

Desde La Cabecera Hasta La Casa,
AMT cuenta con el equipo necesario
y en inventario.



GX2 Plataforma Optica



Fuente De Poder
con Respaldo
- XM2/PWE



Nodo Optico
- SG4000
- SG1000
- BTN

Amplificadores RF



- BT
- MB
- BLE
- SLE

SB6121 -
SB5102 -
SBG901 -



Taps
- FFT



- SBV5222
- SBG1501

- DCT700
- DCX700

- DCX3400

Para mayor información, llame al 954.427.5711 o visite amt.com

Prensario Internacional

www.prensario.tv

Televisión • Broadband • New Media • Licensing

30 AÑOS

Generando lealtad en los suscriptores

EWTN
el canal católico

Para más información escribanos a:
iberoamerica@ewtn.com

COBERTURA ESPECIAL

TEPAL 2011

HARD ROCK HOTEL & CASINO, PUNTA CANA - REPÚBLICA DOMINICANA

INFORME ESPECIAL

EL MUNDO TEPAL

EDICIÓN ESPECIAL

MÉXICO

• TV DE PAGA • AD SALES
• BROADCASTING



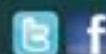
JEREMY IRONS
THE
BORGIAS

DOMINGOS, 22 HS.

XXX EN UN CANAL DISTINTO,
DESCUBRE SERIES DISTINTAS.

C SAT

WWW.ISAT.TV



ARGENTINA / BOLIVIA / CHILE / PARAGUAY / URUGUAY

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

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / PAÍSES ANDINOS / CARIBE

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

BRASIL

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

"The Borgias" (c) LB Television Productions Limited/Borgias Productions Inc./Borg Films Ltd. An Ireland/Canada/Hungary Co-Production. All Rights Reserved.
SHOWTIME® is a registered trademark of Showtime Networks Inc., a CBS Company.



**DALE LA VUELTA
A TU PAQUETE BÁSICO.**

TEEN WOLF

Miércoles Vzla - 9:30 pm
Mex / Col - 9:00 pm

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

WWW.SONYSPIN.COM

@SONYSPINLA SONYSPINLA

SONY SPIN EL NUEVO CANAL DE SONY ENTERTAINMENT TELEVISION

SHOWTIME® IS A REGISTERED TRADEMARK OF SHOWTIME NETWORKS INC., A CBS COMPANY. © 2011 SONY PICTURES ENTERTAINMENT INC. ALL RIGHTS RESERVED. THE S LOGO IS A REGISTERED TRADEMARK OF SONY PICTURES ENTERTAINMENT INC. AND PICTURES ENTERTAINMENT INC. A CBS COMPANY.

TEPAL 2011 EN PUNTA CANA, REPÚBLICA DOMINICANA



SE ESPERAN MSOs DE TODA LA REGIÓN Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

La Expo Convención de Tepal 2011 volverá a ser en Punta Cana, esta vez en el nuevo Hard Rock Hotel, una de las novedades de la zona. Siempre se discute si conviene hacer este tipo de reuniones en capitales neurálgicas para favorecer la concurrencia, o en lugares paradisíacos. Tepal utiliza este recurso para ayudar a la concurrencia de los altos ejecutivos de MSO de toda la región, que vienen marcando una diferencia a favor de las Expoconvenciones de la Asociación de Asociaciones de Telecomunicaciones por Cable de Latinoamérica bajo la presidencia de Nicolás González Revilla.

Tricom, de Amzak, es el gran anfitrión; también se espera una fuerte presencia de Aster, que tiene a Luis Ruiz en sus filas. Por supuesto, será importante el perfil de Cable Onda de Panamá y seguramente asistirá su nueva competencia, Cable & Wireless.

Se espera además a los presidentes de los grandes cableoperadores mexicanos como Cablevisión y Megacable, con Jean Paul Broc y Enrique Yamuni; a Tigo de Centroamérica con Esteban Iriarte; Cable Tica de Costa Rica; TV Cable Ecuador con Jorge Schwartz; Inter de Venezuela con Eduardo Stigol; Cablevisión Argentina, tal vez con Antonio Álvarez (estuvo el año pasado) y VTR de Chile con Mauricio Ramos y Javier Villanueva, entre otros como Telefónica que siempre concurre. Hay que ver cómo todos ellos le siguen dando cuerpo al trabajo en comisiones para adquisiciones coordinadas de programación y tecnología, algo que se insinuó con fuerza un año atrás pero que todavía no ha arrojado muchos anuncios.

TAMBIÉN CANTIDAD

Desde hace ya algunos años, gracias a la gestión de González Revilla en la presidencia, Tepal se destacó por la creciente representatividad e importancia de su concurrencia. Con la actual efervescencia de la TV paga, por razones tecnológicas pero también por la proliferación de las alianzas estratégicas y

el momento político, la edición 2010 en Panamá superó expectativas también en cantidad de asistentes y podría esperarse lo mismo para esta oportunidad. Esperemos que la elección de Punta Cana, un lugar de más caro acceso, no conspira contra esta interesante faceta.

Es que contrariamente a lo que se solía decir de las convenciones Tepal de antaño: 'calidad más que cantidad', en la edición pasada se redondearon más de 450 inscriptos y hubo un permanente movimiento de los pasillos. La apertura de mercados como Costa Rica y Panamá incrementa la concurrencia potencial. Estuvo, como es habitual, República Dominicana, pero se hicieron presentes además casi todas las cámaras independientes de la región. Las tres de Venezuela (Asotel, Alcatel y Servitel), ANCOGUA de Guatemala que está pisando fuerte, la nueva de Costa Rica liderada por Roy Salazar (será clave en breve en Andina Link de Centroamérica),

Catelcsa de Honduras y la CUTA de Uruguay. También estará el gremio TVPC de Colombia, que representa a los grandes Telmex y Une, y hay que ver si las figuras tradicionales del mercado colombiano que han vuelto al ruedo, también se acercan.

CONFERENCIAS DE AVANZADA

Otra característica clave en Tepal es el peso de las conferencias y el hecho de que las pronuncien los propios grandes MSOs. Se espera que los temas centrales vuelvan a ser el HD y el VOD, a la par del empaquetamiento del triple y cuádruple play, y el manejo del mercado corporativo.

TEPAL 2011 IN PUNTA CANA, DOMINICAN REPUBLIC

The 2011 edition of Tepal, which serves as a Latin American federation of National cable operator associations, is being held this month (July 27-29) in Punta Cana, Dominican Republic, expecting to continue the growth pattern seen last year in Panama City, which strong attendance by the major MSO's from the region.

Local operator Tricom will act as host, with high profile expected from Aster, another important local player. Top and senior executives from the most important cable MSO's in Mexico, Central America, the Caribbean and South America are expected to attend, with some of them delivering the speeches

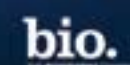
at the sessions, one of the attractions of this trade show, since they are useful to gauge the current spirit of the industry and obtain hints about the future.

The convention also attracts a number of independent cable operator trade associations, including three from Venezuela and several from the six Central American nations. The market is expanding with the influx from deep-pocketed telcos such as America Movil, Cable & Wireless and Millicom, a trend that will influence the independents' strategy. Mexican Sky is delivering its services in several Central American and Caribbean markets, too.



Hard Rock y Casino de Punta Cana

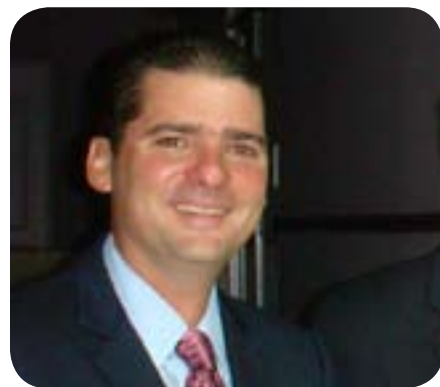
Punta Cana





NICO GONZÁLEZ REVILLA: TEPAL 2011 Y CABLE ONDA A LA VANGUARDIA

DIJO SOBRE PANAMÁ: ‘NO TODOS PUEDEN COMPETIR AQUÍ’



Nicolás González Revilla

Nicolás González Revilla, presidente de Tepal, y de Cable Onda de Panamá, dijo a Prensario sobre el rol de la asociación de asociaciones: ‘Tepal evoluciona todo el tiempo y está dándole valor a sus miembros a través del benchmarking y la constante comunicación entre los miembros para aprovechar las experiencias de cada uno y no duplicar esfuerzos. Las comisiones que hemos armado dos años atrás avanzan, pero

es cierto que a diferentes velocidades pues los temas a tratar no son similares’.

En particular sobre la edición 2011 de la Expo Convención en el Hard Rock de Punta Cana, González Revilla señaló: ‘Creo que tendremos una buena asistencia de los diferentes países donde tenemos importantes socios. Punta Cana fue el destino elegido por las encuestas realizadas en la última expo en Panamá y aquí estamos. Ha habido buena venta de stands y los expositores serán muy variados. También la temática de las conferencias desde lo estratégico, operativo, tendencias y temas técnicos’.

CABLE ONDA A LA VANGUARDIA

Sobre su MSO Cable Onda, expresó: ‘Sentimos que estamos a la vanguardia. No somos los primeros en implementar cada nuevo servicio, pero siempre estamos entre los primeros 3 que lo hacen en la región. Si creo que somos los únicos en tener un data center tier 3 en la región’.

‘Los tres servicios y segmentos de mercado

van bien. En video casi estamos en full digital y seguimos creciendo en el Premium, el VOD y el HD. En banda ancha estamos probando velocidades altas para lanzar anchos de banda importantes, y en telefonía contamos con los planes más atractivos del país’, resaltó.

En el segmento corporativo, Cable Onda sigue creciendo en PyMEs. ‘Tenemos ya una red de fibra a nivel nacional y estamos dando buen servicio y valores agregados todos los días a nuestros clientes. Estamos haciendo mucho en dar valor a nuestros clientes’, añadió González Revilla.

Panamá es un mercado ‘muy competitivo’, de acuerdo al ejecutivo que tiene un consumidor ‘exigente’ en calidad de productos y servicios. ‘No es fácil de conseguir y nosotros lo tenemos. Requiere mucha inversión y agresividad de ofertas, pero con calidad de entrega. No todos pueden competir aquí. Para 2011 esperamos mejorar nuestra posición competitiva en cada segmento y tener mucho foco en servicio al cliente. Ya estamos preparando la siguiente generación de servicios de Cable Onda’, completó.



AGENDA PRELIMINAR

Miércoles 27 de Julio

9,30AM
SESIÓN INAUGURAL: THE STATE OF LATIN AMERICA PAY TV & THE RISE OF OTT. SALÓN FILLMORE 1

PANELISTA: JOSH HIZON, SENIOR AUDITOR PAUL KAGAN & ASSOCIATES
PRESENTADOR: EDUARDO STIGOL, VP TEPAL Y CEO INTER VENEZUELA

11,30AM
SESIÓN ACADÉMICA: NUEVAS TELECOMUNICACIONES EN LAS REDES. SALÓN FILLMORE 1

PANELISTA: IGNACIO GALLARDO, CEO CABLENETWORK
PRESENTADOR: LUIS RUIZ, DIRECTOR DE TEPAL

12,30PM
SESIÓN ACADÉMICA: INNOVACIÓN EN MARKETING. SALÓN FILLMORE 1

PANELISTA: PABLO MENDOZA, VP MARKETING, INTER VENEZUELA
PRESENTADOR: PEDRO JIMÉNEZ, DIRECTOR DE TEPAL Y CEO DE ADOCAS

1,30PM
ALMUERZO AUSPICADO POR RT, SALÓN AVALÓN 12

1,45PM
PALABRAS DE BIENVENIDA
NICOLÁS GONZÁLEZ REVILLA, PRESIDENTE DE TEPAL. SALÓN AVALÓN 12
GUILLERMO SOTO, DIRECTOR GENERAL DE TRICOM E INDOTEL

3,30PM
CORTE DE CINTA Y RECORRIDO INAUGURAL
CENTRO DE CONVENCIONES HOTEL HARD ROCK & CASINO

6PM
JUNTA DE ASOCIADOS EXCLUSIVO MIEMBROS TEPAL.
SALÓN AVALÓN 11

8,30PM
CÓCTEL DE BIENVENIDA OFRECIDO POR PACE Y TEPAL
ECLIPSE TERRACE. HOTEL HARD ROCK & CASINO

Jueves 28 de Julio

9,30AM
SESIÓN MAGISTRAL: EL FUTURO DEL CABLE. SALÓN FILLMORE 1

PANELISTA: JOHN CAREY, MA, PH.D. PROFESSOR MEDIA MANAGEMENT
FORDHAM UNIVERSITY
PRESENTADOR: NICOLÁS GONZÁLEZ REVILLA, PRESIDENTE DE TEPAL Y CEO DE CABLE ONDA, PANAMÁ

11AM
FORO DE NEGOCIOS: PLANES DE NEGOCIOS, ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO Y NUEVOS SERVICIOS PARA EL PERÍODO 2011-2012.
SALÓN FILLMORE 7

PANELISTAS: NICOLÁS GONZÁLEZ REVILLA, CEO DE CABLE ONDA, PANAMÁ
EDUARDO STIGOL, CEO DE INTER VENEZUELA
MODERADOR: ALEJO SMIRNOFF, PRENSARIO INTERNACIONAL
PRESENTADOR: HUMBERTO GARCÍA FERRO, SECRETARIO GENERAL DE TEPAL

12,30PM
SESIÓN ACADÉMICA: CMTS DOCSIS 3.0 DIMENSIONAMIENTO Y PLANIFICACIÓN. SALÓN FILLMORE 1

PANELISTA: FELIPE GUERRA, VOICE & DATA ENGINEERING MANAGER
LATIN AMERICA, MOTOROLA
PRESENTADOR: JORGE GARRO, DIRECTOR TEPAL Y CEO CABLE TICA

7PM
FIESTA PRIVADA VIP (PÓKER) PATROCINADA POR FOX LATIN AMERICAN CHANNELS
SÓLO POR INVITACIÓN

8,30PM
FIESTA DE BIENVENIDA PATROCINADA POR TRICOM, TURNER Y TEPAL
IMAGINE- PUNTA CANA / FUERA DEL HOTEL (SE OFRECERÁ TRANSPORTE)

Viernes 29 de Julio

10AM
TALLER TÉCNICO: SOLUCIONES DIGITALES DE CISCO PARA HEADEND Y REDES DE TRANSMISIÓN. SALÓN FILLMORE 1

PANELISTA: BRENO FLEURY, GERENTE DE DESARROLLO DE NEGOCIOS Y SERVICIOS DE VIDEOS PARA AMÉRICA LATINA, DE CISCO SYSTEMS

PRESENTADOR: RODRIGO MCCOLLINS, GERENTE SENIOR DE CABLE ONDA Y MIEMBRO DEL COMITÉ DE COMPRAS DE TEPAL

11,30AM
TALLER TÉCNICO: MÁS SUSCRIPTORES CON UN NUEVO ENFOQUE VOD.
SALÓN FILLMORE 1

PANELISTA: OLIVER ROUSSEAU, DIRECTOR DE MARKETING Y COMUNICACIONES DE LOGIWAYS
PRESENTADOR: RODRIGO MCCOLLINS, GERENTE SENIOR DE CABLE ONDA Y MIEMBRO DEL COMITÉ DE COMPRAS DE TEPAL



Disney & ESPN Media Networks
Latin America

AMÉRICA LATINA,
AMÉRICA CENTRAL Y CARIBE

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

BRASIL

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

MÉXICO

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

ARGENTINA

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



TIGO: NUEVO PAQUETE HD EN CENTROAMÉRICA

APERTURA DE PARAGUAY

Tigo ha adoptado Tepal para alimentar su contacto fluido con los programadores. **Daniel de Simone**, gerente de programación de la compañía, habló con PRENSARIO sobre los dos lanzamientos que realizó en los últimos meses: 'Estamos muy orgullosos con Tigo porque lanzamos en Centroamérica un nuevo paquete HD, llevando la mejor oferta en este rubro en la región', y agregó: 'Se trata de diez canales nuevos y un paquete de 16 canales con lo mejor de la programación en HD del mercado, lo que nos lleva a ofrecer un producto que está acorde a los principales mercados de Latinoamérica'.

La marca comenzará a operar en Paraguay 'con una oferta nueva para el mercado', que incluye 'programación y canales novedosos' y un 'producto variado y de calidad como el que ofrecemos en Centroamérica', destacó el ejecutivo.



Sobre el desempeño de la digitalización, el HD y el DVR en sus mercados, explicó: 'A través de mejorar la oferta de nuestros productos, con mejores canales, nuevos paquetes como el HD y servicios asociados al paquete digital estamos acercándole al consumidor los beneficios de mudarse a un paquete digital'. Y agregó: 'Todos conocemos los beneficios y la flexibilidad que ofrece un paquete digital y nuestro objetivo es lograr que esto sea valorado por nuestros clientes'. Según De Simone, el proceso de digitalización es lento, y 'tiene mucho que ver con la economía de los países donde operamos'. Sin embargo, destacó que 'cada vez más clientes se suman a nuestro paquete digital gracias a una oferta de producto que cubre todas sus necesidades en programación'.

En cuanto a los planes para el resto del año, dijo: 'Nuestro objetivo en materia de progra-



Daniel De Simone

mación es acercarle a nuestros clientes nuevos servicios y una mejor oferta de canales'. También adelantó: 'Antes de fin de año en Centroamérica tendremos nuevos canales con el objetivo de acercarle una oferta aún mas variada a nuestros clientes'. Y comentó que la empresa está concentrada en el armado de un producto de 'excelencia para Paraguay para cuando lancemos Tigo en esa región'.

El ejecutivo considera que la piratería es un 'un problema serio en muchos países donde operamos' y agregó: 'Confiamos en las medidas que los programadores están tomando para regularizar los mercados'. Y concluyó: 'Nosotros seguimos trabajando para generar mercados transparentes donde los competidores compitan por servicio y calidad de producto'.

TAIHAN
ELECTRIC WIRE CO., LTD.
Communication Cables
FIBER OPTICS • OPGW • FTTH

Overseas Branch Office
Centro Empresarial Villa Los Chorros, Torre 1, Piso 4, Ofc. AP 4-4, Mérida - Venezuela.
Phone: +58 274 244.8090. info@taihanla.com / www.taihanla.com / [@taihanla](https://www.facebook.com/taihanla)

HELLCATS

LA COMPETENCIA NO TERMINA EN LA CANCHA.

LUNES 21:00 HS.

boomerang
PARA MÍ ES ASÍ.

hellcats.boomerangia.com

TURNER MIAMI 305.603.2000

Aly Michalka Ashley Tisdale



ASTER: 'TEPAL PERMITE A LOS OPERADORES LATINOAMERICANOS TENER UNA VOZ PROPIA SOBRE LOS PROBLEMAS REGIONALES'

SEGUNDA FUERZA EN REPÚBLICA DOMINICANA

ASTER COMUNICACIONES S.A. es el segundo cableoperador de República Dominicana, país anfitrión de la edición 2011 de Tepal. Prensario entrevistó a José Florentino, director general de Aster, y uno de los miembros fundadores de Tepal, quien destaca el posicionamiento de la compañía y el papel que hoy en día cumple la asociación de asociaciones.

