Franchy Rosado, de Cable Onda República Dominicana



giko®

Productos de Fibra Óptica

Productos específicos para despliegue de redes FTTH

Productos certificados y homologados en operadores líderes del mercado

Planta de conectorización propia en Argentina

Giko Argentina S.A.
www.gikogroup.com
salesargentina@gikogroup.com

Planta de conectorización y Oficinas:
Emilio Lamarca 3369 - (C1417AMA)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel: +54 11 5235-3071

Viditec

30 años de experiencia al servicio del mercado argentino y latinoamericano

➤ Las marcas que representa y el *know how* de sus profesionales, convierten a **Viditec** en el aliado estratégico para los proyectos de su empresa.



> Ingeniería de Proyectos



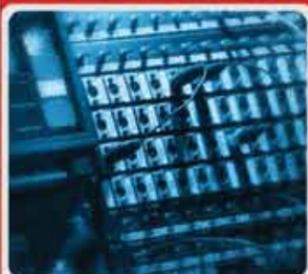
Viditec cuenta con un grupo profesional especializado en los diferentes mercados y aplicaciones que brinda a cada cliente una solución óptima a su necesidad.

> Instalaciones



Poseemos los más altos estándares de la industria para realizar instalaciones profesionales de pequeña y gran escala.

> Dirección de Proyectos



Llave en mano en Argentina y Latinoamérica cumpliendo los objetivos y los presupuestos definidos.

> Serv. de Operación y Post Venta



Servicio Técnico, Gerenciamiento, Contrato de Mantenimiento y Operación de Sistemas según requerimiento del proyecto.

SONY
make.believe

HARRIS

Tektronix
Enabling Innovation

KATHREIN

SPONCE

3Way

HARDATA

Humberto 1° 2889 - C1231ACE - Buenos Aires, Argentina
Tel: +54-11-4122-1200 / Fax: +54-11-4308-5493
info@viditec.com.ar / www.viditec.com

CORPORACION PERUANA DE TELECOMUNICACIONES S.R.L.

CORPETEL.COM



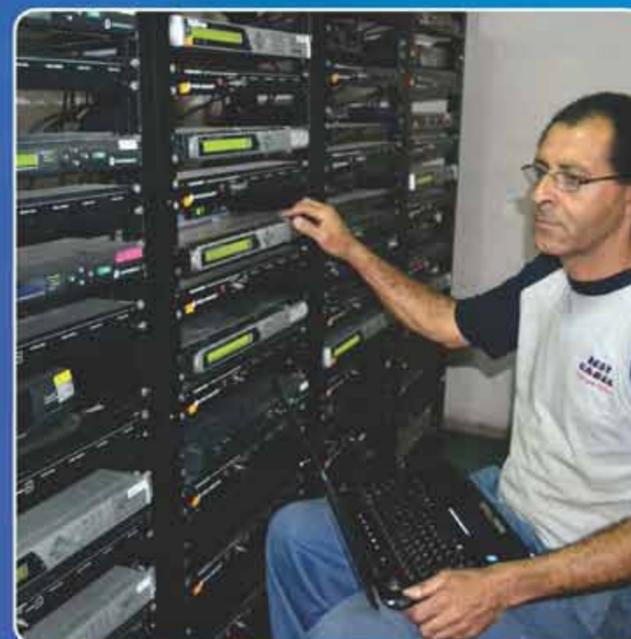
DE TODO PARA CATV, VIA SATELITE & REDES HFC

- Antenas Parabólicas de fibra de Vidrio (Homologadas por el MTC.)
- Moduladores A/V
- Combinadores Pasivos (Pico Macom)
- Receptores de Satélite MPG4
- Amplificadores ACI, Motorola y FTD Networks
- FTD POWER SUPPLY 14 Amp.
- Transmisores Ópticos
- Nodos Ópticos
- Plataformas Ópticas
- ODF 12, 24, 48 y 96 hilos
- Proyectos llave en mano (Head end y planta externa)



Corpetel cuenta con un Staff de Ingenieros y Técnicos especialistas en redes HFC que garantizan su inversión

SOLUCION INTEGRAL EN TELECOMUNICACIONES



www.corpetel.com.pe

Tienda: **JR. PARURO 1401 TDA. 108**
"PARURO SHOPPING CENTER"

Oficina Comercial:
AV. NICOLAS DE PIEROLA 1717 DPTO. 502

☎ 428 3002 / 426 1251

Rpm #315274
Nextel 817*3978

PERFECT VISION ABRE SU PRIMERA FÁBRICA EN ARGENTINA

Joel Quiñones, director de ventas internacionales de Perfect Vision, conversó con Prensario durante la reciente edición de Andina Link Centroamérica --que tuvo lugar en San José de Costa Rica del 10 al 12 de septiembre-- donde anunció la apertura de la primera planta de producción en Buenos Aires.

La fábrica de Perfect Vision, que ya se encuentra produciendo las primeras líneas de cable, atenderá a toda Sudamérica y tendrá el objetivo estratégico

de 'ser la llave de entrada al mercado mexicano', indicó Quiñones, además facilitar la atención y provisión de su principal cliente, DirecTV, que desde allí maneja su presencia en nueve países.

Junto con esto, el ejecutivo comentó el estado de la oficina inaugurada en Brasil en julio. 'Ya estamos llevando inventario, mientras avanzamos en el proceso de homologación con Anatel, que una parte clave del proceso para poder trabajar firmemente en Brasil'.



Joel Quiñones en Andina Link Centroamérica

POWER&TEL.: BUENA PRESENCIA EN ANDINA LINK

Power & Telephone estuvo en Andina Link Centroamérica, donde su gerente de ventas para la región, Ernesto Rivera, comentó que tuvo una 'muy buena participación', enfocada principalmente en los productos para conectividad de ATX y Antronix, esta última representada por Milton Ulua, gerente de ventas para Latinoamérica.

'Exhibimos las líneas de productos para acceso a Internet en el hogar. Recibimos a muchos operadores, de la ciudad y sus alrededores. Además, tuvimos la presencia de ingenieros de Tigo y Claro, los principales jugadores de Centroamérica'.

Sobre la actualidad del mercado, Rivera mencionó la reciente adquisición de OneLink Communications, proveedor de servicios de TV por cable, Internet y telefonía, por parte

de Liberty Puerto Rico. Con la fusión, Liberty --que se transforma en Liberty Cablevision Puerto Rico--, se convierte en el proveedor principal de servicios de cable en ese país, pasando por aproximadamente 70% de los hogares con cable en la isla. Así duplicará sus operaciones, ya que a los 37 municipios de la región este y norte en los que ya presta servicios de TV cable, Internet y telefonía, se les sumarán los ocho municipios de la región Metropolitana en lo que tiene operaciones OneLink, pasando a tener aproximadamente 700.000 hogares a su alcance y 480.000 suscriptores.

Al respecto, Rivera señaló: 'Estamos pendientes de esta operación ya que implicará un marcado crecimiento en cabeceras y fibra al hogar. Además, Claro lanzó en 37 municipios de Puerto Rico el servicio de IPTV, comple-



Milton Ulua, de Antronix, y Ernesto Rivera, de Power&Tel.

mentando su presencia en el mercado de TV paga en el país, donde ya daba DTH, y también estamos concentrados en ellos'.

Finalizó: 'En Centroamérica seguimos con Tigo, y tuvimos un buen año en Guatemala. También con CableOnda de Panamá, que desarrolla proyectos FTTH'.

PICO DIGITAL: NON STOP LANZÓ CINEBOX EN MÉXICO



Alejandro Cendejas y Hugo Valenzuela

En la última edición de Canitec, Non Stop anunció el lanzamiento del producto Cinebox de Pico Digital como distribuidor para el

territorio mexicano. Hugo Valenzuela, de Pico Digital señaló que tiene 'uno a dos distribuidores por mercado', y que actualmente Cinebox se ha vendido en 200 sistemas en la región como en Venezuela, Colombia, Perú y Ecuador. El sistema está licenciado para toda Latinoamérica con excepción de Brasil.

Alejandro Cendejas de Non Stop, dijo: 'Venimos trabajando juntos con Hugo Valenzuela desde hace más de diez años y este producto viene a cubrir la necesidad de los sistemas medianos y pequeños de tener contenido digital de una manera sencilla y económica. Es

como un gran salto de etapas, ya que integra el hardware con el contenido de más de 200 títulos en el paquete básico SD, distribuido en cuatro canales, más una guía'.

'Además se ofrece el paquete premium va a incluir los canales SD, más dos HD y un canal para adultos. Son más de 100 títulos para adultos, que se van a renovar cada 120 días coincidiendo con la renovación del pago. Se puede utilizar por sistemas de 500 abonados que jamás podrían pensar en tener contenido digital, pues el costo por canal o suscriptor es extremadamente bajo'.

PERFECT VISION[®]

MANUFACTURING

MEJORES SOLUCIONES, UNA MANERA MEJOR



Aproveche de nuestro Diseño,
Ingeniería y Capacidad de Fabricación
Desea Distribuir Nuestro Línea de Productos
Visite Nuestro Sitio Web: www.perfect-vision.com



JORNADAS
INTERNACIONALES
2013

25, 26 y 27 de Septiembre
Hilton Buenos Aires
Argentina

Fabian Meza - Territory Manager - The Caribbean and South America
Fabian.Meza@perfect-vision.com/ +54.9.3794.28.8020
Horacio Orozco - Territory Manager - Brazil
Horacio.Orozco@perfect-vision.com/ +55.11.98978.7114
Joel Quinones - Director International Sales Latin America
Joel.Quinones@perfect-vision.com/ 501-251-5967

GIKO: EQUIPOS PARA REDES FTTH Y DE FIBRA ÓPTICA EN TODO EL MUNDO

Giko se especializa en productos y accesorios para la industria de las telecomunicaciones, como fabricante de componentes activos y pasivos de fibra óptica. **Fernando Rama**, Country Manager de Argentina para Latinoamérica, explicó: 'Como resultado de muchos años de experiencia como distribuidores de componentes y accesorios para infraestructuras de fibra óptica, Giko estableció su planta de producción propia en Asia en 1995, que actualmente produce 1,5 millones conjuntos de conectores anuales'.