Fundada en 2002, Aster es fruto de la alianza de seis operadores que durante años había disputado mercado tanto en Santo Domingo como en diferentes provincias del territorio dominicano: Telever, Visatdom, Telecable Quisqueya, Cable TV Oriental, Visión Dominicana y 12 Cable Visión. Hoy es el segundo cableoperador en el país, detrás de Tricom.

José E. Florentino, director general de Aster, es uno de los ejecutivos con más tradición en el mercado dominicano de TV de paga. Fue presidente ejecutivo de Telecable Nacional desde su fundación en el año 1982, hasta su venta a Tricom en 2001.

'Telecable Nacional fue el producto de una asociación de Telecommunications Inc. (TCI), cableoperador de Estados Unidos (luego comprado por Time Warner), y un grupo de empresarios locales, entre los cuales estaba yo. Al momento de iniciar operaciones prácticamente el negocio no existía en Latinoamérica, con excepción de México, porque no había programación en español,'

recuerda Florentino.

'Nosotros empezamos con seis canales (WOR, WGN, WTBS, CNN, ESPN y Nick), que pudieron ser contratados por nuestra vinculación con TCI. Muchos países de Centroamérica se nos acercaron para conseguir técnicos especializados en el tema para empezar el cableado de sus redes, así es que varios de ellos iniciaron sus instalaciones con nuestros ingenieros y técnicos.'

TEPAL

'Telecable Nacional y otros operadores en Costa Rica (Cablecolor) y Panamá (Rexsa, después Cable Onda) empezaron en 1983 a organizar Tepal, a la cual se fueron agregando las pequeñas empresas que se iban formando. La primera persona que mencionó "Tepal" como un posible nombre fue el Ing. José Guanti de Panamá, hoy fallecido, pero que en ese tiempo estaba asociado con Frank Santomano y operaban a Rexsa, precursora de Cableonda', dijo Florentino.

'En esas oficinas de Panamá fue celebrada la primera reunión entre los operadores de Costa Rica, Panamá y nosotros para hablar del tema y también en esa reunión hablamos de la conveniencia de celebrar anualmente una convención, que se ha convertido con los años en una institución de la televisión pagada en Latinoamérica.'

'La principal preocupación de Tepal al co-



José E. Florentino, director general

mienzo estaba centrada en obtener la derechos para la programación de los Estados Unidos, enfrentándose con el inconveniente de que ninguno de los canales, con excepción de CNN y ESPN,

eran dueños absolutos de los derechos de su programación —sobre todo los canales de películas— y por lo tanto no podían ser vendidos fuera de Estados Unidos, y no existía legislación en nuestros países sobre este tema. Estos inconvenientes empezaron a ser superados cuando se empezó a desarrollar el negocio en los países grandes de la región, y fueron surgiendo las versiones en español de todos ellos.'

'Ayer como hoy, Tepal llena la gran necesidad para los cableoperadores de la región de tener una voz propia y unificada sobre los problemas regionales y nacionales de cada empresa miembro. Puedo percibir la gran participación de

Tepal en el crecimiento del negocio en Latinoamérica, pues además de darnos esa voz propia ante proveedores y relacionados, nos ha dado la oportunidad de compartir experiencias entre países pequeños y grandes y enriquecernos mutuamente de esas experiencias', finalizó el ejecutivo.

*
aster

www.LatinAdsales.com

El encuentro de la TV por suscripción con la Publicidad
Véalo en acción en www.LatinAdSales.com

y en Facebook y Tweeter

warnerchannel.com

WB HD

LAS MEJORES SERIES DE LA TELEVISIÓN MUNDIAL
DISFRÚTALAS EN HD

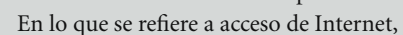
WARNER HD

DISTRIBUIDO POR HBO

AMÉRICA CENTRAL

ARGENTINA

Fuente: Private Advisor



< 14 >



Patricia Janiot

Vive el pulso del planeta.

Lunes a viernes
7:00 pm
Hora de Atlanta

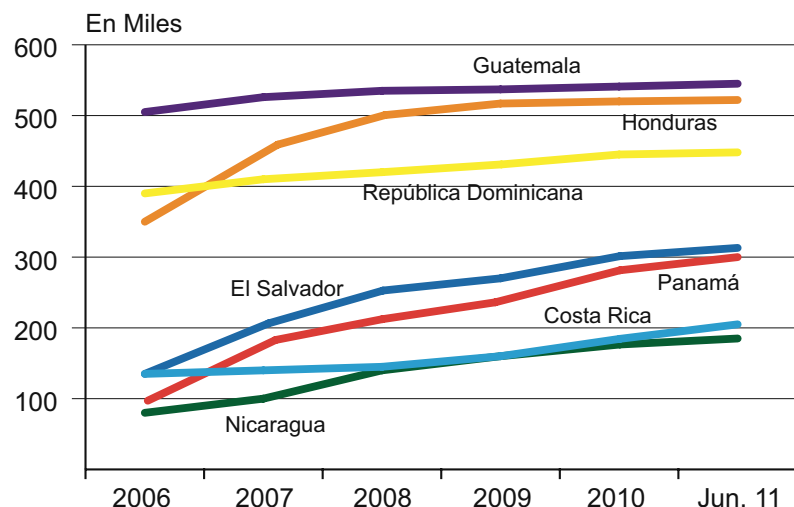


Vive la noticia



EVOLUCIÓN DE SUSCRIPTORES DE TV DE PAGA EN CENTROAMÉRICA (2006-JUN. 2011)

Fuente: Private Advisor



Argentina está en tercer lugar, después de Chile y Uruguay en términos de penetración, y en cuarto lugar, en ancho de banda promedio provisto a los usuarios, detrás de Chile, México y Brasil (Fuente: Ookla).

BOLIVIA

Es uno de los países con menor penetración de TV paga, acceso a Internet y velocidad de acceso. El mercado tradicional de TV paga está compuesto por la empresa **Multivisión**, controlada por socios canadiense, que opera en La Paz y otras ciudades, y las cooperativas telefónicas en las principales ciudades. Está disponible un servicio satelital ofrecido por la telco estatal **Entel Bolivia** y operado por la empresa chilena **TuVesHD**.

Bolivia está por debajo de los niveles esperables de penetración de TV paga, con cifras totales que varían entre 150 mil y 180 mil suscriptores, lo cual indica que llega sólo a los sectores de mayor y mediano poder adquisitivo. El país tiene asimismo una gran cantidad de canales de TV abierta, y el gobierno ha estado potenciando la red estatal **Bolivia TV**.

El plan satelital probablemente sea una solución para quienes viven en zonas rurales y montañosas, pero las perspectivas de creci-

miento son por ahora modestas en función de los factores socioeconómicos, pudiendo esperar un crecimiento de 50% en la base de suscriptores de aquí a 2015.

En lo que respecta a Internet, se está trabajando en un convenio con Paraguay para mejorar el acceso y el ancho de banda ofrecido a los usuarios, siempre dentro de las limitaciones estructurales con que se tropieza.

BRASIL

Uno de los motores económicos de América Latina y del mundo, Brasil está llegando a los 11 millones de suscriptores de TV paga y probablemente alcance los 12 millones para fines de año, con un techo estimado en 16 millones para 2015, que podría ser superado si la situación económica de la población continúa mejorando como lo ha hecho en los últimos diez años.

El crecimiento se explica por la activa competencia que las telcos **Embratel**, **Telefónica**, **Oi** y más recientemente **GVT** (adquirida por la francesa **Vivendi**) le están planteando a la MSO de cable **Net Serviços** (cuyo titular es **Globo**, pero las acciones pertenecen a **Telmex**, a través de **Embratel**) y **Sky**, controlada por **Li-**

berty con **Globo** como accionista minoritaria. Brasil es también el país más adelantado en HD, con más de 1 millón de suscriptores HD, y la mayor productora, **Globosat**, con 10 canales. Cabe recordar que Brasil fue el primer país de la región en iniciar la TV digital, en diciembre de 2008.

El gobierno de **Dilma Rousseff** está continuando las políticas de telecomunicaciones del anterior mandatario **Luiz Inácio Lula da Silva**, con dos planes en lo inmediato: acceso a banda ancha de 1Mbps a R\$ 35 (unos 21 dólares) y telefonía fija a R\$ 13 (8,50 dólares), con órdenes a las telcos de ofrecer el servicio hacia septiembre de este año. En lo que hace a TV paga, se sigue discutiendo en el Parlamento la propuesta **PLC-116** (sucesora de la **PL-29** de hace años) que establece cuotas de programación local obligatoria en todos los canales, incompatibilidad de la producción de contenidos con su distribución, desaparición de las restricciones a la inversión extranjera en distribución (que se aplicaría a cable; en **MMDS** y **DTH** no las hay) y establecimiento de la licencia única, que permitiría a una empresa de cable operar un servicio **DTH**, y a las telcos ofrecer cable. Pese a los esfuerzos del gobierno por acelerar el trámite y hacer aprobar la **PLC-116**, siquiera con modificaciones, lo que los analistas locales denominan el “entramado político” está demorando el protocolo.

Ante esto, la **Agencia Nacional de Telecomunicaciones** (**Anatel**) se ha lanzado a proponer una nueva reglamentación para TV paga, con un reglamento que estuvo expuesto a consulta pública hasta mediados de julio y básicamente abre el mercado de cable a las telcos, fija un precio bajo para la asignación de licencias (R\$ 9 mil, unos 5 mil dólares) y admite licencias múltiples por municipio. Los cableoperadores, a través de **Net** y **ABTA**, se oponen a esta apertura.

En materia de Internet, el **Plano Nacional de Banda Larga** (**PNBL**) contempla que el Estado actúe en las fases “backhaul” pero no compita en la venta al público del servicio de 1 Mbps a R\$ 35. Está en cambio pendiente una mayor supervisión de la calidad del servicio, estando previsto que los proveedores deban ofrecer en todo momento por lo menos el 70% de la capacidad prometida. Actualmente el límite legal es del 10%.

AGUA, LUZ, GAS, GLEE, TABU Y SPARTACUS.

TRABAJAMOS PARA QUE LA TV PAGA SEA UN SERVICIO INDISPENSABLE.

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



ARGENTINA: (5411) 4101 1100 / CENTROAMÉRICA: (502) 2247 2700 / CHILE: (562) 750 4800 / COLOMBIA: (571) 610 7044
MÉXICO: (5255) 9134 4808 / VENEZUELA: (58212) 820 3000

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

EL MUNDO TEPAL



CHILE



Después de un proceso de consolidación de la industria de TV paga que resultó en VTR abarcando el 80% del mercado de cable, en los últimos años la MSO controlada por Liberty se ha enfocado en ofrecer más servicios a sus clientes existentes, antes que buscar nuevos suscriptores. Así, su participación de mercado de TV paga ha descendido, pero creció en Internet, telefonía, y en el 2012 se lanza a telecomunicaciones móviles, completando el *Cuádruple Play*.

Las telcos se han encargado de aumentar la base total de suscriptores a unos 2,2 millones, índice interesante para un país de 17,5 millones de habitantes. La penetración de Internet es también comparativamente alta y la velocidad de acceso ofrecida es la mayor en la región.

Pero, hay complicaciones: el Parlamento está tratando una Ley de Televisión Digital, que establecería los futuros parámetros de la TV de aire pero también contiene una propuesta que inquieta a los cableoperadores: los broadcasters, incluyendo la TV pública TVN, quieren cobrar por la retransmisión de sus contenidos en TV paga, alegando que ellos entregan gratuitamente un producto que es fuente de lucro para el cable y el DTH.

La ley tiene que desentrañar también el futuro de los "canales universitarios", fundamentalmente 11 y 13 en Santiago, que son operados privadamente porque las universidades no pudieron afrontar las pérdidas que les ocasionaban. Todas las partes involucradas consideran que habrá una solución consensuada, pero hay que elaborarla.

El crecimiento de la base de TV paga en Chile hacia 2015 está limitado por la población y el empuje hacia la telefonía (especialmente celular) e Internet. Se está pensando mucho en el concepto de la TV móvil, que puede ser una fuente de negocios en el futuro.

COLOMBIA

Después de un proceso por el cual Telmex adquirió los principales cableoperadores e intervinieron en el mercado las telcos públicas (como EPM, de Medellín, pero también las de



Bogotá y Cali), el foco estuvo puesto el año pasado en el tercer canal privado, cuya adjudicación fracasó, y este año en la supresión de la **Comisión Nacional de Televisión**, que busca (y ha conseguido) el gobierno de **Juan Manuel Santos**. Esto llevará todavía varios meses y falta la legislación que la reemplace.

Para los programadores, sigue siendo un dolor de cabeza la diferencia entre las cifras oficiales publicadas por la CNTV sobre suscriptores a TV paga, que están en el orden de 3,7 millones, y lo conocido sobre penetración de TV multicanal (avalado por la CNTV con su publicación oficial), que llega a 7,5 millones. Parte de la diferencia estaría en los sistemas "comunitarios", que servirían entre 1,3 y 2 millones, según distintas fuentes, y los "parabólicos", pero, queda una importante masa de suscriptores, que podría llegar a los 2 millones, sin justificar.

Otra novedad de los últimos tiempos ha sido el regreso a la actividad de los cableoperadores que vendieron sus sistemas originales a Telmex y ahora están regresando a la actividad, comprando cable pequeños y expandiéndolos. Hay también una mayor producción de canales para cable, que buscan abrirse terreno en los mercados internacionales.

Todo esto genera un mercado dinámico. A los efectos estadísticos, lo que se espera es que se reduzca la diferencia entre los "hogares multicanal" y los suscriptores reconocidos. Para que ello suceda, habrá que esperar primero a que se defina la situación post-CNTV (lo cual llevará todo el año 2011) y escuchar a las nuevas autoridades explicando sus planes de acción.

ECUADOR

La intervención del gobierno del presidente **Rafael Correa** en los medios parece haber afectado el crecimiento del mercado, donde están TV Cable, sistema con presencia en Quito, Guayaquil y Cuenca, entre otras ciudades; Univisa, con transmisión inalámbrica; Telmex, que está tendiendo fibra óptica; DirecTV, y un grupo de independientes que mantiene un bajo perfil. El total de suscriptores es de 500 mil, según Business Bureau, y el crecimiento estará condicionado a la estrategia de las autoridades,



evolución económica del país y la distribución del ingreso.

Al igual que Perú, Ecuador parece tener un problema de piratería más elevado que otros países de la región, que requeriría acción por parte de las autoridades.

MÉXICO



El otro mercado principal de América Latina, México va creciendo por la conquista de nuevos suscriptores de Sky y Dish (15% y más por año), y en menor grado por los cableoperadores, que están enfocando también a Internet y telefonía, cuyos índices de crecimiento son mayores que los de TV: 10% a 20%, tal vez más, frente a 5%-6% de televisión.

El principal tema de discusión en México, en estos días, concierne a otro aspecto: las tasas de interconexión que cobra Telmex, que controla entre el 70% y el 80% del mercado de telefonía, a los restantes actores del mercado de las telecomunicaciones. A través de la **Comisión Federal de Telecomunicaciones** (Cofetel), el gobierno ha fijado tasas de interconexión sustancialmente más bajas que las que venía cobrando Telmex. También se le impuso, a través de la **Comisión Federal de Competencia**, una multa de cerca de mil millones de dólares por prácticas supuestamente anticompetitivas, que la empresa dirigida por Carlos Slim está objetando judicialmente.

La administración del presidente, **Felipe Calderón**, cuyo sexenio finaliza en 2012, enfrenta otros dolores de cabeza: La Suprema Corte ha confirmado el congelamiento de un pretendido avance del "apagón analógico" a 2015, por una objeción del Parlamento, donde se cuestionó que fuera por Decreto y no a través de Cofetel. Esto impediría disponer de frecuencias del espectro para telecomunicaciones; en su lugar se haría una migración por zonas, comenzando por aquellas donde exista una mayor disponibilidad de frecuencias. Como en otros países, la conversión de la TV a digital tiene un objetivo económico: las frecuencias que quedan libres se venden a las telcos para comunicaciones móviles, a muy buen precio. El problema es que hay que subvencionar la entrega de de

home&health

Discovery

Nueva cara, mismo canal.



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

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

EL MUNDO TEPAL



codificadores digitales a la población de bajos recursos, que de otra manera quedaría sin acceso a la TV de aire.

El otro tema candente es la solicitud de Telmex para que se la autorice a dar televisión. Los cableoperadores se oponen a esto (no hay problemas con los demás operadores telefónicos) argumentando que el poder económico de Telmex los dejaría fuera del mercado. Por ahora, el gobierno Calderón se ha resistido a entregar la autorización, que implicaría un cambio en el "título de concesión" y ha esgrimido el argumento de las tasas de interconexión. Los analistas coinciden en que, a largo plazo, la autorización deberá ser efectivizada.

PARAGUAY



Paraguay puede dar el gran salto desde 2011 al 2015 por la instalación de tres proveedores DTH (Claro, DirecTV y TuVesHD) y cable por parte de Tigo (Millicom), en competencia con Cablevisión, con central en Argentina, instalado desde hace años.

El mercado tiene un estimado entre 200 mil y 220 mil suscriptores; sólo Claro tiene previsto agregar 100 mil en tres años. En conjunto, es fácil que se duplique, y habrá que ver el efecto de este fenómeno sobre los independientes, que operan a pequeña y mediana escala alrededor de Asunción y en otras ciudades.

PERÚ

Si el electo presidente Ollanta Humala logra efectivamente una mejor distribución del ingreso, Perú será otro mercado con crecimiento explosivo en los próximos años. Después de años cómodos en que tuvo el mercado para sí, Cable Mágico (controlado por Telefónica) vio llegar a Claro y DirecTV, pero no se estableció una competencia fuerte, como ha sucedido en Chile. Hay además un sector de independientes, con más de 200



licencias entregadas, unas 140 en funcionamiento, y un bloque de unos 300 mil a 400 suscriptores atendidos.

Perú tiene alrededor de 1,4 millones de suscriptores; hay un índice de piratería con personas que toman la señal de DirecTV y la distribuyen entre sus vecinos, delito que la empresa y el gobierno han venido combatiendo.

REPÚBLICA DOMINICANA



Un mercado en fuerte actividad a partir de la existencia de varios cableoperadores de importancia, como Tricom, Aster y varios otros; el ingreso de América Móvil con ClaroTV a partir de la toma de control de Codetel, Wind Telecom (subsidiaria de VimpelCom, una telco rusa) y la presencia de Sky de México, arribando en su conjunto a un estimado de 717 mil suscriptores, de acuerdo a Business Bureau.

La competencia ha llevado a los principales actores a tratar de ofrecer servicios empaquetados para diferenciarse de los independientes; de acuerdo a Signals Telecom, Claro/Codetel lleva el liderazgo en este sentido, con Cuádruple Play. Para una población de 10,5 millones de habitantes y fuerte presencia de TV de aire, el crecimiento parecería estar más enfocado en lograr que los usuarios contraten más servicios que en una expansión demográfica.