Su primera oficina de ventas internacionales, actual casa matriz, se abrió en España en 1999 con el objetivo de proporcionar un mejor servicio a los clientes europeos. Hoy, Giko cuenta con una red de distribución mundial con oficinas de ventas en América, Europa, Asia y África.

'Más de 300 personas forman parte de Giko en todo el mundo. La formación continua de sus empleados es fundamental para el logro de los objetivos y se invierte tiempo y recursos en la investigación y desarrollo de nuevas metodologías y procedimientos de trabajo'.



Giko está presente en Argentina desde 2006. Cuenta con un laboratorio de conectorización equipado con instrumentos y equipos para garantizar el cumplimiento de las normas europeas de calidad para sus productos, explicó Fernando Rama.

'Nuestros principales clientes son las empresas operadoras de telecomunicaciones tanto telcos como cableoperadores, con las cuales tenemos productos homologados. En el mercado latinoamericano trabajamos con **Telmex** México, **Telefónica** Brasil, **Telefónica** Argentina, **Claro** Argentina y Cablevision, entre otros', señaló.

El portafolio de productos de la marca incorpora más de 3000 productos para cada demanda en el despliegue de redes de fibra óptica incluyendo conectores, cables de fibra óptica, cajas de empalme, distribuidores ópticos, *splitters*, cajas de conectorización, etc.

Giko también ofrece, dentro de su gama de componentes de red óptica, soluciones para el despliegue de redes FTTH, la tecnología que soporta servicios de comunicaciones de alta capacidad/alta velocidad a través de fibra óptica directa al domicilio del usuario



Fernando Rama, country manager de Argentina

final (fibra directa al hogar). Sus productos incluyen cajas de derivación para exteriores e interiores, *splitters*, cables de distribución, cable drop, retenedores, caja de cliente, etc

'Todos estos componentes pasivos hacen posible la conexión y comunicación entre los equipos activos, de tecnología GPON, en central del operador (OLT) y los equipos activos de usuario (ONT) ofreciendo una alta gama de soluciones en función del tipo de despliegue de red realizado (aéreo, subterráneo, fachada, canalizado, etc.) y en función del tipo de cliente final (residencial, corporativo, etc).'

Y concluyó: 'Estamos firmando un convenio de representación con un proveedor y fabricante líder en el mundo de tecnología GPON como plan de expansión de la compañía que nos permitirá ofrecer una solución *end to end* completa para lograr satisfacer las demandas de nuestros clientes que buscan que el proveedor le ofrezca más productos y servicios'.

ST: NUEVOS CHIPS PARA STBs

ST, proveedor de semiconductores que atiende a clientes de todo el espectro de aplicaciones de electrónica y jugadores en circuitos integrados para TV digital y set-top-boxes, anunció el lanzamiento de nuevos dispositivos de su última gama de sistemas de circuitos integrados de STBs para alta definición terrestre, cable, IP y equipos OTT y por satélite. La marca expande su oferta de grabadora de video digital (DVR) interactivo con su nuevo dispositivo *STIH237* completo para transmisión digital de video, que integra un único demodulador *DVB-S2* para set-top-box vía satélite altamente integrado.

También suma a su portafolio de STB, el *STiH205*, adecuado para mercados que exigen funcionalidades de zapper básico o desarrollo de video.

El desarrollo de la familia de STB, System-On-Chip (SoC) *ICs* de ST es un mecanismo de procesamiento avanzado con recursos on-chip integrados para un diseño más eficiente del producto final. Con esto, los operadores pueden hacer uso de memorias de bajo costo y atender a otros objetivos de baja potencia.

Los STB SoCs soportan toda a gama de transmisión HD y codecs multimedia, patrones híbridos e IP, así como los más recientes para seguridad y protección de contenido de



normas, integrado con middleware stacks de los principales proveedores.

La familia de semiconductores de ST expande el acceso a *zappers* HD, PVRs (Personal Video Recorder), IP (Protocolo de Internet) clientes y cajas dobles HD para soportar servicios de TV conectada (Protocolo Internet TV), canales de información y de video Over-The-Top (OTT), juegos, catch-up TV y redes sociales.

Los Expertos Quieren Mas!!

Proveemos infraestructura de Banda Ancha...