URUGUAY

En Uruguay, el país con el segundo índice de penetración de TV paga en América Latina, el acceso a Internet, al igual que la telefonía fija, es monopolio de la telco estatal Antel. La paradoja aquí es que, en tanto el índice de penetración de Internet es de los más altos—segundo, detrás de Chile—, la velocidad que reciben los usuarios es de las más bajas. Un plan de acceso universal a Triple



Play encarado por el gobierno anterior, de Tabaré Vázquez, fracasó por falta de acuerdo sobre la relación entre los broadcasters (que controlan cuatro de los sistemas de Montevideo), los cableoperadores y Antel.

El crecimiento futuro del mercado uruguayo, actualmente en 530 mil suscriptores según Private Advisor, está limitado por la demografía: hay 3,5 millones de habitantes, y poco más de un millón de hogares. Antel está trabajando en una red de fibra óptica que le permitiría ofrecer acceso a Internet de alta velocidad y TV paga, habiendo hecho una experiencia con TV móvil hace dos veranos en Punta del Este, el principal balneario uruguayo.

VENEZUELA

El mercado venezolano de TV paga ha experimentado sostenido crecimiento en los últimos tiempos, en un marco en el que DirecTV ha logrado convertirse en el principal proveedor, frente a los cableoperadores Inter, Net Uno, Supercable y una cantidad de independientes, y puede suponerse que este crecimiento continuará, aunque a menor ritmo, en el futuro.

Una novedad que podría alterar el equilibrio entre los diferentes actores es el lanzamiento del servicio DTH de la telco estatal Cantv, a lo que se agregaría un servicio de fibra FTTH de alta capacidad para sectores de alto poder adquisitivo de Caracas, un modelo similar al que están siguiendo Telmex y Telefónica en otros países, con suerte disímil, y al de Antel en Uruguay.

El ente oficial Conatel lleva una prolija cuenta de la evolución del parque de suscriptores de TV paga, aunque analistas locales añaden alrededor de 300 mil hogares conectados a sistemas sin licencia o subreportados, y un cierto porcentaje de conexiones clandestinas, con lo cual las cifras oscilan entre 2,5 y 3,4 millones, según la fuente que se consulte.



Sé parte del concurso más caliente

CHICA 2011 htv

Elije a la chica htv en chica.htv.com

Síguelas en  

Concurso exclusivo para residentes en la República Bolivariana de Venezuela. Ver bases y condiciones en chica.htv.com

Para mantenerse actualizado, visite www.prensario.tv todos los días

ARGENTINA / BOLIVIA / CHILE / PARAGUAY / URUGUAY

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

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / PAÍSES ANDINOS / CARIBE

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

BRASIL

• ANTHONY DOYLE
anthony.doyle@turner.com
Tel: (5511) 5501-6700
Fax: (5511) 5507-7092

BUSINESS BUREAU: TV DIGITAL Y HD EN AMÉRICA LATINA

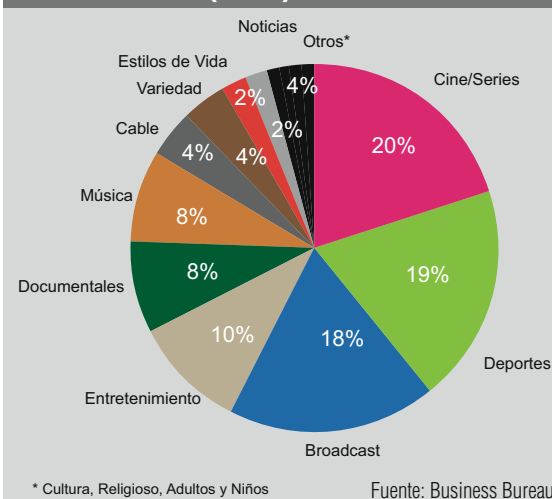
GLOBOSAT, EL MAYOR PRODUCTOR DE TV HD DE AMÉRICA LATINA

Más de 13,5 millones de suscriptores de HD tendrá la TV de paga latinoamericana hacia fines de 2016, de acuerdo a un informe realizado recientemente por la consultora **Business Bureau**, dirigida por **Horacio Gennari**.

Esa cifra se compara con los 2,57 millones estimados para fines de 2011, representando más que la quintuplicación del actual mercado para el HD. El aumento está justificado, según **Business Bureau**, por el interés del público hacia los torneos deportivos; la caída en los precios de los receptores de televisión LCD y LED; los Juegos Olímpicos de Londres 2012, de interés global; la caída de los precios de suscripción a los servicios HD, también estimada para suceder a partir de 2012, y la Copa Mundial de la FIFA en Brasil, en 2014, escenario favorable que se reiterará con los Juegos Olímpicos de 2016, también en Brasil.

El reporte incluye un resumen de la cantidad de abonados a TV paga por país en América Latina, que da un total de 43,5 millones y un abono mensual promedio de 24 dólares, y una proyección de abonados digitales para la región, análisis que no incluye Brasil y prevé un crecimiento a 27,5 millones de suscriptores en cinco años, a partir de 12,4 millones a fines de 2010 y un estimado de 15,6 millones para fines de 2011.

SEÑALES HD POR GÉNERO EN AMÉRICA LATINA (2011)



Cabe señalar que en el análisis de abonados digitales pesa mucho el hecho de que todos los abonados DTH lo son; en 2010 estaban estimados en 7,5 millones y aumentarán a 12 millones. A diferencia de otras empresas de análisis de mercado, **Business Bureau** no prevé que en 2015 haya más suscriptores de DTH que de cable.

CANALES HD

Otro aspecto interesante del informe es un ranking de los principales productores de canales HD de Latinoamérica, liderado por **Globosat**—la productora de canales de TV de paga de **Globo**—, que es el mayor proveedor de señales de la región, en tanto **Sky**, también en Brasil, es el sistema que más canales HD distribuye.

Globosat emite 10 señales en alta definición, seguida por **Fox** y **Televisa Networks** con siete, **HBO** con cinco, **Sky** con cuatro y **Disney/ESPN** y **Media Networks** (la empresa de Telefónica con sede en Perú) con tres. El total de señales disponibles en la región es 93.

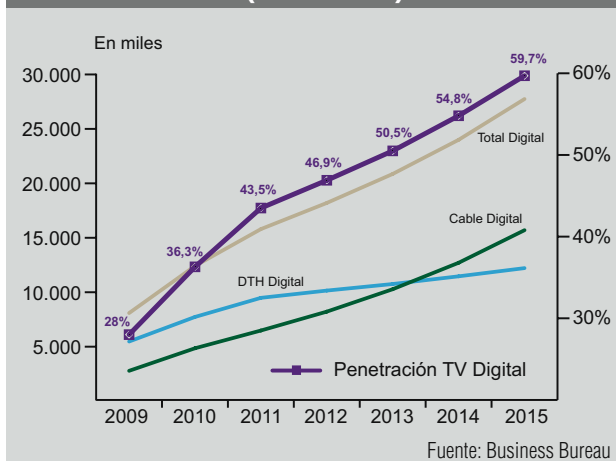
En materia de distribución, **Sky** de Brasil lidera con 37 canales; **Cablevisión** de Ciudad de México

tiene 29 canales HD, en tanto **Sky** del mismo país ofrece 26; **Net Serviços** de Brasil ofrece 23; **TVA** de Brasil tiene 19; **Cable Mágico** va con 18; **Cable Onda** de Panamá con 16, al igual que **VTR** y **GTD** de Chile y **Tricom** de Dominicana. **Cablevisión** y **Teledigital** de Argentina tienen 15. **DirecTV** distribuye 13 canales en Venezuela, 12 en Argentina, 11 en Uruguay y 10 en Ecuador.

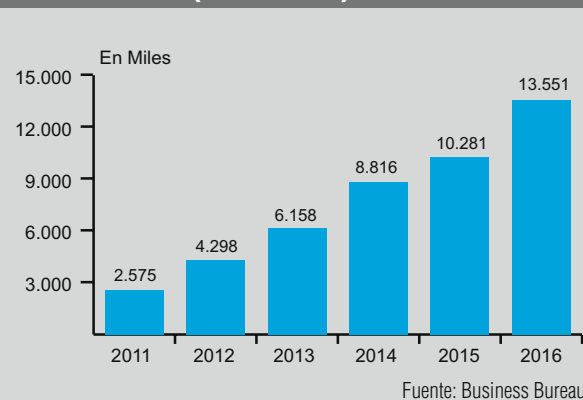
En cuanto a los géneros de los canales, de los 93 considerados por **Business Bureau** 19 son de Cine/Series, 18 de Deportes, 17 de Broadcast y 9 de “Entretenimiento”, seguidos por los rubros “Documentales” y “Música”, con siete señales cada uno. Los canales propiedad de sistemas de cable

y los de “Variedades” comparten la siguiente posición, con cuatro señales cada uno, y luego están las categorías “Estilo de Vida” y “Noticias”, con dos señales cada una; y finalmente Otros, que incluye “Niños”, “Cultura”, “Adultos” y “Religioso”, con una señal cada una.

ESTIMACIÓN DE CONEXIONES DIGITALES EN AMÉRICA LATINA (2010-2015)



ESTIMACIÓN DE SUSCRIPTORES HD EN LATINOAMÉRICA (2011-2016)



Horacio Gennari

PERSONALIDADES QUE CONVIERTEN HECHOS REALES EN HISTORIAS INCREÍBLES.



El Último Samurai

Películas



Iconoclastas

Documentales



Extreme Makeover: Home Edition

Realities



INFINITO
REALIDAD QUE SUPERA LA FICCIÓN.



ALEJANDRO PUENTE: 'LA INDUSTRIA DE TELECOMUNICACIONES DE MÉXICO CONTINUA CON ALTOS NIVELES DE CONCENTRACIÓN'

CRECIMIENTO EN VIDEO, INTERNET Y TELEFONÍA

ALEJANDRO PUENTE, presidente de Canitec destaca a Prensario en este reportaje el estado actual de la industria de las telecomunicaciones y habla sobre la reciente convención Expo Canitec 2011 celebrada en la ciudad de Puebla, México.

'La industria de las telecomunicaciones en México continúa con altos niveles de concentración en mercados como la telefonía fija y móvil y el acceso a Internet. En telefonía fija, Telmex continúa con el 80% de las líneas fijas y los operadores de cable ya rebasaron el 5%. En telefonía móvil, Telcel (América Móvil) aún tiene el 71% de las líneas móviles, mientras que

crecimiento menor de las empresas de cable en ese servicio', añadió.

En los dos últimos años, la televisión por cable ha crecido a un ritmo de 6% anual, para sumar poco más de 5,4 millones de usuarios, en tanto que la televisión de paga en general superó ya los 10,5 millones, lo que representa una penetración del 39% de los hogares mexicanos.

'En la Expo Canitec 2011 se corroboró el poder de convocatoria de nuestra industria. Tuvimos el honor de que nos acompañara el Presidente de la República, Felipe Calderón Hinojosa, tres gobernadores, varios secretarios de estado y los señores comisionados de



Alejandro Puente, presidente de Canitec, en el discurso inaugural

dedicados a las telecomunicaciones de México, América Latina y países distantes como Taiwán y Rusia', argumentó Puente.

'Los asistentes al Seminario Internacional de Telecomunicaciones tuvieron la oportunidad de escuchar a expertos nacionales e internacionales de primer nivel, quienes expusieron a profundidad temas tan diversos como el de la televisión digital terrestre, la interconexión de redes, la banda ancha móvil, y las tecnologías de la información y las comunicaciones y el automóvil'.

CRECIMIENTO EN TODOS LOS SERVICIOS

Sobre el crecimiento en el último año y el números de suscriptores en los diversos servicios, Puente comentó que la industria de cable en México 'continuó con su crecimiento sostenido en los tres servicios básicos que ofrece'.

Y añadió: 'Además del 6% en televisión, se creció a un ritmo del 20% anual en accesos a Internet (se sumaron 2.2 millones de suscriptores de acceso a Internet de banda ancha) y 25% en telefonía fija (1.1 millones de suscriptores más de telefonía)'.

'Tuvimos una nutrida asistencia al piso de

Pasa a Pag #26



Alejandro Puente junto a el presidente de México, Felipe Calderón, en la inauguración de Canitec 2011

Telefónica Movistar, en segundo lugar, sólo tiene el 21% de ellas', explicó Puente.

'En acceso a Internet de banda ancha fija, Telmex tiene el 75% de los accesos, en tanto que la industria de cable tiene el 21%. La competencia en televisión de paga se ha incrementado con la entrada de un operador más de DTH, lo que ha repercutido en un

la Cofetel'.

Estuvieron también presentes expositores de 120 países, tanto de organismos proveedores de contenidos, como de empresas proveedoras de soluciones tecnológicas y equipamiento para la industria de cable. 'Asistieron más de 3.000 personas entre industriales de cable, funcionarios públicos, legisladores y consultores

LA NOCHE DEL JUEVES ESTANKARDASHIAN



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



EONLINELATINO.COM
@EONLINELATINO



El mercado de la publicidad en TV Paga está en
www.LatinAdsales.com



Viene de Pag #24

exposiciones, superamos el número de expositores del último año y se discutieron temas fundamentales en los espacios académicos.

‘Canitec seguirá siempre aportando a las autoridades elementos dirigidos a mejorar el ambiente regulatorio en el sector, al tiempo que seguiremos defendiendo que existan mejores condiciones para una competencia sana y equitativa en todos los mercados de las telecomunicaciones.’

‘Aportaremos ejemplos de las mejores prácticas internacionales que han permitido a otros países incrementar la penetración de los servicios, en particular de la banda ancha, que es determinante en el incremento de la competitividad y productividad de las naciones.’

EL CRECIMIENTO DEL DTH

En referencia a este tema, Puente aseveró que en los últimos años la televisión de paga vía satélite ha presentado un crecimiento muy importante, especialmente en México, pero que sin embargo, ‘ello no ha representado una reducción en el número de suscriptores de la

televisión por cable’.

‘El crecimiento en este segmento se ha dado principalmente en sectores que no tenían televisión de paga, por lo que el efecto ha sido el de incrementar más la penetración, más que la de “canibalizar” el mercado. Los operadores de cable se han enfrentado eficazmente a los servicios de DTH a través del empaquetamiento de servicios en doble o *Triple Play*’.

Respecto al tema que se trató en Canitec sobre lo que se viene con la TDT a largo plazo, comentó que se cree que ese proceso se está apegando a las normas legales actualmente. ‘El proceso de transición a la TDT es en parte incierto, ante la suspensión que otorgó la **Suprema Corte de Justicia de la Nación** (SCJN) al decreto presidencial de septiembre pasado que, entre otras cosas, fijaba el “apagón analógico” para el 31 de diciembre del 2015’, remarcó Puente.

Por ello, el proceso de transición sigue su curso con base en el acuerdo secretarial de julio de 2004, en el que se establecieron seis periodos trianuales para realizar la transición en forma gradual.

‘Hasta el momento, el proceso ha seguido su curso con base en lo planteado en ese acuerdo, pero será necesario esperar a que se destrabe el asunto en la corte, para que se puedan establecer realmente los alcances últimos derivados de la transición. Ello incluye, por ejemplo, si los operadores de televisión abierta podrán o no prestar servicios de telecomunicaciones (incluido el de televisión de paga) y bajo qué condiciones lo harían; cómo se definirían y entregarían los apoyos para la adquisición de cajas decodificadoras para la recepción de señales digitales, etc.’.

‘La industria de las telecomunicaciones sigue en un proceso de fuerte transformación y competencia derivado de la convergencia de tecnologías y servicios. Los industriales del cable tienen retos enormes ante sí, tanto tecnológicos como de competencia, pero también se encuentran ante oportunidades únicas de crecer, diversificarse y fortalecer sus posiciones dentro del sector estratégico de las telecomunicaciones. Desde nuestra posición seguiremos apoyándolos a que estas oportunidades se conviertan en realidad’, finalizó.

PLANET X

WWW.PLANETXTV.COM

ALTERNATV PCTV

FIND YOUR BEAT
THE REALITY SHOW

With: **Dezarate**
Barcelona España

Buscando Al DJ Mas Talentoso De Latinoamérica...

NETWORK CONTACT
Sales Representative in Mexico:
+ 52 (55) 26 29 58 20
Maricela Hernandez
Maricela.hernandez@alternatv.us
www.alternatv.us

moviecity
play▶

Cuando quieras, donde quieras



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

moviecity
moviecity.com

moviecity moviecity moviecity cityvibe citymundo citymix cityfamily citystars



SKY: 'AHORA LOS SECTORES POPULARES PUEDEN ACCEDER A LA TV DE PAGA CON VeTV'

ALCANZA 3,3 MILLONES DE SUSCRIPTORES



Alex Penna, director general

Sky es el sistema de TV de paga más importante de México, con más de 3,3 millones de suscriptores, y que ha mostrado un 'muy acelerado crecimiento' en los últimos meses, de acuerdo a **Alex Penna**, director general, quien atribuyó este éxito al paquete **VeTV**, el cual aportó a los clientes una 'oferta atractiva' con mayor facilidad de acceso y flexibilidad.

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

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

Además de ser líder de México, Sky es la empresa DTH con más abonados. Penna co-

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

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

FUERTE PRESENCIA EN CENTROAMÉRICA



Sky está presente también en Centroamérica, donde ha crecido en número de clientes pese a la competencia, tanto en cable como en DTH.

En países como El Salvador, Panamá y Costa Rica, cuenta con cerca de 160.000 suscriptores, que son grandes espectadores de la *Liga Española de Fútbol*, uno de los contenidos exclusivos más fuertes de la compañía.

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

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

DIFERENCIARSE DE LA COMPETENCIA

Respecto a sus competidores, Penna explicó que es 'difícil ofrecer una alternativa mejor' a la de Sky: '**Dish**, el principal competidor,

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

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

EL CRECIMIENTO CON HD

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

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

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



TUS ESTRELLAS FAVORITAS
BRILLAN EN NUESTRA PROGRAMACIÓN

LO MEJOR DE HOLLYWOOD ESTÁ PRESENTE EN NUESTRAS PELÍCULAS.
COBERTURA Y ENTREVISTAS DE LOS PREMIOS DEL SHOWBIZ MÁS IMPORTANTES DEL PLANETA.
SERIES EXCLUSIVAS, PRODUCIDAS EN ESPAÑOL, Y POR PRIMERA VEZ VISTAS EN LA TV PAGA.
ESPECIALES EXCLUSIVOS CON LOS ARTISTAS MÁS EXITOSOS DEL MOMENTO.

MGM, MY FAVORITE

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



CABLEVISIÓN: MÁS OFERTA HD Y FUERTE APUESTA POR VOD

SUMABA 680.000 ABONADOS DE VIDEO EL PRIMER TRIMESTRE DE 2011



Guillermo "Memo" Salcedo

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

El cableoperador del Grupo Televisa tenía al cierre del primer trimestre de 2011 680.000 abonados de TV de paga, 310.800 de Internet de banda ancha, y cerca de 200.000 de telefonía, lo que significó un crecimiento del 6.9%, 18.8% y 32.3%, respectivamente en comparación con 2010.

Uno de los anuncios recientes más importantes es la nueva tecnología fiber deep (*Fiber To The Curb*) con la cual el operador está modernizando

su red y acercando la fibra óptica al hogar del cliente para brindar una mayor capacidad del servicio de Internet y nuevos servicios, de manera rentable. 'Hoy ofrecemos paquetes con 20 megas en Ciudad de México, y estamos probando velocidades de más de 100 megas en laboratorio, con esta fuerte apuesta tecnológica', aseveró Salcedo.

HD Y VOD

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

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

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

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

De acuerdo a Salcedo, el

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

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

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

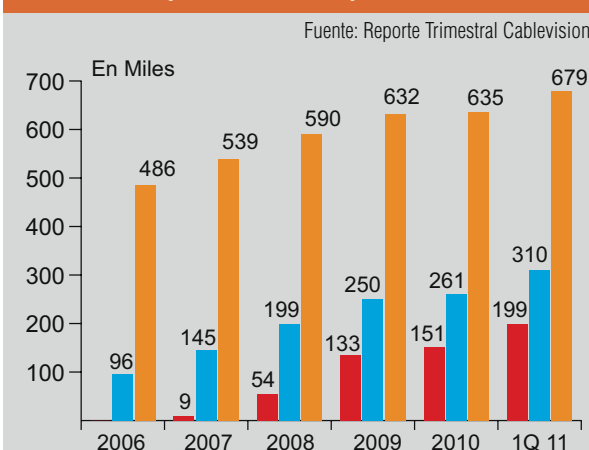
EL MERCADO MEXICANO

Junto con Brasil, México se ha consolidado como los mercados latinoamericanos de mayor crecimiento en el área de telecomunicaciones, totalizando más de 11 millones de clientes de TV de paga a la actualidad, e incrementándose la competencia con nuevos operadores, que ya ofrecen servicios empaquetados de *Triple* y *Cuádruple Play*.

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

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

EVOLUCIÓN DE SUSCRITORES DE CABLEVISIÓN, POR SERVICIOS (2006 - MAR. 11)



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

T.M. & © 2011 TCM Group Inc. All Rights Reserved.

TCM
FOREVER

ARGENTINA / BOLIVIA / CHILE / PARAGUAY / URUGUAY

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

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / PAÍSES ANDINOS / CARIBE

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

BRASIL

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



ENRIQUE YAMUNI, MEGACABLE: ESPERA CRECIMIENTO DEL 6% EN VIDEO EN 2011

TRABAJA EN LA MEJORA DE LOS ANCHOS DE BANDA, HASTA 20 MBPS



Enrique Yamuni

‘El mercado mexicano se está concentrando, y ya quedamos poquitos. **Televisa** aglomera **Cablevisión**, **Televisión Internacional** y **Cablemás**. **Ernesto Tinajero**, de **Cablecom**, ha comprado el club de fútbol Querétaro. Quedamos **Héctor Vielma** y nosotros. Todavía va a haber más consolidación, por lo que viene pasando en el ambiente de las telecomunicaciones.’

Enrique Yamuni Robles, de **Megacable**, el tercer operador de TV de paga detrás de **Sky** y **Dish México** describió a PRENSARIO su visión sobre el actual mercado de telecomunicaciones de la República Mexicana, uno de los dos mercados más importantes de América Latina.

‘Nosotros tenemos buena tecnología y ofrecemos un buen servicio a los clientes. Los sistemas que están en problemas son los que ofrecen sólo un tipo de servicio, los que no son digitales. Cuando están “a tiro de fibra” de nosotros podemos considerar incorporarlos, como hicimos con **Omnicable**, en el norte de nuestro país y la frontera con Arizona.’

MERCADO EN EXPANSIÓN

‘No creo que los precios sigan bajando más, después del descenso causado por la competencia con los servicios satelitales. Con la

mejoría y estabilización de los ingresos de los usuarios, estamos aumentando las “unidades generadoras de ingresos” (RGU), calculamos que en 200 mil y hasta más en el año.’

‘Para 2011 esperamos que el número de suscriptores de video aumente de 5% a 6%, los de telefonía un 10% y los de Internet un 15%. Donde más se está trabajando es en la mejora de los anchos de banda que se pueden ofrecer a los usuarios de Internet y en la digitalización de los servicios de video, con una meta importante: después de digitalizar medio millón de suscriptores en 2010, llegaremos al millón en 2011 y la meta es 1,5 millones en 2012.’

‘Esto significa que el 70% de los abonados de video serán 100% digitales, y es importante porque nos permitirá ofrecer mejor ancho de banda y eliminará la piratería, que es mucho más intensa cuando el servicio es analógico. La autoridad no hace nada por combatir esa piratería’, subrayó.

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

LAS TASAS DE INTERCONEXIÓN

‘Las tasas de interconexión siguen siendo un problema para el desarrollo de la telefonía, especialmente en el caso de llamadas de un teléfono fijo a un celular. No podemos bajar la tarifa cuando la tasa de interconexión es de un peso por minuto y debieran ser 40 centavos por minuto.’

‘Telmex no va a bajar esto voluntariamente, porque para ellos representa un ingreso muy importante, en el orden de 2 mil 500 millones de dólares por año; en las áreas de servicio local (ASL) hay un sistema “bill and keep” por el cual

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

LA RED DE LA CFC

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

Respecto a los resultados y proyectos alrededor de **Yoo**, el servicio con marca unificada que prestan **Megacable** y los cableoperadores afiliados a **Televisa**, ‘ante la competencia satelital, estamos cambiando la estrategia y desarrollaremos una estrategia para la gente que considera que no tiene el dinero como para suscribirse a los tres servicios y en cambio puede utilizar uno de ellos.’

‘En aquellos lugares donde tendremos digitalizados al 100% de los suscriptores vamos a poder ofrecer “Internet desnuda”, porque cuando hay canales analógicos es posible acceder desde la conexión de Internet a los canales de video; en digital estamos protegidos contra esto. Y, al que compre Internet, le daremos **Megafón Cero**, un servicio de telefonía por Internet que le permitirá recibir llamadas en forma gratuita, pagando sólo por las que efectúe.’



¿Cansado de la monotonía?

Descubre la diversión en el canal de cable de Telemundo



CONTACTO DE VENTAS
Daniel Picazzo Alamo
dpcicazzo@televisa.com.mx
011 • 5255 • 5261 3245

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





MÉXICO: SUSCRIPTORES DE TV DE PAGA SUPERARÁN 11 MILLONES EN 2011

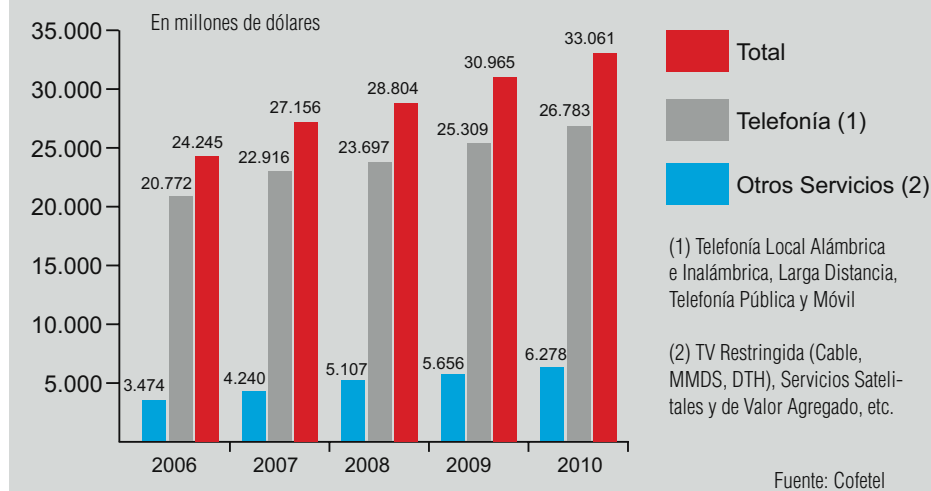
SE ESPERA CRECIMIENTO DEL 5% EN 2011 EN EL MERCADO PUBLICITARIO

De acuerdo al reporte trimestral de la **Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel)** de México, había en el país a marzo de este año 10,5 millones de abonados a TV de paga, siendo el cable la principal tecnología con 5,4 millones, seguido de DTH con 4,7 millones y MMDS con 300 mil.

Siguiendo la tendencia de crecimiento, estimada en un 6% anual, se espera que a finales de 2011, se hayan superado los 11 millones de clientes con acceso a TV por suscripción. El DTH continuará consolidándose a través de **Sky** y **Dish México** —los principales operadores de esta tecnología y del mercado—, que muestran crecimientos del 15%, mientras que en cable el incremento interanual oscila entre el 10% y 12%, pero con mayor énfasis en acceso a Internet y telefonía, en tanto la TV crece al 6%.

A nivel general, el mercado mexicano de las telecomunicaciones está atravesando un momento positivo, tras la crisis mundial iniciada en 2008, aunque México ha mostrado una recuperación más lenta que el resto de los países. Los ingresos en el sector han venido creciendo desde 2006, alcanzando 33.100 millones de dólares a finales de 2010, de acuerdo al regulador,

MÉXICO: INGRESOS DE LA INDUSTRIA DE TELECOMUNICACIONES (2006-2010)



donde la telefonía (móvil y fija) concentra algo más del 70% de esos ingresos, dejando el resto a la TV por suscripción, servicios satelitales y de valor agregado, entre otros.

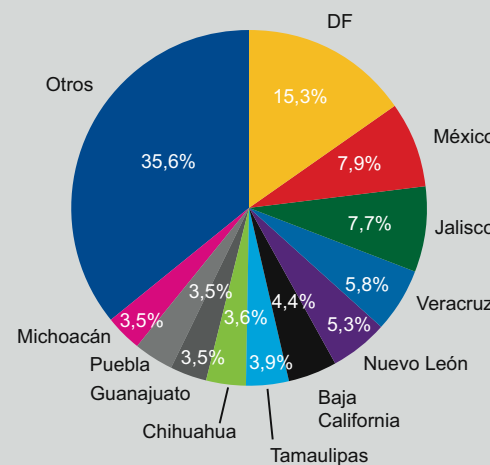
Según los últimos datos provistos por Cofetel, la penetración de la TV de paga está en ascenso, alcanzando en 2010 el 8,9% cada 100 habitantes,

y los accesos a Internet ya superaron los 12 millones. Los principales estados con servicio son el Distrito Federal (15,3% del total), México (7,9%), Jalisco (7,7%), Veracruz (5,8%), Nuevo León (5,3%) y Baja California (4,4%).

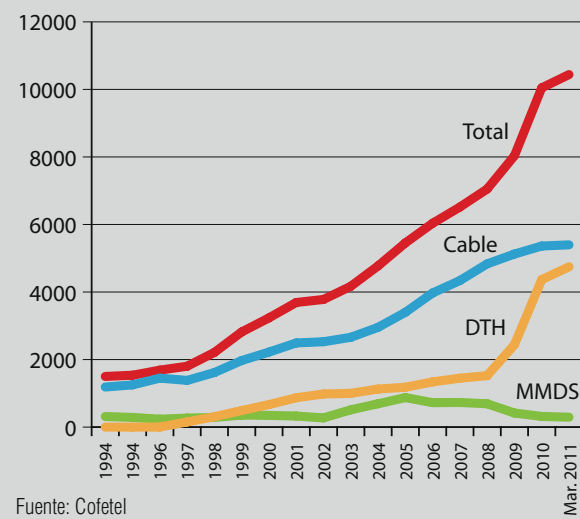
Hay nuevos sistemas lanzándose (**TotalPlay** de **Iusacell**, por ejemplo) y cableoperadores que, habiendo completado la digitalización, apuestan fuertemente a los servicios de valor agregado (VOD, PPV), Internet y telefonía, para diferenciarse y competir con el DTH.

La telefonía móvil está alcanzando niveles de saturación, con 93,7 millones de suscriptores a marzo de 2011 y una penetración cercana al 85%. La telefonía fija, por su parte, se recupera levemente, tras dos años de declive y se ubica en los 19,8 millones de líneas.

MÉXICO: NÚMERO DE SUSCRIPTORES, POR ESTADO (JUN. 2011)



MÉXICO: EVOLUCIÓN DE SUSCRIPTORES DE TV DE PAGA (2006-MAR. 11)



ABUELOS
COMO ESTE

truTV

GENTE REAL. EXPERIENCIAS EXTRAORDINARIAS.

www.trutvlatv.com

ARGENTINA / BOLIVIA / CHILE / PARAGUAY / URUGUAY

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / PAÍSES ANDINOS / CARIBE

BRASIL

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

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

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



MÉXICO: SUSCRIPTORES DE TV DE PAGA SUPERARÁN 11 MILLONES EN 2011

VENTAS PUBLICITARIAS

La recesión económica en el mercado mexicano ha impactado 'menos que lo que se esperaba' y la inversión publicitaria ha estado creciendo constantemente desde 2008, de acuerdo a un informe de la agencia de medios **Aegis Media** que retrata el comportamiento de diversos mercados publicitarios de todo el mundo durante el primer trimestre de 2011.

El estudio, donde también se analiza la posición de otros mercados latinos como Brasil y Argentina, resalta que los pronósticos para 2011 en México 'son muy optimistas', alcanzando algo más de 5,200 millones de dólares, es decir un crecimiento del 5% frente a 2010.

Los únicos medios que no decrecieron en los años de crisis fueron la televisión, que representa el 66% de la inversión total, la radio (acapara el 10,1%) e Internet (5,3% del total). Año a año, la inversión en medios impresos disminuye, mientras que Internet es el vehículo que más creció con 31% en 2010.

'La mayoría de los anunciantes está reorganizando sus estructuras para encarar los nuevos desafíos de marketing y comunicación que trae la digitalización (sobre todo en las redes sociales). Además, la confianza de los consumidores regresa a los niveles previos a la recesión: si el clima económico global no retrocede, el mercado mexicano de publicidad continuará creciendo en los próximos 3 años', vaticina el reporte.

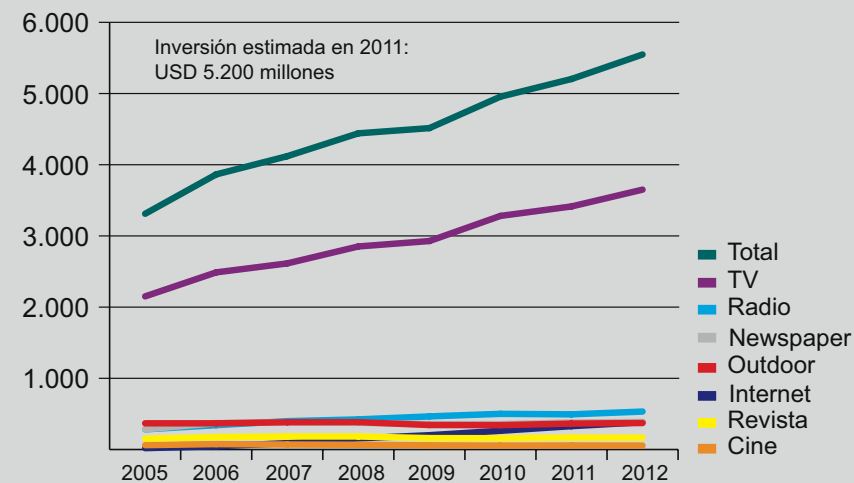
En referencia a los vehículos, la TV no sólo no pierde audiencia, sino que se está incrementando el tiempo de su consumo año tras año. Sin embargo, hay una transición desde la TV abierta hacia la TV de paga, donde los consumidores encuentran más opciones programáticas. 'La fragmentación es una realidad con grandes jugadores, como **Televisa** y **Telmex**, que pelean por incrementar la penetración en los hogares', subraya.

En referencia a la radio, el segundo medio en inversión, ésta juega un papel importante en diferentes targets, ya sea informativo, promocional o de entretenimiento. Las versiones digitales de las principales estaciones están ayudando a 'renovar la imagen' de este medio.

En cuanto a los medios impresos, los diarios no han mostrado cambios significativos: sigue siendo negativa su tendencia y tiene niveles de penetración muy bajos, ya que los

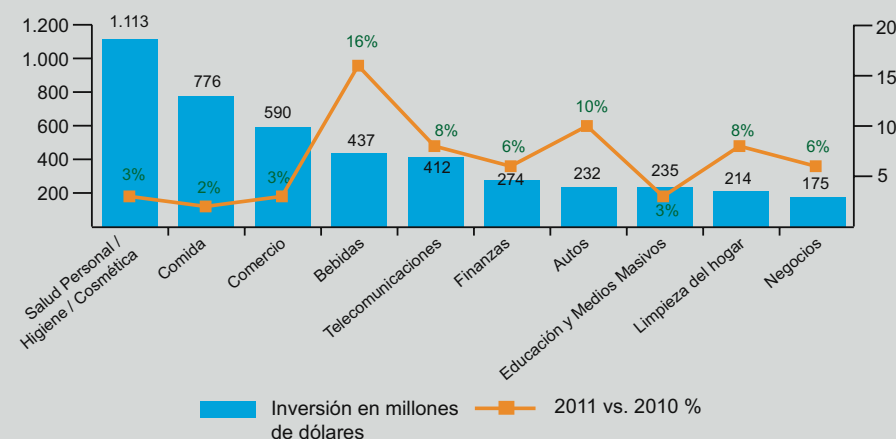
MÉXICO: EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA, POR MEDIOS (2005-2012)

Fuente: Aegis Media/AAM/CICOM/Ibope AGB



MÉXICO: INVERSIÓN PUBLICITARIA, POR SEGMENTOS (2011)

Fuente: Aegis Media/AAM/CICOM/Ibope AGB



consumidores eligen la TV y/o Internet como medio de información. Junto con la radio, el estudio prevé que las elecciones presidenciales de 2012 ayudarán a incrementar la inversión en estos vehículos.

Las revistas crecen en cantidad de títulos y variedad, pero esto no se reflejó en el crecimiento de su audiencia: las editoriales están apostando a las ediciones digitales para 'reposicionar' el medio.

Outdoor tiene la penetración más alta entre los medios masivos y su uso se está diversificando. Este medio ofrece nuevas oportunidades por su formato y adelantos tecnológicos que atraen la atención de anunciantes. 'La Ciudad de México ha modificado las normas regulatorias, las cuales han beneficiado a este tipo

de publicidad', justifica.

Se espera que Internet acapare el 6% de la inversión total a fines de 2011, siendo el "display" (49%) y "search" (39%) los modos más comunes donde las marcas invierten para conectarse con los consumidores. Del total de la publicidad digital, la móvil tiene el 10%, pero continúa expandiéndose; y las redes sociales como **Twitter**, **Facebook** y **YouTube** son cada vez más relevantes.

Finalmente, aunque el cine esté ofreciendo un entretenimiento de 'mejor calidad' con más salas de proyecciones 3D y mejores oportunidades de comunicación para alcanzar otros targets, el medio fue el que más decreció en 2009 (-13%) y 2010 (-7%) y se espera que vuelva a caer en 2012 (-3,1%).

Con ustedes. Siempre juntos.