...para proveedores de servicios de telecomunicaciones

Aurora Networks líder y pionero en tecnología óptica de banda ancha, ahora con el portafolio de Trident7 cuenta con un amplio espectro de dispositivos creados, diseñados y comercializados para ofrecer soluciones FTTH que permiten entregar servicios de alta calidad a clientes residencias y clientes de pequeñas y grandes empresas. Nuestra plataforma FTTH permite transportar servicios de voz, video y datos. Nuestra tecnología de transmisión es RF (análogo/Digital) y/o IP. Aurora Networks tiene una solución para sus necesidades y requerimientos de transporte de banda ancha.



www.aurora.com | 408.235.7000

Defining the Evolution

LATINOAMERICANA TCA, PRESENTE EN JORNADAS 2013



Andrea Baena



Latinoamericana TCA volverá a presentarse en esta edición de Jornadas Internacionales, donde continuará consolidando su presencia en eventos en donde convergen un gran número de visitantes del sector de la televisión paga.

Con más de 15 años de experiencia, la empresa considera este evento como una 'oportunidad para mostrar los nuevos desarrollos tecnológicos', en especial el sistema de digitalización de cabeceras de Wellav Technologies, partner de Cisco, y contando

con gran soporte técnico en sitio y el apoyo directo del fabricante, 'factores fundamentales en el momento de tomar una decisión que le permita estabilidad en el sistema'.

A su vez, para aquellos sistemas que han decidido ofrecer servicios adicionales a sus usuarios adecuando sus redes bidireccionalmente, TCA cuenta con los CMTS de Casa System Docsis 3.0 con el fin de prestar el servicio de Internet, brindando mayor servicio de ancho de banda al cliente final y con la característica de aumentar su capacidad a través de licenciamiento de software que permite mayor agilidad y manejo del sistema.

Además la empresa ofrece un programa de asistencia técnica en el que después de un estudio detallado de su infraestructura de red, se realiza un diagnóstico de mejoramiento e implementación de soluciones que podría desarrollar, para fortalecer su sistema y estar

preparado a los cambios y requerimientos tecnológicos.

Latinoamericana TCA tiene todos los elementos necesarios para el montaje de redes HFC, por lo que dispone de un amplio stock de fibra óptica ADSS, herramientas para el adecuado manejo de la fibra y diferente instrumental que facilitan el montaje y monitoreo de su red. Consideramos importante resaltar como herramienta principal la fusionadora para fibra óptica, herramienta necesaria para realizar los adecuados empalmes por fusión que le permitirán un adecuado diseño para el enlace de fibra.

Otro punto a tener en cuenta son las mini-cabeceras análogas que permiten una mejor administración del espacio, consumo de energía y agilidad en su mantenimiento, con capacidad para instalar hasta 12 mini moduladores en un chasis de 3 UR que de acuerdo a la necesidad de cada sistema existen diferentes opciones de configuración con moduladores fijos o ágiles.

CORPETEL: 'TENEMOS QUE ESTAR A LA VANGUARDIA'

Corporación Peruana de Telecomunicaciones (Corpetel), dirigida por Demóstenes Terrones Fernández --también titular de Best Cable de Perú--, cuenta con un extenso catálogo de productos, incluyendo antenas parabólicas, amplificadores Motorola, ACI, Alpha y cuenta con marca propia, FTD Network.

Además, cuenta con equipos de planta externa KTD y nuevas tecnologías en fibra óptica, 'muy solicitadas por los operadores peruanos', añadió Terrones.

En la última edición de la Cumbre APTC realizada en mayo en Tarapoto, Terrones anunció la contratación de Gerardo Rodríguez Carranza, especialista en telecomunicaciones, para llegar con 'mayor énfasis' a sus clientes.

'Visitaremos a cada uno de nuestros clientes en sus respectivas localidades para darles a

conocer nuestros productos. En Perú tenemos un lugar ganado pero tenemos que estar a la vanguardia', concluyó el ejecutivo.

BEST CABLE

Sobre Best Cable, Terrones destacó que fue la primera empresa de cable en Perú que contó con señal digital, a partir del proyecto desarrollado con la empresa argentina Safe View. 'Contamos con 50 canales digitales en HD, lo cual nos permite ofrecer múltiples servicios



de canales Premium y luego sumaremos Full HD de acuerdo a la necesidad del cliente', expresó.

'Tenemos equipamiento funcionando con nuestras principales señales digitalizadas en SD gracias al acuerdo con Safe View, y para este año pretendemos digitalizar también nuestras



Demóstenes Terrones, gerente general de Corpetel, junto a Gerardo Rodríguez, la nueva incorporación, en la última Cumbre APTC en Tarapoto

demás cabeceras', completó.

Sobre los principales desafíos para este año, Demóstenes Terrones destacó 'consolidarnos vendiendo señal digital e incorporando el Internet a nuestra red con equipos de alta calidad como son el CMTS C-4 que nos aporta capacidad para 50.000 clientes de Internet'.

UNA NUEVA ETAPA COMIENZA

ReporTV Mobile

¡Era hora! - Llega la primera aplicación móvil del mercado latino con cobertura de sur a norte. La nueva guía de programación con toda la información necesaria para cubrir el 100% de las demandas de todos los usuarios de habla hispana de América.