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



MEDIA OPTION: CAMPAÑAS MÁS EMOCIONALES Y CERCANÍA CON EL CONSUMIDOR, LAS CLAVES DE LA PUBLICIDAD



Fernando Alba, socio director, de Grupo Media Option

Fernando Alba, socio director de Grupo Media Option S.A. de México describió a PRENSARIO el balance de la primera mitad del año y opinó sobre el mercado publicitario en ese país, donde atiende a más de 30 clientes.

‘Durante el primer semestre del año reportamos importantes logros en cuanto a generación de nuevos clientes y el incremento de los presupuestos de los existentes. Podemos decir que la industria crece y hay nuevas opciones de inversión con mejores retornos en alcance y segmentación. Además, se registra una mayor apertura y

predisposición a destinar mayores recursos a la comunicación’, destacó Alba.

Este año, Media Option ganó las cuentas del fabricante de camiones/autobuses **Internacional-Navistar**, la empresa de apuestas española **Bettymovil** y la constructora **ICA**. ‘Es importante que nuestros clientes enfoquen sus esfuerzos en acciones contundentes; involucrar a la audiencia con la marca para convertirse en parte de sus vidas’, dijo.

Para lograr un vínculo estrecho el ejecutivo sugirió campañas publicitarias ‘muy emocionales’ y una selección de canales de comunicación que generen ‘intimidad’, como los medios online, acciones en punto de venta y acciones especiales en radio y TV y, con menor intensidad, algunas acciones en medios impresos.

Sobre el mercado publicitario en México, opinó que muestra un ‘gran dinamismo’ y que se viene ‘despertando después de algunos años que no reportaron crecimiento significativo’. Y remarcó: ‘El porcentaje de inversión publicitaria en México medida contra el PBI es de las meno-

res entre las 25 economías más importantes del mundo, lo que nos habla de un gran potencial de crecimiento’.

Sin embargo, para el ejecutivo el mercado está creciendo y los medios online son los principales ganadores. ‘Las redes publicitarias como la de **Google**, el *Search Engine Marketing* y el *Social Marketing* crecen de manera muy acelerada, a ritmos que nosotros nunca habíamos visto en esta industria. En segundo lugar la TV paga también tiene importantes crecimientos gracias a su capacidad de hablarle masivamente a segmentos muy atractivos de elevada capacidad económica’. Ciertos medios impresos tienen buenas perspectivas: ‘Sentimos que habrá importantes inversiones en los líderes de cada segmento; publicaciones referentes a estilo de vida, moda y negocios’.

Sobre el futuro del mercado, pronosticó: ‘Seguiremos observando un crecimiento impulsado por los nuevos medios por el mayor interés que demuestran los anunciantes de estar cada vez más activos con su comunicación para mejorar su desempeño en ventas’.

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

CABLE NOTICIAS
 24 horas de información

TVAgro
 Te acerca al campo

Tele Nostalgia
 La nostalgia del tiempo

Rumba
 Al ritmo de la vida

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

NUEVA SEÑAL

SEXO EXTREMO SIN PREJUICIOS

SEX EXTREMO

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

PLAYBOY TV **3D** **HD** **Venus** **Venus HD** **PRIVATE** **FOR MAN** **HOT SHOTS**

Contacto comercial:
 Fernando Adad// fadad@claxson.com// Tel. +54 11 4851 3700/3759



CARAT MÉXICO: ESTIMA CRECIMIENTO DEL 9% PARA 2011

APUESTA A LA DIVERSIFICACIÓN, CON ÉNFASIS EN CARAT DIGITAL

‘Estimamos que a finales de 2011 habremos alcanzado un crecimiento del 9%, aún habiendo perdido una de nuestras principales cuentas: **Banamex**. La gran estrategia que venimos llevando adelante es la diversificación de nuestra cartera de servicios, por fuera de la planificación de medios’.

Miguel Loret de Mola, director general de **Carat México**, describió a **PRENSARIO** el momento de una de las principales agencias de medios del país, y añadió: ‘El negocio de la compra de medios y planificación publicitaria de marcas se fue deteriorando en el último tiempo, por eso estamos apostando fuertemente al área digital’.

Junto con **Media Planning** (MPG), Carat es la agencia en México ‘que más ha apoyado la diversificación del negocio publicitario’, subrayó Loret. ‘Hemos invertido muchísimo en marketing digital e interactivo, pero también en patrocinios, área en la que trabajamos con la Federación Mexicana de Fútbol, CIE (que maneja la organización de espectáculos artísticos) y manejamos inmuebles para la organización de convenciones, entre otras cosas’.

‘Mi sentir personal es que 2011 está siendo similar a 2010, pero hemos visto un detalle: los presupuestos se están aplicando más lentos que el año anterior; se posponen, pero afortunadamente no se cancelan. Creemos que la crisis que se entró en 2008 aún no acaba, y hay signos en Estados Unidos que lo demuestran,

como los altos consumos con tarjeta de crédito y la poca fluidez de efectivo; también vemos que los clientes están más cautos’, resaltó.

El mexicano es un mercado publicitario de 3,500 millones de dólares anual, de los cuales un 70% va para Televisión (de ese porcentaje un 10% es para TV de paga), un 12% es para Outdoor, un 4% para Radio, un 5% para Prensa (diarios y revistas) y un 9% para Digital, el de más crecimiento. Del total, Carat compra alrededor de 400 millones de dólares anuales, un 11,5% del mercado.

‘Creemos que en los próximos cuatro años los clientes deberán revisar su planificación de medios, volcando más inversión a las plataformas digitales’, finalizó Loret.

CARAT DIGITAL

Santiago Durán, gerente general de **Carat Digital**, dijo a **PRENSARIO** que la división maneja 29 clientes para México. ‘De ellos, hay cinco que manejamos las cuentas regionales: **Nokia**, **Reebok**, **Adidas**, **Electronic Arts** (videojuegos) y **Newell Rubbermaid**’.

‘Nos iniciamos como un área de compra de espacios publicitarios en medios digitales, pero hoy ofrecemos una solución *full service*, que ofrece desarrollos web, campañas CMR, e-Commerce, diseño de páginas, etc. Somos una red global bajo la órbita de **Isobar**, con presencia, además de en México, en Brasil, Argentina, Colombia, Ecuador, Panamá y Estados Unidos (Miami)’, explicó Durán.

‘Todos los consumidores acceden en alguna parte de su vida a una plataforma digital (celular, Internet, TV, etc.), o sea que es un canal abierto para aprovechar la comunicación de marca. Debemos explorar ese camino, a pesar de que en Latinoamérica sea aún pequeño’, destacó.

Un rasgo ‘distintivo’ de la publicidad



Santiago Durán, director general de **Carat Digital**



Miguel Loret de Mola, director general de **Carat México**

digital es la rentabilidad. ‘Si se planifica correctamente el mix de medios contemplando fuertemente lo digital, los costos de la campaña bajan muchísimo. Debemos apoyarnos mucho en las redes sociales que permiten el

boca en boca y hace más fácil la comunicación de marca’, completó.

Y se abocó a un interesante concepto de **Isobar**: *Owned, Bought and Earned Media*. ‘Al inicio de una campaña, una marca cuenta con canales “comprados” (en los que invierte para tener presencia y tiene cierto control sobre la comunicación), “propios” (que le pertenecen y donde se tiene un control mayor) y “ganados” (el lugar de los consumidores: donde no hay control y es el espacio de los comentarios/crítica)’.

LAS VENTAJAS DIGITALES

Durán expresó: ‘Sin dudas la mayor ventaja de las plataformas digitales es que permiten apalancar la rentabilidad de la campaña, mientras que la desventaja es una cuestión de mercado: de 112 millones de habitantes en México, sólo el 30% maneja y accede a medios digitales. A las marcas masivas (generalmente las líderes) no les sirve aún para cubrir sus necesidades de alcance’.

Sin embargo, aclaró que ‘cualquier marca puede beneficiarse si aprovechan las ventajas de los canales digitales’. En 2010 la inversión en medios digitales fue de 372 millones de dólares, de acuerdo al **Internet Advertising Bureau** (IAB), y 71 millones fueron para los motores de búsqueda, **Bing**, **Google** y **Yahoo**.

‘Otro problema en México es la infinidad de empresas/agencias pequeñas que se han lanzado a la compra de espacios en medios digitales. Son más de 100 empresas, lo que hace dificultoso posicionarse en el mercado. Pero apuntamos a consolidarnos en este segmento, que fue el de mayor crecimiento en México en el último año’, completó Durán.

SCARPATO / CASA CLUB TV

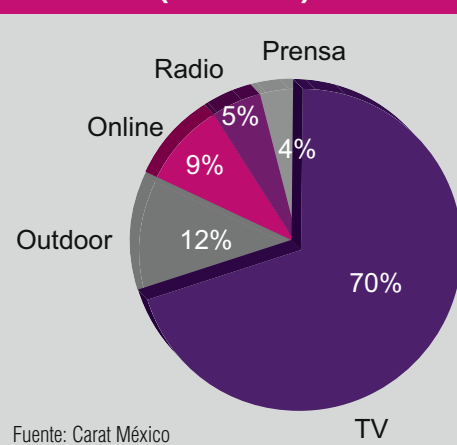


UNA PROGRAMACIÓN HECHA A LA MEDIDA PARA LA MUJER DE LATINOAMÉRICA

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

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

MÉXICO: INVERSIÓN PUBLICITARIA, POR MEDIOS (JUNIO 2011)



Fuente: Carat México

TURNER: GLITZ A MÉXICO

GRAN PRESENTACIÓN EN EL DF CON ACTORES



Manuel Cuan, VP de Mercadotecnia y Servicios Creativos de Turner

La nueva señal de **Turner Broadcasting System Latin America, Glitz**, tuvo su presentación y lanzamiento oficial en el DF mexicano, donde la compañía organizó una fiesta que incluía a actores, invitados de honor y la prensa especializada.

Manuel Cuan, VP de Mercadotecnia y Servicios Creativos de Turner platicó con PRENSARIO sobre esta nueva propuesta programática que se incluye en el portafolio de señales de tendencia del grupo. 'Es la primera marca de entretenimiento y estilo de vida de Turner. La idea fue reunir a diversos invitados entre hombres y mujeres que están marcando tendencia en diferentes ámbitos como el arte, la música, la alta gastronomía, la arquitectura, el turismo, los espectáculos y el diseño, por mencionar sólo algunos', explicó Cuan.

'Desde su lanzamiento hace unas semanas, el canal ha mostrado una clara y buena aceptación

tanto en México como en Latinoamérica, lo cual nos llena de satisfacción y nos compromete para seguir con los estándares internacionales de calidad, característicos de esta empresa. Es importante mencionar que es sin perder de vista el interés de nuestros televidentes a nivel local y regional', mencionó Cuan.

DESTACADOS DE PROGRAMACIÓN

'Tuvimos programas claves que nos ayudaron a una rápida aceptación del canal, como por ejemplo el lanzamiento de los episodios inéditos de la tercera temporada de la serie *Gossip Girl* y el estreno en exclusiva de la cuarta edición para el canal', dijo el ejecutivo respecto a los contenidos de la señal.

'Por otro lado estamos en preparativos para presentar la segunda temporada del reality de moda exitoso a nivel mundial *Project Runway* en su versión para Latin America conducido por **Rebecca de Alba** y sin duda que la señal tendrá además 40 horas de estrenos mensuales y sumará más de 100hrs de producciones originales para este año', agregó.

Las producciones originales de Glitz buscan 'entretener' al televidente con temas 'frescos, interesantes, de alta calidad y conducidos por personajes que marcan una diferencia en Latinoamérica', dijo Cuan. Y destacó *Update*, un programa semanal bajo la conducción de **Maria Inés Guerra** desde México para la Región Norte, con las novedades del mundo del espectáculo



Gossip Girl



local e internacional, la música, la moda, el diseño y la tecnología.

También *Taste It*, donde el chef argentino **Rodrigo Toso** realizará la ruta gastronómica en Buenos Aires, Lima, Santiago de Chile, Caracas y Ciudad de México, descubrirá los sabores de cada lugar visitando los lugares más codiciados del momento y hasta los clásicos bodegones y puestos de comida al paso.

Finalmente, en *Lado H* el colombiano **Camilo Sáez** presenta una visión masculina sobre las costumbres, el estilo, la actualidad y las tendencias en Latinoamérica. Además, el ciclo contará con la opinión de las mujeres sobre el mundo masculino como: la soltería, la virilidad, la vanidad, la elegancia y el éxito.

TELEFE INTERNACIONAL: DIARIO DE LA COPA

Con la conducción de **Germán Paoloski** y **Fernando Carlos**, *Diario de la Copa* se estrenó el 1 de julio en **Telefe Internacional**, y se extenderá durante toda la Copa América 2011, que se desarrolla en Argentina hasta el 24 de este mes.

Diario de la Copa es la edición de *Telefe Noticias* dedicada exclusivamente a la cobertura periodística del torneo futbolístico del año. Ofrece información actualizada y novedades sobre el campeonato y cuenta

con entrevistas exclusivas a los jugadores y entrenadores de los distintos seleccionados, el resumen de los partidos y el seguimiento de todos los equipos.

Por otra parte, la señal estrenó a fines de junio el programa de entretenimiento *Sábado Bus*, conducido por **Nicolás Repetto**, quien regresa a la TV argentina a través de Telefe.

Producido por Telefe y **Mandarina**, la nueva versión tendrá nuevas secciones y las clásicas se renovarán.



Diario de la Copa

Sábado Bus

artear.com
Entretenimiento Argentino
que cautiva al mundo.

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



VENEVISIÓN PLUS, UNA FÓRMULA EXITOSA CON SABOR LOCAL



Cosme López, gerente general de Venevisión Plus

Venevisión Plus es la señal de TV paga de entretenimiento del **Grupo Cisneros**, pensada especialmente para Venezuela que tiene muy buenos niveles de audiencia y recibe el 30% del total de inversión publicitaria en cable de ese país. El modelo de canal fue replicado en República Dominicana con igual éxito y se espera llegar a más países de la región con el mismo concepto.

Cosme López, gerente general de **Venevisión Plus** explicó a **PRENSARIO** que en ambos países el canal alcanza el primer lugar en el ranking de TV paga, de acuerdo a datos de **AGB**. 'Se trata de un concepto de canal que emite sólo programación de entretenimiento (telenovelas, talk shows, game shows), dejando afuera los programas de noticias e infantiles, la principal diferencia con el canal abierto Venevisión', dijo.

'Venevisión Plus es un modelo de canal que nació en Venezuela en 2007 y su versión en Re-

pública Dominicana —lanzada en 2010— replica el mismo concepto. La programación en ambos canales es similar pero cada uno incorpora localismos y contenido pensado especialmente para la audiencia de cada país', agregó López.

Las dos señales de cable cuentan con personal local para 'entender la dinámica de cada país', lo que les permite además trabajar de manera cercana con los anunciantes. López subrayó: 'Contamos con fuerza de venta propia, lo que beneficia a los

anunciantes, ya que sienten confianza para decir y pedir lo que necesitan y a su vez se genera un servicio de calidad'.

LÍDER EN EL MERCADO PUBLICITARIO

Venevisión Plus está en el primer lugar de inversión publicitaria en TV de paga en Venezuela y lidera en términos de rating desde hace dos años. 'Activó la inversión publicitaria en Venezuela', aseveró el ejecutivo.

Y contó que al ser productores del contenido, pueden ofrecer 'diferentes esquemas de anuncios', como el *product placement* que integra el producto dentro del desarrollo del programa. 'El hecho de poder tener productos involucrados en la temática del show es algo que los anunciantes aprecian mucho y es un elemento diferenciador', explicó.

Entre las novedades de contenido original para esta temporada se destaca la serie de nueve

capítulos *Más allá de la belleza*, un reality sobre el concurso de Miss Venezuela que se realiza todos los años en ese país. El show mostrará la preparación de las participantes y el armado del show con entrevistas.

NOVELÍSIMA, ALLANANDO CAMINO

En esta edición de Tepal, López apuesta a incrementar la distribución de **Novelísima**, el tercer canal de cable de la compañía que transmite para toda Latinoamérica y España, sin incluir Brasil. Con el mismo concepto que Venevisión Plus, esta señal intenta lograr un 'sabor latino'.

Si bien el género más fuerte de su programación es la telenovela, el canal es variado e incluye otros contenidos que 'complementan y hacen un canal igual de potente que los anteriores', comentó López, y agregó: 'Buscamos promover Novelísima como canal panregional para consolidar su distribución y así incrementar la inversión publicitaria'.

Novelísima es una señal punta de lanza, ya que le permite a la compañía penetrar diversos territorios y luego ser reemplazada por Venevisión Plus, tal como ocurrió en República Dominicana. 'Vimos un territorio nicho y decidimos tomar una señal particular montada sobre la distribución del canal que ya existía', explicó López. Y, reforzando el concepto de la fuerza local concluyó: 'Fuimos a hacer televisión con los dominicanos, porque la idea no es exportar personal a los países, sino llevar el producto y que sea manejado por cada lugar'.



KW, EN CONSTANTE CRECIMIENTO

Rodolfo Bermejo, director general de **KW**, destacó a **PRENSARIO** que la señal se encuentra desde comienzo de año disponible en el paquete mini básico de **Cablevisión DF**, por lo que ya es vista por más de 3 millones de mexicanos. Ahora trabaja para partir en otras plataformas como **Sky**, **Dish** y **Total Play**.

'La respuesta del público es muy favorable y nuestros números en **Ibope** siguen incrementándose', subrayó Bermejo y adelantó que

KW tiene dos nuevas producciones originales (ya ocupan el 15% de la grilla) que estarán al aire desde junio. La primera es el programa de debates *Konexión W*, y la otra es *Hotel*, una serie de 13 visitas a los hoteles más lujosos del DF para conocer las entrañas de cada una de estas propiedades contadas por los protagonistas que trabajan allí. Fue coproducida con **TVC**, canal de **PCTV**.

'Hay un proyecto de realizar una campaña

en medios pues ahora llegamos a un público masivo, donde se puede hacer integración de marcas. Recibimos más de 200 e-mails mensuales con comentarios muy satisfactorios de parte de nuestros televidentes, que agradecen por ofrecerles una opción de entretenimiento positivo', finalizó Bermejo.



Un paraíso para los sentidos



elgourmet.com

Amante del buen vivir



COSMOPOLITAN TV

ELIM & ARTS



(a) CINEACTIVA



PRAMER

VENTAS AFILIADAS: ventasafiliadas@pramer.tv Tel. [5411] 4778.5400 - www.pramer.tv

<http://www.facebook.com/elgourmet.comLatinoamerica>



TELEMUNDO: TALENTO DESDE Y PARA LATINOAMÉRICA



Cynthia Carnivale y Karen Barroeta

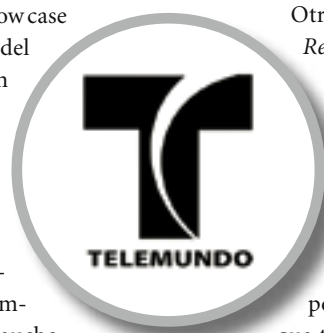
Karen Barroeta, SVP, Marketing Creative Service de **Telemundo**, participó en Canitec, abocada a supervisar el canal en Estados Unidos, pero también a la señal internacional de cable, al que ahora dedica su mayor tiempo como referente para la industria.

Estuvo en el stand de **Televisa Networks** donde, como suele ocurrir, también llevó el

talento del canal con un gran show case en vivo de **Penélope Menchaca** del programa *12 Corazones*. Fue un evento único en toda la muestra con buena asistencia de público en los alrededores, lo que revela el arraigo del canal en México.

‘De la mano de Televisa Networks tenemos una ventaja competitiva y estamos ganando mucho tiempo de introducción en el mercado de Latinoamérica, donde ya contamos con cuatro millones de suscriptores pese a no tener ni dos años de comercialización. Poco a poco vamos teniendo la base’, explicó Barroeta.

También cuenta con otras ventajas: ‘Hay programación de Telemundo que está al aire que son programas pilares como *Levántate*, *Al Rojo Vivo* o *12 Corazones* que llevan años en la en TV abierta con grandes resultados. Por ejemplo, *Caso cerrado* en Chile tuvo números increíbles. *Doctora Polo* tiene una posición súper fuerte también.



Otra noticia es que se lanzará *La Reina del Sur* en **Canal 9**, cuando termine para empezar a aprovechar el éxito’, dijo.

‘También tenemos el noticiero de Estados Unidos que se emite con media hora de delay. Se concentra en llevar las historias de América Latina, por lo que es bastante natural que tenga éxito en cable. Están las noticias de América, pero llevamos información de lo que pasa a nivel internacional’, señaló.

Están a su vez los pilares de antes, y las novelas que han sido íconos como *Pasión de Gavilanes* o *La Tormenta*, que están al aire, *Anita no te rajes* o *Bella Calamidades* que también se lanzó recientemente.

El target del canal es de 18 a 49 años, igual que en Estados Unidos. ‘El feeling con Latinoamérica es total por ser un canal multicultural, con actores de todos los países que hacen sentir’, concluyó Barroeta.

www.canalantiestres.tv

Humor Channel, el Canal Antiestrés

El único canal en Latinoamérica con 24 horas continuas dedicadas al humor.

Con una programación variada y muy divertida, los más reconocidos humoristas y cómicos de la región tienen un espacio en Humor Channel.

El magazin más divertido de Latinoamérica, llega a los televidentes con temas de interés, música, invitados y cientos de historias que harán las mañanas más entretenidas y amenas.

En nuestra franja juvenil, un programa muy divertido para interactuar y opinar sobre temas de actualidad, datos curiosos y avances tecnológicos.

Las situaciones más graciosas que se registran en internet las podrás encontrar en Internecios, fotos, videos y mucho más en un espacio dedicado a la interactividad.

PBX: (571) 651 49 00 ext. 201
expansion@maxmedisa.com
Cra. 46 No. 94 - 18 Bogotá - Colombia
www.maxmediasa.com

TOP ASIAN NETWORK

Muito mais do que você pode imaginar



Drama



Entretenimiento



Documentários



Animação

O MELHOR CONTEÚDO DA ÁSIA



Sebastián Choy
KBS America

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

Fox Sports +: EL NUEVO CANAL QUE ESTÁ LLEGANDO

HABRÁ QUE TENERLO PARA ACCEDER A TODOS LOS PARTIDOS

Sergio Veiga, vicepresidente de distribución de Fox Sports, destacó a Prensario que Fox Sports+, el segundo canal lanzado para eventos, ahora ya será de 24 horas, con los partidos de la Champion League, Europa League, de la Copa Libertadores, la Copa Sudamericana, de diferentes equipos y de todos los países de Latinoamérica, entre otros.

Ofrecerá todos los contenidos para los que no había lugar en la señal de siempre, por superposiciones o cantidad de partidos. Eso junto a una cantidad creciente de programas de los que se producen en Buenos Aires.

Veiga remarcó que es una buena noticia que 'enriquecerá la grilla de los operadores', por lo que está cerrado el acuerdo para su distribución con casi todos los clientes. Se apunta a lograr la misma distribución que con la otra señal para los primeros días de agosto, cuando se lance a las grillas. En general va al servicio básico pero si alguno lo lanza en digital en seguida negociará que pase al primer servicio.

Fox Sports+ fue bien recibida, pues la señal de eventos era una señal parcial y aquí el proyecto es más completo. 'A nivel comercial también se acomoda a la perfección a los requerimientos tanto de la parte de afiliados y como de los publicitarios', dijo Veiga. Vale aclarar que en Colombia ya estaba como señal 24 horas, pues es la señal para el Cono Norte, pero es una novedad desde Ecuador al Cono Sur.

El tercer miembro de la familia que también está creciendo es el canal HD, que por primera vez permitió ver a los hinchas a sus equipos en esa tecnología. Un uruguayo pudo ver a Peñarol, a un argentino a Vélez o un ecuatoriano a la Liga de Quito, además de la final de la Champion League con los ídolos de Argentina (Lionel Messi) y México (Chicharito Hernández).

FOXsports+



Sergio Veiga

'Entre las señales de HD es la más popular y rica de contenido que hoy puede dar el mercado', subrayó el ejecutivo. Y finalizó: 'Para un usuario no tener el HD en estos eventos es quedarse con las ganas, pues el deporte es lo que más jugo se le saca y se descubren escenas que nunca habían sido vistas. Siempre se vieron películas con buena imagen, pero nunca algo diferencial así. Hoy todos los que operan en HD tienen la señal. Muchos de los programas que incorporan ya se piden en HD y los que se producen también.'

TELEVISA NETWORKS, MÁS HD: AHORA DE PELÍCULA Y TELEHIT

LANZA SU NUEVA SEÑAL INFANTIL TIIN

José Elizalde, coordinador de Ventas Latinoamérica y Canadá de Televisa Networks, destacó a Prensario que en Tepal la compañía presenta las nuevas señales De Película HD y Telehit HD y que espera reencontrarse con clientes de República Dominicana, que no participaron de la edición 2010 en Panamá.

Aunque Carlos Cabrera (gerente regional) está siempre visitando todos los territorios, la edición de Punta Cana es una gran oportunidad para ver a cada uno de nuestros afiliados en ese país. Estamos destacando fuertemente las nuevas señales HD, que estarán disponibles durante el tercer trimestre de este año, remarcó Elizalde.

Y agregó: 'Ya tenemos algunos acuerdos de distribución suscritos con operadores de la región y específicamente en República Dominicana. Estas señales vienen a reforzar nuestra oferta HD, que ya cuenta con Golden y TDN. Tenemos una de las mejores ofertas en

términos de calidad de señal y contenido, y consideramos que la estrategia para el futuro será apoyar a todos nuestros afiliados para ampliar la penetración de HD en el mercado'.

Sin embargo, Elizalde destaca que la compañía no descuida de las señales SD. 'Por esta razón, aprovecharemos para presentar el nuevo contenido de nuestros canales tradicionales, que nos han permitido mantener la calidad y frescura programática', subrayó.

Entre los acuerdos comerciales más importantes, Elizalde resaltó: 'Hemos estado trabajando fuerte con la señal de Telemundo y en Dominicana estaremos cerrando el año con cerca del 100% de distribución. Ya tenemos acuerdos para las señales HD con tres operadores en Dominicana y acabamos de lanzar Golden HD con Telefónica y Telmex para Colombia y Ecuador. Recientemente Wind incluyó a TDN en su oferta. Tenemos



José Elizalde, Coordinador de Ventas Latinoamérica y Canadá

otros acuerdo que están cerrándose'.

TIIN Y TDN

Además de las señales en HD, Televisa Networks promociona Tiin, la nueva señal dirigida al público juvenil de entre 10 y 16 años. 'Es una propuesta diferente donde se puede ver no sólo series y programas que lograron conquistar al público adolescente, sino también música, videos, tecnología y realidades. Esta nueva señal le dará a todos nuestros clientes contenidos de mayor interés para sus suscriptores', explicó el ejecutivo.

TDN está disponible únicamente en México, Centroamérica y República Dominicana. 'En este último, la aceptación ha sido espectacular. Estamos muy contentos con la distribución y la sintonía, ya que es una señal muy joven que ofrece a los afiliados y a sus suscriptores una nueva opción en deportes con contenido exclusivo y diferenciado', dijo.

'Adicionalmente, estamos reforzando el contenido de TDN con baseball que seguramente será atractivo para la región y aún más para nuestros afiliados y suscriptores en la República Dominicana', completó Elizalde.

HBO: CINCO ESTRENOS EN JULIO

HBO estrena en julio cinco largometrajes de gran repercusión, entre los que se destacan *Resident Evil: Afterlife* (Sony Pictures), con Milla Jovovich en el papel protagónico de Alice, quien debe encontrar a los sobrevivientes y llevarlos a un lugar seguro.

The Karate Kid (Columbia Pictures) es la remake de la clásica *Karate Kid*, aunque esta versión está protagonizada por Jackie Chan, quien le enseña kung fu a un niño para que pueda defenderse de

algunos de sus compañeros de clase. Otra de las recomendaciones para julio es *Grown Ups* (Sony Pictures). Con la actuación de Adam Sandler y Salma Hayek, entre otros, la película muestra el reencuentro de cinco amigos y sus familias, tras muchos años sin verse.

Entre las propuestas de acción, se destaca *Salt* (Sony Pictures) con Angelina Jolie, quien interpreta a una agente de la CIA que se ve obligada a abandonar su trabajo y a su esposo cuando es acusada de planificar

el asesinato del Presidente de Rusia. Finalmente, *Cop Out* (Warner Bros.) protagonizada por Bruce Willis, un detective de la Policía de Nueva York que ha sido suspendido por sus errores durante la captura de un narcotraficante.



Salt

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



EN ESPAÑOL

actualidad.rt.com

Señal abierta para operadores de cable

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

FREEVIDEO.RT.COM

Todos los videos son gratuitos

Solo haga click para descargar los videos

Contacto:

Gerente de Distribución

Karina Melikyan - kgmelikyan@rttv.ru

Teléfono: +7 495 645 28 43

PLANETX AMPLÍA SU DISTRIBUCIÓN EN LATINOAMÉRICA

SISTRIBUYE ALTERNA CON MBA Y SATMKT



Federico Martínez, presidente de PlanetX

La señal de deportes extremos **PlanetX** amplía su llegada en Latinoamérica gracias a sus acuerdos con distribuidoras como **Alterna TV** y **Prosat**. 'Definitivamente se va a distribuir la señal en la mayoría de los países de Latinoamérica. Actualmente se encuentra en Honduras y pronto se lanzará en Colombia, Argentina, Costa Rica y Guatemala', comentó a **PRENSARIO** **Federico Martínez**, presidente de PlanetX.

Respecto a la alianza con **Alterna TV**, Martínez destacó que 'es muy buena' y que su presencia en el mercado hispano 'es siempre fuerte'. Además, contó: 'Pronto nuestra señal estará en los paquetes latinos de sistemas como **Time Warner**, **Dish** etc.'

Actualmente, el canal utiliza el satélite **Satmex5** lo que les proporciona 'una excelente cobertura en Latinoamérica', que espera expandirse con el lanzamiento de **Satmex 8** y

la novedad de este año es la incorporación del sistema HD. Además, la señal trabaja 'integrando varias plataformas de distribución de los contenidos e interacción con el auditorio', explicó el ejecutivo y mencionó su presencia en redes sociales Internet y VOD.

PRESENCIA EN PAQUETES PREMIUM Y BÁSICOS

PlanetX forma parte de los planes básicos de algunos cableoperadores, aunque otros como **Cablevisión Internacional**, lo incluyen en su paquete digital. El ejecutivo explicó que la señal tiene dos ventajas: 'La primera es que estamos dentro del Multiplexor de **PCTV** junto con algunas señales de **Pramer** que están en la mayoría de los sistemas, esto facilita la entrega de la señal y reduce la necesidad de instalar receptores en cada plaza, facilitando el lanzamiento de **Planet X** en todas las plazas'. En segundo lugar, con el lanzamiento de la señal HD 'se va promover en el canal de SD para que los subscriptores de básico contraten el paquete HD'.

'Estamos ofreciendo por medio de los sistemas Premium entradas a eventos, promociones, viajes, etc. a los subscriptores que contraten los paquetes digitales y HD aparte ofrecemos a los sistemas ciertas horas de contenidos VOD sin costo adicional', explicó Martínez. Para la segunda mitad del año, la señal está preparando los **XFlyers** en **Monterrey** como parte de los **PlanetX Summer Games**. 'Es una oportunidad única para que sistemas de cable puedan promover sus paquetes y participar en promociones como obsequiar boletos y tener una área VIP para sus subscriptores

durante el evento', explicó.

En cuanto a los acuerdos concretados, comentó: 'Los más importantes que hemos realizado este año son con **PCTV**, **Cablevisión Monterrey** (Multimedios) y sistemas en **Veracruz**, **Jalisco** y **Honduras**', destacó Martínez. Y explicó que **Planet X** es una señal 'a la carta' que representa un segmento de nicho 'muy importante en Latinoamérica que son los jóvenes y adultos con espíritu joven, un mercado muy deseado por los anunciantes pero difícil de llegar efectivamente'.

Martínez explicó que la generación de contenidos se hace a través de convenios con productoras locales y con centros de producción (bureaus) que se establecen en distintas ciudades y puntos estratégicos: 'Este año nuestro VP, **Oscar Mercado**, fijó la meta de tener más de 40 bureaus operando en diferentes países de Latinoamérica'.

Y concluyó: 'La esencia de la señal es tener contenidos producidos y originados en Latinoamérica, por lo que estamos produciendo eventos y contenidos originales aparte de estar trabajando con organizadores de este tipo de eventos para darle cobertura a sus eventos'.



SIGNAL TV: NUEVO WEBSITE

Hortensia Espitaletta, de **Signal TV**, señaló a **PRENSARIO** que la compañía lanzó su nuevo sitio web, signalveu.com y confirmó el equipo de trabajo con **Rafael Viatela**, **Luzmarina Cruz**, **Jennifer Muñoz** y **Milena Celis**.

Sobre la actualidad de las señales representadas, Espitaletta dijo: 'En Perú, **Azteca Internacional** está súper fuerte y compite

con los mejores del mercado. También crece **Azteca Novelas**, ya que es un género que fusta mucho en esta región. Muchas de sus novelas se han visto por canal abierto y la gente las aprecia y reconoce'.

En cuanto a **X-Time**, se ha fortalecido con la marca que ya cumple dos años en julio y tiene clientes en Perú, Colombia, Guatemala

y en Venezuela ya lo empiezan a pedir. A la noche se transmite *El Cazador de la web*, que tiene mucho éxito y repercusión en las redes sociales. Los ha potenciado como canal de películas.



*Tenemos Telenovelas,
Talk shows, Variedades y Humor con ese
sabor y calor humano que nos hace
únicos... así somos...*

100% entretenimiento latino...



DMX MEDIA: PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS Y CANALES WEB

Alejandro Cacciola, gerente general de **DMX Media**, destacó a **PRENSARIO** que el proveedor líder de contenidos musicales para la industria de la televisión paga en Latinoamérica está retomando la producción propia de contenidos.

La misma se realizará en México, Miami y Puerto Rico y la producción general correrá por cuenta de **Javier Olmedo**. Se incluye entre los productos un show musical conducido por Carina Ricco, cápsulas con distintos artistas y

personalidades y un chart semanal. La idea es que la primera ventana de exhibición esté disponible para sus clientes **Sky México**, **DirectTV** y **DLA** como un plus a sus canales de audio, y luego se pueda abrir al resto del mercado de TV paga como así también a web y mobile. La demanda actual de producto es más de viñetas y producciones cortas que de larga duración. A partir de la excelente relación con el grupo **Turner** por la programación de **HTV**, también se está estudiando realizar producciones para



Alejandro Cacciola

otras señales del grupo.

La otra noticia es que el servicio de canales de audio ya está disponibles para multiplataforma (web/mobile 3G). De esta manera, los abonados de sus clientes podrán escucharlos también en sus computadoras. El primer cliente en lanzar el producto podría ser **Sky Brasil** en agosto próximo.

SONY ENTERTAINMENT TELEVISION: MÉXICO'S NEXT TOP MODEL 2

Sony Entertainment Television, señal perteneciente a **SPENetworks Latin America**, inició la producción de la segunda temporada de *México's Next Top Model*, la versión local del formato estadounidense creado por la modelo **Tyra Banks**, que contará con la colaboración de la productora mexicana **El Mall** de **Pedro Torres**.

El estreno de la nueva temporada del reality está previsto para agosto, cuando llegará a 34 millones de hogares de Latinoamérica. Para la etapa de audiciones, iniciada en abril, se recorrieron las ciudades más importantes de México para encontrar a las 20 candidatas que participarán del concurso, asesoradas por reconocidos expertos

del mundo de la moda y por personalidades internacionales.

‘México es un increíble semillero de nuevos talentos, en todas las áreas de la industria del entretenimiento, incluyendo el sector de la moda, donde se han destacado con un estilo innovador y a la vez con un sello cultural muy propio. Estos ingredientes marcaron el éxito de la primera temporada, por lo que estamos seguros que esta segunda temporada será muy bien recibida no sólo en México, sino en toda Latinoamérica’, comentó **Klaudia Bermúdez-Key**, gerente general y VP ejecutiva de **SPE Networks Latin America**.

De las 20 candidatas pre seleccionadas, se



Klaudia Bermúdez-Key

realizarán castings para formar el grupo de 13 que convivirán en la casa de la moda para entrenarse y superar las pruebas y la competencia para cumplir su sueño de convertirse en top models. La ganadora firmará un contrato por un año con una la agencia de modelos de México **Shock Model Agency**, y será la portada de la una de la revista internacional de moda *Elle*, entre otros premios.

SUN CHANNEL: TURISMO Y ENTRETENIMIENTO

Sun Channel está muy enfocado en la producción propia y, tras cinco años de maduración en el mercado, ya se puede decir que es un canal de entretenimientos dedicado al turismo. Así lo definió **Héctor Bermúdez**, director general la señal en diálogo con **PRENSARIO**, quien agregó: ‘Tenemos un reality show que fue muy exitoso y un game show de concursos de buena repercusión, pero todo ligado al turismo. Comenzamos a producir contenido de entretenimiento para seguir innovando’.

Según explicó el ejecutivo, la empresa ha robustecido el área de distribución ‘con una

apuesta importante in house’, desprendiéndose de distribuidores y representantes. Con el reciente stand en Canitec, se completó el ingreso en el mercado gracias al acuerdo con **Megacable** y el inicio de conversaciones con **PCTV**.

Se destaca el impulso que tuvo el website a nivel de contenido y de comercialización, se renovó el equipo de marketing y para el segundo semestre se espera el lanzamiento del canal HD, que será un elemento diferenciador para todo lo que ya existe. ‘Desde el principio se produjo en HD así que tenemos mucho material, pero también compramos contenido para el proyecto’,



Héctor Bermúdez, Yelitza y Jennifer Betancourt con todo el plantel de promotoras en Canitec

explicó Bermúdez.

La señal desarrolló un área interesante denominada *Sun Channels Program Sells*, que abre la oferta con venta de programación en el nicho de destinos en Estados Unidos y los parques temáticos. El crecimiento del canal convive con esta nueva distribución de contenido.