La app

ReporTV Mobile está disponible tanto para Android como para iOS, fue diseñada en los formatos nativos de cada plataforma para lograr una interfaz segura y al nivel que el usuario estaba esperando. Con gráfica fácilmente personalizable esta app nos permite poder generar distintas guías para diferentes clientes y como atributo extra Reportv Mobile cuenta con un sistema de geolocalización para las diferentes regiones y husos horarios.

Varias secciones

ReporTV Mobile cuenta con tres pantallas diferentes.



Listado de canales

Con un atractivo diseño en formato de grilla y un buen espaciado entre cada ítem.



Tu segunda pantalla

Son tiempos de cambio y los usuarios se adaptan cada vez más rápido a ellos. Por eso con esta app traemos la posibilidad a cualquier cable-operador de contar con su propia "Second Screen".



Programas destacados

Se genera una grilla que apuesta al destaque de los programas con la utilización de grandes imágenes.



Detalle de canal

En esta pantalla se utiliza un menú plegado para así poder aprovechar el espacio horizontal. Se muestra el programa actual y el siguiente con todos los detalles de cada uno.

NUESTROS PRODUCTOS

Proveemos la información para guías digitales a más de 200 cabeceras en todas las plataformas existentes en latinoamérica

Tenemos la mejor opción para editar su revista al más bajo costo, con la mejor información y con un excelente diseño.

Internet es una tecnología dotada de innumerables posibilidades a la hora de dar a conocer la programación a sus abonados. ¡Aproveche las oportunidades de nuestro buscador!



Fabricante Argentino de cables coaxiales flexibles

Y la más completa línea de equipamiento para:

- Cabezales de CATV, Analógicos y Digitales
- Redes de Fibra Óptica
- Redes Coaxiales y todo su equipamiento
- Instalaciones domiciliarias.
- Internet



Sucursal Córdoba:
Boulevard Los Granaderos 2722
Córdoba
Tel.: +54 0351 598 0084
wtsucursalcordoba@arnet.com.ar

Casa Central:
Domingo French 831 - Villa Martelli
Pcia. de Buenos Aires
Tel.: +54 11 4709 6650
ventas@wiretechsa.com.ar

Wire Tech International Inc.:
Ventas FOB
vmarcarian@wiretechsa.com.ar
Tel.: +54 11 4709 6650

www.wiretechsa.com.ar



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 20 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.**



ASUNCIÓN MEDIA SHOW 2013: UN MIRADA COMPLETA SOBRE EL MERCADO DE TV

BUENA EDICIÓN EN PARAGUAY

Una reunión de la asociación de cableoperadores independientes de Paraguay, un encuentro de legisladores tratando el tema "Comunicación y Política" y una presentación sobre "Tendencias de TV y valores agregados" fueron los principales atractivos de Asunción Media Show este año, en el Sheraton de la capital paraguaya.

En lo técnico, se expuso sobre "Nuevas tendencias de decodificadores digitales", a cargo del Ing. **Fabio Baudo**, y "Redes HFC" por el Ing. **Julio Desvers** de **Tigo-Millicom**, en un encuentro donde el tema subyacente fue la reactivación del mercado con la aparición de nuevos actores y una creciente competencia con las telcos Tigo y Claro.

En el marco de la convención, tuvo lugar el Segundo Encuentro Nacional de Cableoperadores del Paraguay, organizado por la **Cámara de Cableoperadores de Paraguay** (CCP), que comenzó con la firma del convenio con Canal U, y prosiguió con la Plenaria de la CCP, exclusiva para los socios. Luego se pusieron a consideración de los asistentes



Directivos de Isos, Certal, Conatel, Capps y autoridades, en la apertura de la exposición

los informes generales y finalmente, **Sandra Chávez** de **MVS Televisión** presentó los cuatro canales de la compañía a los sistemas de Paraguay. La CCP es presidida por **Federico Osorio** y cuenta actualmente con 76 empresas asociadas.

Durante la reunión, se afirmó que el mercado local de TV paga ha entrado en una 'fase de expansión' con el ingreso de actores como **Tigo** y **Claro**, y los cableoperadores independientes necesitan ahora aunar esfuerzos a fin de conservar su porción de mercado, ya amenazada en los últimos años por el ingreso de decenas de miles de cajas FTA para recepción de señales satelitales, modificadas por software para poder captar no sólo señales libres sino también las codificadas.

En otra presentación, **Guilhem Maury** de **Tigo Costa Rica**, habló sobre "Tendencias de TV y Valores Agregados", donde se refirió al futuro de la televisión. 'En el futuro todos los televisores estarán conectados, y van a salir más cosas. Además, los televisores tendrán su identidad, y ello les permitirá estar conectados. Una segunda tendencia será el streaming personalizado, según las preferencias del usuario; todo estará sincronizado a través de "cuentas" del usuario. Y el streaming se podrá sincronizar con el calendario del usuario.