BBC WORLD NEWS

El resultado de audiencias globales señaló a **BBC World News** como la red de noticias globales más **CONFIABLE** por encima de las demás.¹

Basándose en las habilidades y la experiencia de más de **2,000** periodistas, la red de noticias se especializa en reportes exactos y con autoridad, con boletines de noticias cada hora, impactantes entrevistas y reportes completos de temas globales.

Los televidentes de **BBC World News** son conocedores, sofisticados y líderes de opinión informados. **71 millones** de televidentes sintonizan cada semana en todo el mundo y en América Latina el canal es distribuido a **8.5 millones de hogares**.²



El canal de noticias más confiable

BOLETÍN DE NOTICIAS MUNDIALES



GMT con George Alagiah

Es medio día en Londres, hora del desayuno en New York y es de noche en Hong Kong, y George nos trae lo más reciente del panorama internacional para una audiencia global.

De lunes a viernes 6:00AM – 7:00AM



Impact con Mishal Husain

Mishal Husain analiza Asia con una mezcla de noticias impactantes, análisis y debate, contando con la experiencia de los corresponsales de la BBC en todo el mundo.

Lun – Jue 8:00AM – 9:30AM



EL ROL DE ASIA EN EL MUNDO ESTÁ CAMBIANDO RÁPIDAMENTE. PERO ¿QUÉ SIGNIFICA REALMENTE ESTE CAMBIO EN LA REGIÓN Y MÁS ALLÁ?

El poder de Asia, una nueva temporada de programación en BBC World News llega hasta lo más profundo del rápido crecimiento y los cambios políticos y sociales que están transformando Asia e impactando al mundo.



The Hub con Nik Gowing

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

De lunes a viernes 6:00AM – 7:00AM



World News Today con Zeinab Badawi

Zeinab Badawi presenta World News Today con reportes exclusivos e interesantes entrevistas con líderes de la industria, expertos en finanzas, análisis en proyecciones y gestores de políticas globales.

De lunes a viernes 1:00PM – 2:30PM



DESDE LAS SEMILLAS DEL CAMBIO HASTA EL SURGIMIENTO DE LA REVOLUCIÓN, EL MUNDO VOLTEA A VERNOS.

Los eventos en el Medio Este han resultado una historia de noticias compleja y de difícil acceso, que demanda una cobertura balanceada y un análisis detallado. Con 28 periodistas de la BBC en toda la región reportando los eventos en el momento en el que suceden, hemos acertado a la audiencia a la noticia más que cualquier otro canal de noticias internacional.



BBC World News America con Katty Kay

BBC World News America presenta cada noche reportes a detalle de las noticias más relevantes de Estados Unidos y del panorama internacional.

De lunes a viernes 3:00PM y 5:00PM



Newsday con Rico Hizon

Presentado en vivo desde Singapur y Londres, las grandes historias de noticias del día son presentadas destacando el impacto de Asia en el contexto mundial.

De lunes a viernes 7:00PM – 10:00PM

¹ Todas las horas EDT



PARA CONTACTOS DE VENTAS DEL CANAL DE NOTICIAS:

Miguel Torres-Bohl

Castalia Communication Corp.

Phone: (511) 348-7800

Mobile: (511) 99*824-7487 (Nextel)

miguel@castalia.com

KBS WORLD: EL CONTENIDO COREANO ARriba A LATINOAMÉRICA

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

Disponible en coreano con subtítulos en inglés y español, la señal está presente en 71 países con cerca de 46 millones de suscriptores. 'En Latinoamérica, alcanza 500.000 suscriptores en 13 países: Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Trinidad y Tobago, Curazao, Ecuador, Perú, Paraguay, Bolivia y Chile', explica **Sebastián Choy**, gerente de Marketing & Distribución, América Latina.

Un 34% de la programación es entretenimiento familiar, un 15% series dramáticas, un 13% de noticias, un 10% de documentales, y el 28% restante es programación infantil, y contenidos de arte y cultura.

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



Richard Millet y Sebastián Choy, en el último LA Screenings

GIRA COMERCIAL EN MÉXICO

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

'Cerramos un acuerdo con **Cablevisión México** para lanzar nuestro canal este año; y hay buenas expectativas para partir en otros operadores. Tenemos proyectado una visita a América del Sur en septiembre', destacaron.

BBC WORLDWIDE NEWS APUESTA AL TALENTO

IMPORTANTE CRECIMIENTO EN LATINOAMÉRICA

BBC Worldwide News está en un buen momento y continúa creciendo en Latinoamérica, donde ya superó los 18 millones de suscriptores. **Bob de Stefanis**, director de Distribución, y **Mike Woronuk**, director de Marketing, expresaron a **PRENSARIO**: '2011 es uno de los mejores años para nuestra señal, junto nuestro distribuidor en la región **Castalia**; los programas de economía son muy valorados y es claro que el canal es muy apreciado en el mercado'.

Dentro de la región, la señal de noticias está muy bien en Perú, Brasil, Argentina, Chile, México y Colombia, además de Centroamérica con **Claro TV** y **Tigo**.

Los ejecutivos comentaron que se espera profundizar el branding de algunos programas como *World News Today*, *The Hub*, *GMI* o *The Power of Asia* para potenciarlos, 'mandando el talento un poco más al frente'. Además, destacaron que se invirtió en una estrategia de largo



Miguel y Luis Torres Bohl con Bob de Stefanis y Mike Woronuk

plazo con nueva programación que 'ahora está dando sus frutos'.

En cuanto a la cobertura de acontecimientos, se destacó el trabajo realizado sobre lo sucedido en Chile el año pasado y se sigue dando más espacio a toda América Latina. Para el próximo año, se espera el lanzamiento de la señal en HD.

CUBAVISIÓN INTERNACIONAL: Ivón DEULOFEU, NUEVA DIRECTORA GENERAL

Más de 137 millones de espectadores en 54 países acceden a **Cubavisión Internacional**, la señal que presenta las mejores selecciones de la televisión cubana y apunta a completar el 100% de producción propia.

Ivón Deulofeu es la nueva directora general de la emisora. Periodista de profesión y previamente directora de los informativos, su función actual

es empujar a la señal para lograr un mayor porcentaje de distribución en todo el mundo. Para eso, acompaña la presencia de la señal en todas las ferias de Latinoamérica y Europa.

Cubavisión Internacional es un canal generalista, con información pero también emite programas de cine y deportes, siempre mostrando la imagen de Cuba para el mundo.



Ivón Deulofeu junto a la gente de Ultravisión de Puebla

LA MEJOR PROGRAMACIÓN EN UN SOLO CANAL

EMPERATRIZ

FÚTBOL MEXICANO

DRENAJE PROFUNDO

Ventaneando

azteca internacional

www.aztecainternacional.tv

Mariana Torres Huérfanas

XTIME: LA ALTERNATIVA A LOS CANALES DE PELÍCULAS TRADICIONALES

VIENE TENIENDO GRAN PRESENCIA ESTE AÑO EN LA REGIÓN



Hortensia Espitaletta

Hortensia Espitaletta, presidenta de Signal TV, expresó a PRENSARIO antes de Tepal que su señal representada XTIME es una 'alternativa a los canales tradicionales', con una programación balanceada de películas y series y cuyo objetivo es 'complacer a un público amante del cine de Hollywood'.

'Entre las características que hacen atractiva a XTIME se resalta la calidad de nuestros títulos, donde la presencia de buenos actores y grandes directores es notoria. En los dos o tres estrenos que ofrecemos todas las semanas, hay una baja tasa de repetición de películas durante el mes (debido a la gran variedad de títulos en nuestra grilla) y la mayoría de nuestros títulos están doblados al español (80% doblado al español - 20% subtítulo) y sin cortes comerciales'.

'Nuestra programación recoge películas de Hollywood de todos los géneros, como drama, romance, comedia terror, suspenso y

ciencia ficción, todas ellas seleccionadas bajo el criterio de los conocedores en la materia, a fin de garantizar la calidad de las películas y complacer los gustos de los televidentes. Hemos incluido producciones de contenido propio como es el caso de *El Cazador de la Web* un programa para adultos que ha tenido gran aceptación en la región', añadió Espitaletta.



PRESENCIA COMPLETA EN LOS EVENTOS 2011

'Como parte del proceso de consolidación del canal en la región en 2011, queremos incrementar la presencia de la marca en la

región, fortalecer su imagen e interactuar de una manera más directa con las empresas operadoras de televisión por cable, por los que uno de los pilares estratégicos que nos planteamos para este año era tener una mayor presencia en los eventos de la industria'.

Signal TV tiene la representación de XTIME para toda la región desde su lanzamiento en julio de 2009. 'Este año cumplimos dos años consolidándola como la única señal de películas de Hollywood que no tiene corte de comerciales. Tenemos presencia en toda la región, siendo muy fuertes en Colombia, Perú, Ecuador, y ya tenemos muy buena cobertura en Centroamérica, con una señal transmitida desde Miami en los Estados Unidos a través del Satmex 5', explicó la ejecutiva.

EXPERIENCIA EN CANITEC

'Fue la segunda vez que asistimos a Canitec.

En 2010 nuestra presencia fue pasiva, con la intención de explorar y conocer el mercado, lo que nos permitió hacer los primeros contactos y poner un pie México. Mientras que este año, nuestro principal objetivo era comenzar a posicionarnos de manera relevante en el mercado, lo que nos motivó a tener una presencia más activa con un stand'.

'Los resultados alcanzados durante el evento y post evento resultaron altamente satisfactorios. Hoy podemos afirmar con beneplácito que a los operadores mexicanos les interesó y gustó el canal. Estamos seguros que en México, al igual que en otros mercados de la región, comenzarán a considerar a XTIME como una opción interesante para su operación, en la medida que los operadores vayan conociendo y vean la aceptación que tiene el canal a nivel de los televidentes'.

EXPECTATIVAS PARA LO QUE QUEDA DEL AÑO

'Las expectativas para este año son seguir consolidando la presencia e imagen del canal en la región y continuar creciendo de manera sistemática en los mercados donde estamos presentes, a fin de convertirnos en una de las señales preferidas en la industria'. 'XTIME es el esfuerzo de un grupo de empresarios con probada trayectoria en el mercado de la televisión por cable y notable sensibilidad por las nuevas demandas y sensibilidades del consumidor. Detectaron que existía un nicho y costo de oportunidad interesante en los canales de películas que los motivó a llevar a cabo el proyecto. Tenemos además una presencia interesante en las redes sociales e Internet que nos coloca a nivel de las grandes marcas del mercado', finalizó Espitaletta.

Tocamos todos los puntos del entretenimiento



MVS Televisión, cinco canales con todos los géneros para todos los públicos.

INFORMES Y VENTAS

Dra. Matilde de Boshell

Email: mboshell@mbacable.tv

Teléfono: [571] 642 00 79 / 72 / 95 / 73

www.mvs.com/marketing

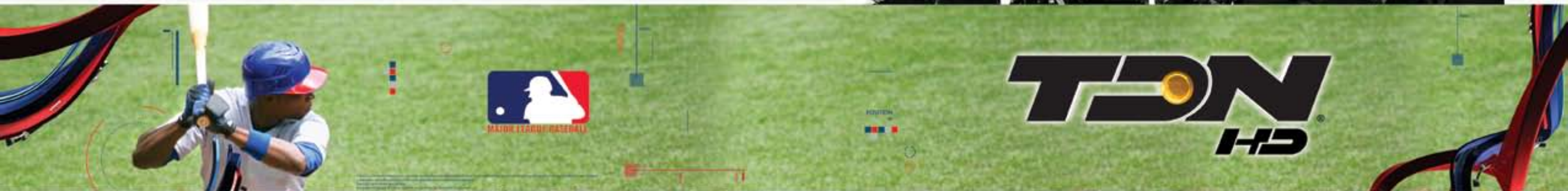
La noticia del día véala en www.prensario.tv

Síguenos también en Facebook y Twitter





THE EXPENDABLES



AQUÍ TODO

SE VE MEJOR



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

Del. Álvaro Obregón • México, D. F. • e-mail: fmunizb@televisa.com.mx • Tel.: (52) (55) 5261 3215 y 04

CLAXSON LANZA SU NUEVO CANAL SEXTREME

LANZAMIENTOS 3D EN CHILE, PORTUGAL Y ESPAÑA



Mariano Varela, VP y gerente general de Claxson

Claxson lanzó en junio su nueva señal de cable para adultos, **Sextreme**, que ya está disponible en diez países de América Latina. Mariano Varela, VP y gerente general de la compañía, explicó a PRENSARIO: 'El canal surge a raíz de la notable proliferación de la oferta adulta en nuevas plataformas y dispositivos, que revoluciona el consumo del género, acentuando la preferencia por contenidos explícitos'.

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

modalidades, tanto a la carta como PPV'.

LANZAMIENTOS 3D

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

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

ALTA DEFINICIÓN

El año pasado, Claxson lanzó **Playboy HD** en Portugal, estableciéndose como la primera

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

Para este año se lanzará la señal en otros mercados, 'ofreciendo 20 horas de estrenos mensuales, variedad de formatos como películas, series, realitys, ciclos especiales, producciones originales **Playboy TV LA** y los éxitos de **Playboy USA**', subrayó. En relación a la situación actual de Claxson y las producciones que se proyectan para los próximos meses en América Latina, Díez expresó: 'Continuaremos con nuestras producciones originales y seguiremos trabajando en conjunto con Estados Unidos, como lo venimos haciendo hasta ahora, estrenando cada mes más producciones originales en el mercado doméstico'.

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

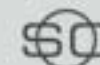


ESPN ESPN+ ESPN2 ESPNHD

ESPN DEPORTES.com

ESPN PLAYO.com

ESPN EXTRA



ESPN MOVIL

ESPN (RADIO)

scrum.com

ESPN THE MAGAZINE

ESPN Colección

AMÉRICA LATINA,
AMÉRICA CENTRAL Y CARIBE:
ventasafiliadosla@espn.com
tel [54 11] 5031 0800
MÉXICO:
Arturo Flores - arturo.flores@disney.com
tel [5255] 5258 1973

Siscoax  **Sistemas Coaxiales**

LA CALIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS ES NUESTRA MAYOR GARANTÍA

- PREFORMADOS
- REINFORCING RODS
- TENSION
- RETENSION
- MONTAJES HFC
- SOPORTE
- SUSPENSION
- ANCLAJES
- EXTENSIONES
- TROQUELADOS

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

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

RT EN ESPAÑOL, CANAL ALTERNATIVO DE NOTICIAS

CERRÓ IMPORTANTES ACUERDOS DE DISTRIBUCIÓN EN AMÉRICA LATINA



Viktoria Vorontsova, subdirectora del Grupo RT y directora de la Emisión en Español

‘Desde el lanzamiento de **RT en español** en 2009, hemos conseguido un notable progreso de nuestra cobertura en Latinoamérica, a través de los satélites INTELSAT 9 y GALAXY 23. Hemos firmado acuerdos con más de 50 operadores en Estados Unidos, México, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, República Dominicana, Venezuela, Colombia, Ecuador, Bolivia, Paraguay, Perú, Argentina, Chile y Brasil’.

Viktoria Vorontsova, subdirectora del **Grupo RT** y directora de la RT en español, describió a **PRENSARIO** la actualidad del canal y explicó: ‘RT es un canal informativo centrado en las historias que pasan desapercibidas y no son cubiertas por otros medios. Cada reportaje se basa en una historia única, sin importar el lugar donde haya transcurrido, Rusia, Sudamérica, Europa o Estados Unidos. Lo primordial es que la historia suscite una respuesta viva en los espectadores’.

La señal emite programas de análisis, como el de la escritora y abogada **Eva Golinger**, *Detrás de la noticia* y el programa de entrevistas *A Solas*, con las personalidades más notables del mundo. También documentales sobre problemas sociales o de vida salvaje; el programa de entretenimiento *La Lista de Erick* muestra las particularidades de la vida en Rusia moderna a través de las experiencias de Erick Fonseca’.

En Tepal, la ejecutiva busca continuar expandiendo la señal en Centroamérica. ‘Creo que estos encuentros son indispensables para

entender mejor las necesidades programáticas de los operadores y sus espectadores, y trasladarlo a nuestra programación’, dijo Vorontsova.

Otro de los objetivos de la compañía en Punta Cana es promover el servidor **FREE VIDEO**. ‘Es una agencia interactiva que ofrece materiales de video gratuitos. Al registrarse en la página web freevideo.rt.com se pueden descargar imágenes de alta calidad acompañadas por su texto respectivo en diferentes idiomas, incluyendo el español’, finalizó Vorontsova.



Karina Melikyán y Alexander Luchaninov, en Canitec

Soluciones de Codificación Multicanal con Salida IP...

...en paquetes convenientes para TODAS las aplicaciones

MDU Solutions

Ideales para:

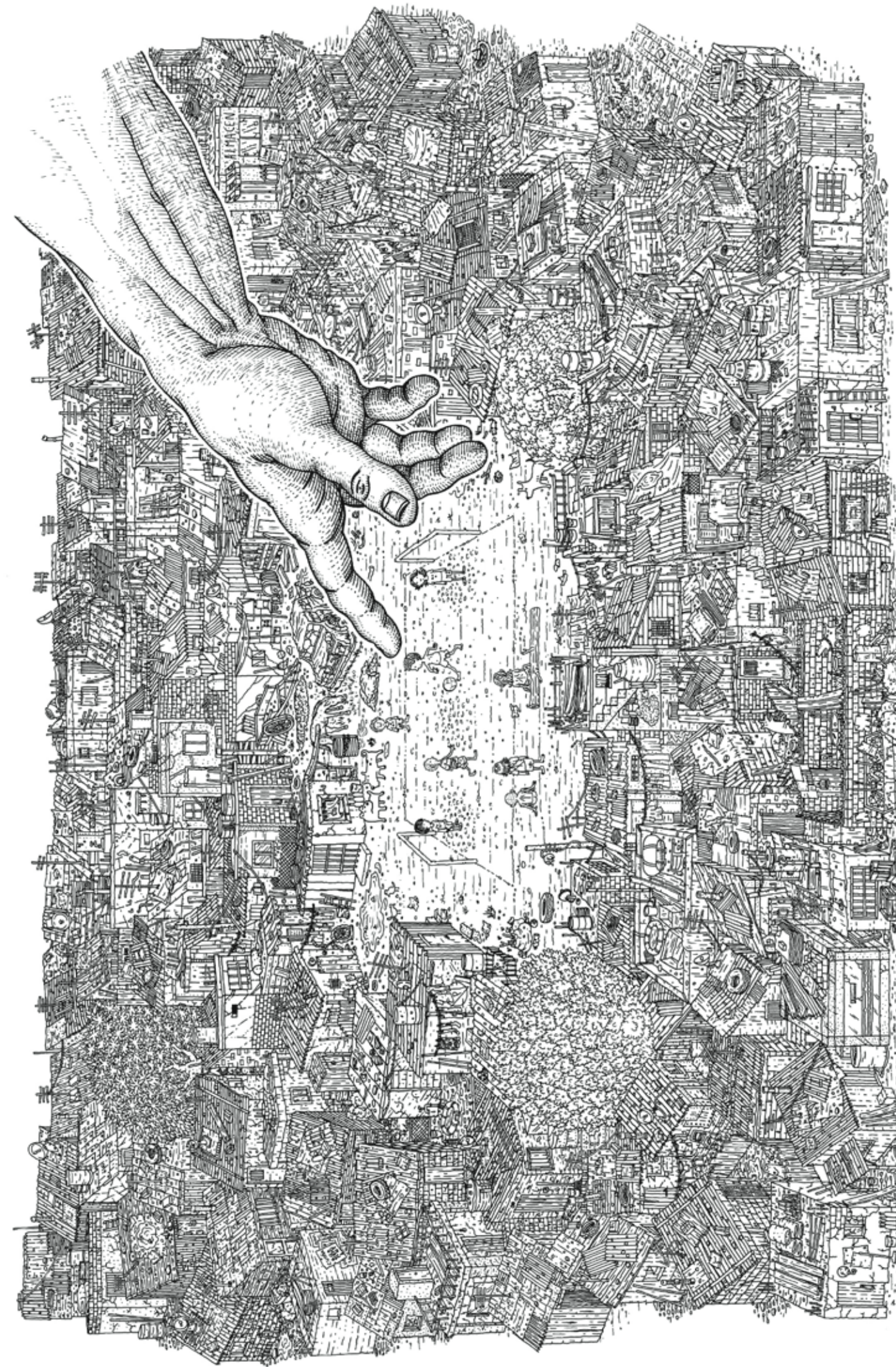
- Codificación Costo-eficiente, Multiplexación y Transmisión IP en Headends y Hubs
- Consolidación de Headend: IP Backhaul de Contenido Local
- IP Backhaul de Contenido PEG
- Inserción de Contenido Local en Ambientes Basados en IPTV

- Codificación SD/HD, MPEG-2/H.264
- Soluciones disponibles para ser instalados en racks o en la pared
- Escalable en sitio, descargas vía plug-in (1-2, 1-4, 1-8, 1-10 programas)
- Fácil de mantener y manejar
- Opciones basadas en Cobre y/o transmisión óptica (SFP-based)

Patentes pendientes

T: +506-8850-2379 E: bcastro@atxnetworks.com W: www.atxnetworks.com/DVIS

ATX



TyC Sports y los elegidos.