Los canales se enfocarán en producción a estar disponible en Internet, para el "catch-up"; los contenidos no estarán archivados, sino "on demand". Esto permitirá saber qué



María Soto, presidente de Isos, en la inauguración de la muestra comercial

es lo que la gente sintoniza y los anunciantes podrán enviar mensajes personalizados al tipo de público que les interese. También ganarán ingresos quienes generen contenidos que atraigan a usuarios.

Finalmente, afirmó que muy pocas personas, menos del 0,1%, han dejado de ver televisión, pero 'son importantes'. Si no cambia la TV, en cinco a diez años se pasará del 0,1% a un 5 o 7%, y se constituirá en un problema.

El Ing. **Fabio Baudo** habló sobre tendencias en decodificadores y mantenimiento de redes; afirmó que la industria vive un período desafiante y que hay todavía múltiples operadores con redes analógicas, conservando un modelo de negocios que quedará seriamente comprometido de aquí a cinco o siete años; dijo que la digitalización se puede hacer con un retorno positivo de la información en la mayoría de los casos, evitando los errores de decisión.

Con respecto a las redes, afirmó que 'el receptor es ahora toda la casa del cliente,

We didn't invent...

Electrical Continuity



Ease of Installation



Reliability



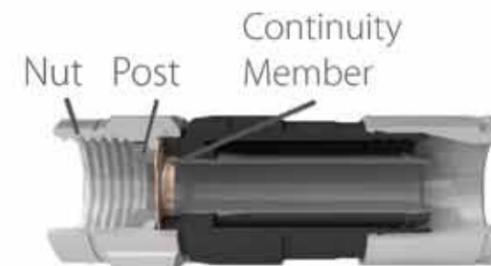
Universal Fit



We just brought it to you... in a connector that's part of the solution, not part of the problem.

SignalTight™

One part fits standard through quad cable easily



Most widely used, performing continuity connector



PPC's patented SignalTight™ continuity member maintains continuity even when left loose



See PPC's demo truck and find out how PPC can get your business connected!



ppcqr.com



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



Sergio Veiga y el equipo de Fox en Asunción Media Show



Sandra Chávez, de MVS, con Gabriel Carballo, de Red Multicable de Paraguay

ASUNCIÓN MEDIA SHOW 2013: UN MIRADA COMPLETA SOBRE EL MERCADO DE TV

QAM SNARE
 >> La tecnología de avanzada permite localizar y medir directamente los canales QAM que se filtran de la red

hunter
 >> MOBILE WEBVIEW

>> CHANGE THE WAY YOU MAINTAIN YOUR NETWORK

>> Hunter usa Radar Technology para encontrar exactamente la causa y la localización del problema, sea Analog CPD, Digital CPD, acceso, o impulso de ruido.

01 Encontrando el error
 Hunter identifica la zona de la red donde se encuentra el error.

02 Pinpoint la fuente
 Utilizando la Quiver móvil, los técnicos pueden localizar el punto exacto del CPD.

03 Solucionando el problema
 Con localización precisa del CPD, los técnicos disminuyen, sustancialmente, el tiempo de solución del problema.

ARCOM DIGITAL
www.arcomlabs.com

no la cajita' y 'lo ideal sería que el servicio no se corte nunca; muchos de los factores que afectan al servicio no son externos, sino producto de la complejidad de la operación', implicando errores internos. De acuerdo a las normas actuales, sería satisfactorio que un usuario vea cortado su servicio durante 59 minutos por año, lo permitido por un 99,9% de eficiencia. Enunció diversas causas de problemas y los factores a tener en cuenta para evitar o al menos reducir las dificultades, así como el exceso de costos por falta de cumplimiento de las especificaciones que prolongan la vida de los equipos electrónicos y electromecánicos.

También hubo un seminario de Legisladores de la región, que reunió a congresistas de distintos países para debatir acerca de temas de comunicación y política, con participación de **Darío Martínez** de Uruguay, **Arnoldo Wiens** de Paraguay y, desde Colombia, un mensaje de **Juan Francisco Lozano**, con moderación de **Carlos Peralta**, de **Unicanal**, y la presencia de **Pablo Scotellaro**, presidente de **Certal**.

Daniel Martínez afirmó que el objetivo es lograr 'una sociedad equilibrada' y se consideró obsesionado con las condiciones necesarias para eliminar 'los males que aquejan a la sociedad', lo cual reconoce como 'un debate largo'.

Se refirió a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual actualmente en debate en Uruguay, señalando que no interfiere con los contenidos, más allá de la fijación pautas para campañas políticas y otros aspectos puntuales. Abogó por la fijación de criterios que permitan la 'pluralidad de opiniones' y por la formulación de códigos de ética; la ley en discusión 'evita la concentración de medios' y establece la metodología de evaluación y un mecanismo de audiencias públicas. Con este criterio se han adjudicado ya algunas emisoras de radio en el pasado.

Con respecto a que haya más canales con la actual pauta publicitaria, considera que la misma será suficiente para un mayor número de emisoras: 'hay que balancear', dijo, agregando que cuando trabajó como



Carlos Cordero, de Turner, con Marcelo Bresca y Martín Condano, de Televisa Networks



Federico Osorio y Pablo Scotellaro firman el convenio para la retransmisión de Canal U en los sistemas de cable de Paraguay



María Soto, Solange Rasmussen, de Video Cable Continental de Lambaré, y Sandra Chávez, de MVS

ingeniero, la rentabilidad de su empresa 'era menor que la de los canales existentes: hay espacio para nuevos actores'.

En cuanto a los programadores, **Fox** ofreció una fiesta en el Pub Seven para los participantes en la noche del miércoles. **Sergio Veiga**, VP de Fox International Channels Latin America, destacó que en el sur de América, Paraguay 'es el mercado que mejores novedades de crecimiento nos ha estado ando en los últimos tiempos'. **Televisa Networks** lanzó en este show su nuevo canal UFC, dedicado a encuentros de *Ultimate Fighting*, que **Marcelo Bresca**, a cargo de los canales de TV paga de Televisa en el Cono Sur, espera tenga 'muy fuerte repercusión'.

INNOVATIVE SHIELDING SOLUTIONS



Visítenos en
 CABLE-TEC
EXPO'13
 OCTUBRE 21-24 / ATLANTA, GA
 Booth #1142

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

TFC South America S.A.
 Av. Sarmiento 786 - 9A
 H3500BJU - Resistencia
 Argentina
 Tel.: +54 362 442 1237

www.timesfiber.com



22^º
EDICIÓN ANUAL

EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS
PARA RADIO, TELEVISIÓN, CABLE, CINE, SATÉLITE, ILUMINACIÓN & AUDIO

- Seminarios
- Conferencias
- Workshops
- Master Classes
- Mesas Redondas

CAPER 2013

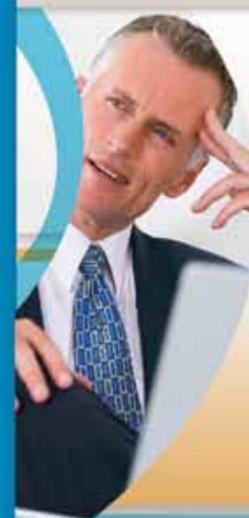
broadcast • cable • cine • satélite • iluminación • audio

MIE JUE VIE
23 24 25 OCT
BUENOS AIRES • ARGENTINA

TELEVISIÓN
CABLECINE
SATÉLITE RADIO
ILUMINACIÓN
AUDIO

www.caper.org

Tel/Fax: (54 11) 4374-9715 / (54 11) 4374-9202 . E-Mail: consultas@caper.org



casa systems
CONFIABILIDAD, ESCALABILIDAD
Y SIMPLICIDAD OPERACIONAL

Beneficios

- ✓ DOCSIS 3.0 Full, PacketCable 1.5
- ✓ Módulos independientes de Downstream y Upstream.
- ✓ Licenciamiento por software, para sumar canales.
- ✓ Fuente redundante. Placas intercambiables.
- ✓ Confiabilidad, escalabilidad y simplicidad operacional.



“ Los nuevos CMTS de Casa Systems, permiten a los operadores de cable ofrecer de manera rentable servicios de banda ancha altamente escalables como acceso a servicios VoIP y banda ancha tradicional.

flowdat
GESTIÓN Y PROVISIONING
DE SERVICIOS

Beneficios

- ✓ Geolocalización.
- ✓ Nueva interfaz gráfica.
- ✓ Monitoreo de dispositivos avanzado.
- ✓ Portal cautivo y autoprovisioning.
- ✓ Integración con Radius y Access Servers.



“ Con más de 16 años de experiencia en el sector y nuestra especial atención, podemos brindar soluciones concretas, basadas en las necesidades y el presupuesto de cada uno de nuestros clientes.



swiftserve
CACHE DE CONTENIDOS

Beneficios

- ✓ Mejora la experiencia de los usuarios sobre contenidos multimedia y web.
- ✓ Reduce costos y ahorra entre un 20% y 60% de ancho de banda.
- ✓ Prolonga la vida útil de su RED.
- ✓ Permite filtrar contenidos.
- ✓ Optimizado para Video.
- ✓ Reportes gráficos y estadísticas avanzadas.
- ✓ Escalamiento horizontal agregando más servidores.



EMPRESA MIEMBRO



CORRIENTES 161 (CP S200CTA) ROSARIO
SANTA FE / REP. ARGENTINA
TEL.: +54 341 4248123
comercial@interlinksrl.com.ar
WWW.INTERLINKSRL.COM.AR



CHILEMEDIASHOW 2013



5 y 6 de noviembre
Hotel Sheraton Miramar
Viña del Mar

Organiza:
GRUPO ISOS

www.grupoisos.net



DTV&OTT
CAS/EPG/SMS/HEADEND EQUIPMENTS/STB



GC-1808M

8-CH RF RECEIVER WITH MULTIPLEXING & SCRAMBLING

"Up to 8 channels of DVB-S/S2 QPSK/QPSK(or DVB-C QAM) demodulating input;"
Supports PID mapping
Multiplexing up to 512 programs
Supports up to 4 Simul-crypt CAS(s) and scrambling up to 256 programs
TS-over-IP output and one ASI output(s)
Real-time bit rate statistics and program information analysis
Web management and remote monitoring and control
Front panel control and LCD display

GQ-3680

MODULAR EDGE QAM MODULATOR WITH SCRAMBLER ENCODER

1RU modular design, supporting up to three pluggable QAM modules
Support multiplexing, pass-through, scrambling, PSI/SI processing, and modulation
Dual copper or optical interface per QAM module, independent or 1+1 redundancy
16 QAM output channels per module, up to 48 QAM output channels
Up to 64 programs per QAM output channel
Up to 4 CAS Simul-Crypt
ITU-T J.83 Annex A/B/C compliant
Support UDP/ARP/ICMP/IGMP protocols
Support MPTS for the broadcasting mode
Web network management and SNMP for remote monitoring and control



GM-2730 SERIES

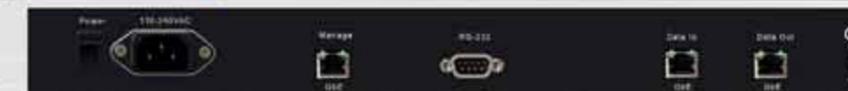
UNIVERSAL INTERFACE ADAPTER

Multiple adaptor options: ASI to IP, IP to ASI, E3/D53 to IP and IP to E3/D53
Flexible configurations with module authorization management system
Support multiple types of interfaces for adapting
Changeable input/output interfaces benefit from flexible base unit design
Up to 24 multiplexing channels and multiplexing up to 512 programs
Supports 4 simul-crypt CAS(s), scrambling up to 256 programs
Web-based management and SNMP remote monitoring and control

GM-8000A

IP-BASED TS MULTIPLEXER & SCRAMBLER

Supports multi-channel multiplexing and scrambling
Built-in 24 scramblers and supporting up to four simul-crypt CAS
Processing up to 250 input TS, 16/24 output TS, 1000 DTV programs
One GbE for MPEG TS-over-IP Input and one GbE for MPEG TS-over-IP output
Web-based management and SNMP remote monitoring and control
Front panel control and LCD display



GC-1818

4-CH RF RECEIVER WITH QUAD-CI

Up to 4 channels of DVB-S/S2(or DVB-C) RF Input
Up to 4 channels TS (independent/cascading) de-scrambling
Customized processing modes and output settings for input TS
Real-time bit rate statistics and program information analysis
Supports 32-48 programs de-scrambling
Supports ASI and GbE (UDP, 7x188byte) outputs in MPTS/SPTS modes
Maximum de-scrambling output bit rate: 280 Mbps
Support UDP/ARP/ICMP/IGMP protocols



GOSPELL DIGITAL TECHNOLOGY CO., LTD
E-mail: zhouyong@gospell.com
Contact person: Tim Zhou

INTERSAT S.A. Asunci n - Paraguay
e-mail: jorgems@intersat.com.py Skype: jorge-saldiver
Tel.: +595-21-334 302 Argentina: 54-11-6385 0281
Mobile Phone: +595-991-400 074



Intraway

Provisioning Suite

CONOCEMOS LOS DESAFÍOS DE AMÉRICA LATINA



Provisioning y Gestión Integrada de Todos los Servicios



Visítenos hoy mismo en www.intraway.com

EXPERTICIA. INVENTARIO. VALOR. AGC.

AGC tiene lo que usted necesita, cuando más lo necesita – ahora. Somos líderes de la industria en inventario en existencia de equipos nuevos y restaurados provenientes de fabricantes originales.

NODOS



- OM 1111 (Nuevo)
- SG 4000
- SG 2000
- OM 3100
- 6940
- 6920
- Nodos Tierra
- OM 4100

CONVERTIDORES



- DCT 2000s
- DCT 6200s
- DCT 6208s
- DCT 6412s
- DCT 6416s
- DCT 700s

AMPLIFICADORES



- Serie Flex Max 321 (Nuevo)
- Serie Flex Max 601 (Nuevo)
- GMLE 870
- Serie Flex Max 331 (Nuevo)
- Serie Flex Max 901 (Nuevo)
- MB 75 SH

MODEMS



- Serie SB 51xx
- DPC 2100
- Modems Docsis 3.0
- TJ 715Xs
- Modems VOIP
- SBG 900

CABECERAS



- CHP Max 5000 (Nuevo)
- Motorola DSRs
- APEX 1000
- C8
- C6
- SEM V8

TAPS Y PASIVOS



- Taps Regal (Nuevo)
- Taps C-Cor (Nuevo)
- Taps S.A.
- G.I. Taps
- Taps Taikan (Nuevo)

Lo que necesita, cuando lo necesita. Pruebe AGC.

Somos un distribuidor autorizado de Arris.

913.402.4499

www.adamsglobal.com sales@adamsglobal.com