PRAMER: EUROPA EUROPA Y FILM&ARTS A LA VANGUARDIA DEL CINE INTERNACIONAL



Europa Europa es el canal de cine europeo de todos los tiempos, que incluye ficción en su idioma original con subtítulos en español, series de las más reconocidas cadenas de TV europeas y adaptaciones de los clásicos. En sus diez años de historia ha transmitido clásicos italianos, la época de oro del cine francés, los grandes directores británicos, el nuevo cine español, el cine alemán y los títulos más destacados de Suecia, Rusia, Grecia, República Checa, Bélgica, Hungría y Dinamarca.

Este año, la señal celebra su décimo aniversario proyectando más de 170 estrenos de películas y con el lanzamiento de miniseries. De su programación para 2011 destaca *De Lark Rise a Candleford*, una serie de la BBC que ya va por su tercera temporada, y el segmento de

producción propia *Minuto Europa* donde las figuras del mundo del cine europeo hablan en primera persona.

Por su parte, **Film&Arts**, la señal dedicada a todas las disciplinas del arte para todo público, presenta nuevas series, nuevas temporadas y películas. Las series de ficción que combinan televisión en HD con entretenimiento son *Ghost Squad*, *Downton Abbey*, *Desde el actors studio* temporada 2011.

James Lipton llega con una consistente temporada de estrenos en las que destacan entrevistas a los grandes de Hollywood: **Colin Firth** (protagonista de la película ganadora del Oscar, *El Discurso del Rey* y galardonado como mejor actor por su papel en ella), James Franco (nominado y presentador de los Oscar), Jim

TV5MONDE: ACUERDOS EN LATINOAMÉRICA

TV5MONDE consolida su distribución en América Latina con la renovación de contratos en Costa Rica (**Cable Visión**), Honduras (**Telmex**), Nicaragua (**ESTESA-Telmex**) y Guatemala (**Grupo Telecom-Telmex**). TV5MONDE es una cadena francófona presente en Latinoamérica, disponible en 8 millones de hogares de la región. El 50% de su grilla subtitulada en lenguas locales (español y portugués).



Carrey, Bradley Cooper, Kate Hudson, Jason Bateman, Josh Brolin, Christian Slater, Chris Rock, Queen Latifah, Robert Downey JR y Matt Damon.

SIBA: HACIA LA TV DIGITAL CON TECNOLOGÍA DE PUNTA

Siba es una empresa de tecnología de México que provee soluciones de hardware y software para cableoperadores. Con más de diez años de experiencia en América Latina, ofrece a sus clientes una guía personalizada que les permite generar ingresos adicionales por la comercialización de la pauta publicitaria.

Entre sus soluciones, se destaca la migración de TV analógica a digital utilizando tecnología de punta. Cuenta con cabeceras digitales QAM para sistemas de CATV y sobre núcleo IP que se convierte a QAM para redes HFC, IPTV, XdSL y OTT por Internet.

‘Estamos haciendo la migración de **TV Cable** y **Telmex Colombia** a un excelente precio. Ofrecemos un producto completamente “llave de mano” que está al alcance de todo aquel que se interese por la industria’, explicaron a

PRENSARIO **Ofelia Meléndez**, directora de Siba

y **Gilberto Leal**, representante de la compañía en México.

‘La idea es posicionar a Siba como una empresa de vanguardia en tecnología a bajo costo, así como integradora de servicios para los cableoperadores’, agregó Leal.

EL TRABAJO CON CONDISTA

A su vez, Leal señaló que su empresa **Sydeco** representa en México el paquete de señales de **Condista** que incluye señales como **Telefe Internacional**, **TV Colombia**, **TV Chile**, **TV Venezuela**, **NTN 24 Sur** y **Sur Perú**. Además, la señal **X Time** de películas taquilleras de otros tiempos, con estrenos semanales de los grandes films. ‘Condista trae la mejor programación en español de Latinoamérica con canales líderes en sus países, que ofrecen calidad de producción, variedad de contenidos

POR ÁNGELES PÉREZ AGUIRRE



Gilberto Leal, Ofelia Meléndez y Adriana Delgado

y entretenimiento de alto impacto’.

Entre las novedades de la compañía está el canal **Adulto** para los amantes de lo extremo, con contenido brasileño y latinoamericano, dirigido a los sistemas de TV paga medianos y pequeños que buscan otras opciones, pues les manejan un costo preferencial con equipos en comodato. La señal se ve a través de Satmex 5 y está teniendo distribución en América Latina y México.

➤ Una señal, para todo el mundo.



Información • Entretenimiento • Cultura

www.tvchile.cl

Contacto Comercial / alexis.piwonka@tvn.cl

EFEKTO TV: 'BUSCAMOS UN EQUILIBRIO EN LA PROGRAMACIÓN'

Efeko TV es la señal de noticias más reciente del mercado de TV paga de México, disponible en Sky, Cablevisión, Megacable y Cablemás. PENSARIO habló con Jorge Galina a ocho meses de haber asumido la dirección general del canal. Con gran experiencia en

medios, se destaca su paso por Televisa y por CVS de Miami, donde se desempeñó como VP. Además, tuvo un papel destacado en el start-up de Canal 52 de MVS y cuenta con una maestría en imagen y marketing político.

El ejecutivo se unió a la empresa para



cambiar la programación e incluir nuevos contenidos, generando un 'equilibrio total', según destacó. En la grilla se incluyen, por ejemplo, programas de World Wide Entertainment (WWE), y documentales de Discovery. 'Es un gran momento para el despegue de Efeko TV', expresó Galina y habló de productos adquiridos y otros originales, como las entrevistas con la escritora Guadalupe Loaeza: 'El proyecto modificará desde la programación hasta el logotipo, que quizá cambie más adelante'.

Galina realizó un estudio con Kratos, 'una gran empresa de programación, dirigida por Martín de Campo', que incluyó encuestas a distintos universos de personas. La franja de entretenimiento e información del canal es más popular en el target femenino; la audiencia se compone de un 56% de mujeres y un 44% de hombres. El target de la señal es clase A, B y B+, aunque la señal no deja de atender al segmento C. 'Hacemos TV dirigida a un segmento de la población, a ciertos perfiles en hombres y mujeres'.

Entre sus acciones, se destacó la decisión de dejar los bloques de noticias, entretenimiento y opinión en la programación de la señal. 'La barra El Poder de la Opinión es buena al igual que La Silla de Rock, presentada por Roberto Rock; con Mario A. León tenemos un programa que incluye noticias sobre los hechos que afectan al mexicano que vive en Estados Unidos; Leonardo Curzio continúa en su programa'. Además, sigue con la programación entregada por la señal Momentum para el mercado hispano parlante.

En cuanto a las temáticas de contenido, explicó que está dando un giro 'hacia una cultura ecológica, verde, que incluya un concepto más profundo'. Habló de la tendencia mundial hacia esta problemática. 'De hecho, ya existen en Harvard y Oxford carreras dedicadas a pensar en verde desde la génesis. Y lo que viene detrás de todo esto es una programación con equilibrio total más pensando en verde', dejó en claro Galina y adelantó que lo próximo es el relanzamiento de la señal que incluirá una campaña publicitaria.

Reportv»

Guiamos a Latinoamérica en la elección de la programación

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

Pantalla

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

Buscador Web

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

Revistas

Usted vende programación, nosotros se lo informamos a sus abonados

Televisión Digital

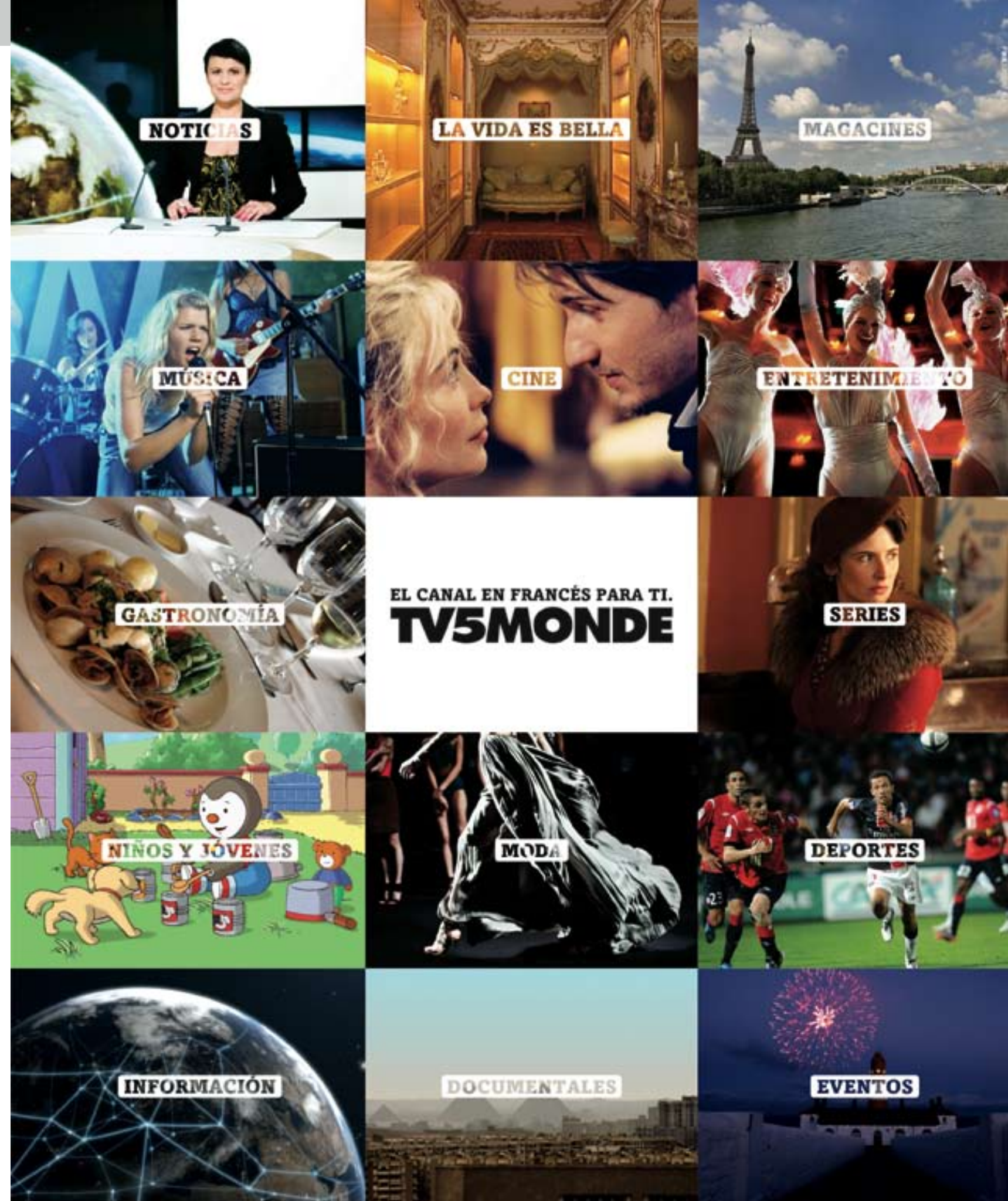
Proveemos de información a las guías interactivas de Aptiv, Conax, Irdeto, Nagra, etc.

Nuevo Servicio: EPG Server

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

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

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



SAT MARKETING: 'EL FUTURO DE LA TV PAGA ESTÁ EN LOS CONTENIDOS'

PRENSARIO platicó durante la última expo Canitec con **Alfonso Guerrero**, director general de **Sat Marketing**, quien destacó el trabajo con la señales representadas para la República Mexicana y opinó sobre el futuro de la TV: 'No está en los canales sino en que los contenidos sean diferentes'.

Y explicó: 'Hay tantas señales —ya son más de 200— que quieres ver cosas distintas, por ello estamos ofreciendo mucha interactividad con el público; hacemos concursos, vamos a diferentes plazas a las que somos invitados, estamos en Twitter y en Facebook, cubrimos todos los aspectos'.



Alfonso Guerrero y Alfonso Guerrero Ponce de León

Entre las señales que impulsa, están **Arirang TV** y **Outdoor Channel**. 'La primera nos dio la oportunidad de crecer en el mercado mexicano, ya que el público ha acogido muy bien la programación. México es el único país con el que se puede transmitir una programación enviada directamente en español desde Corea', dijo Guerrero.

Sobre la segunda, ésta cuenta con más de 200.000 suscriptores en México y pronto se lanzará en un satélite en español para llegar al público de América Latina. 'Se ha sumado a los sistemas **Megacable** y **Cablemás**, y está fuerte en el norte del país con **Cablevisión Monterrey**. Este canal tiene la ventaja de ofrecer imágenes en HD'.

Respecto a las señales colombianas **Global Media** y **TVAgro**, destacó que están en ciertas plazas en Cablemás.

La distribuidora trabaja también con **Management TV**, que la contrató para manejar el mercado mexicano quitando del medio los MSO's, para encargarse del resto del mercado. Esta señal ya está en los principales sistemas de México. En Canitec 2011 cerró dos convenios y espera seguir creciendo.

'En el último tiempo se integró el ingeniero **Alfonso Guerrero Ponce de León**, y acabamos de cerrar con **Matilde** y **Carlos Boschell** de **MBA** la representación de **Planet X** —ya está en Cablevisión Monterrey, Megacable y Grupo Hevi—, **Latin America Sport** y **Outdoor Channel**. Nosotros manejaremos para ellos **Al Jazeera TV** y **Caracol TV**'.

Y concluyó: 'Nuestro objetivo es seguir como una empresa global donde no haya fronteras y menos en la televisión, donde no existen barreras de idioma ni cultura y todos se quieren conocer. Son 40 millones de suscriptores en América Latina, la penetración de la TV de paga es fuerte, por eso hay que tener alternativas'.

Contenido en cualquier dispositivo



Si usted tiene algo valioso, vale la pena protegerlo.

Netflix, discos Blu-ray, Toshiba, Sony y otros confiaron en Irdeto cuando necesitaron proteger sus películas, espectáculos, juegos y ebooks para poder distribuirlos de forma segura a cualquier dispositivo y en cualquier momento.



SONY.

TOSHIBA

El encriptado estándar, como la tecnología DRM, es muy vulnerable a la piratería. La solución de seguridad dinámica ActiveCloak™ de Irdeto crea diferentes imágenes que pueden renovarse en cualquier momento y quebrar así el modelo del hacker.

Descubra lo que las principales empresas de TV paga, tiendas en Internet y la industria de Hollywood ya conocen: Irdeto, es lo más avanzado en seguridad de software.

irdeto

www.irdeto.com

LE ABRIMOS TODAS LAS PUERTAS

SEPA MÁS DE LA CUENTA
LA ACTUALIDAD INTERNACIONAL 24/7

FRANCE 24

DISPONIBLE PARA TRANSMISIÓN ABIERTA
EN NORTEAMERICANA, EN INGLÉS, A TRAVÉS DE GALAXY 23
EN LATINOAMÉRICA, EN FRANCÉS, A TRAVÉS DE INELSAT 9

TYC SPORTS: GRAN COBERTURA DE LA COPA AMÉRICA 2011

Luego de 24 años, el principal campeonato del fútbol continental, la *Copa América* regresa a Argentina con la transmisión en vivo y en alta definición de todos los partidos por **TyC Sports**, relatados por Walter Nelson, Fernando Pacini, Cristian Garófalo y Ariel Rodríguez.

Además, los programas del canal, como *Estudio Fútbol*, *Líbero*, *Sportia*, *Indirecto*, *Paso a Paso*, *Tiempo Extra* y *Despertate*, ofrecen la mejor cobertura todos los días de la semana, con móviles y enviados especiales en todas las

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

Cuando sea el turno de la Selección Argentina, se montará un estudio en la ciudad donde juegue para emitir desde allí con periodistas como Alejandro Fabbri, Horacio Pagani, Martín Souto, Ariel Rodríguez, Marcelo Palacios, Pablo González, Cristian Garófalo, Diego Díaz, Eduardo Ramenzoni y Gonzalo Bonadeo, entre otros.

TyC Sports

En el sitio web tycsports.com, los usuarios pueden seguir las alternativas del certamen en el minisito de la Copa América donde están las noticias, seguimientos en vivo y la historia del torneo además del fixture, las llaves de eliminación y todos los planteles, etc. También tienen gran importancia las redes sociales como **Facebook** (*/tycsports*) y la *Comunidad TyC Sports* (club.tycsports.com), donde se puede debatir, responder encuestas y participar en sorteos, entre otras acciones.

MOVIECITY: GRAN ESTRENO DE KADABRA 2

Moviecity estrenó en julio la segunda temporada de *Kadabra*, en simultáneo con **Cityvibe**, **Citymix** y **Citymundo**, ofreciendo a sus suscriptores escenas exclusivas. Es una serie de drama y misterio coproducida con **FoxTelecolombia** y rodada íntegramente en Latinoamérica con un elenco multinacional.

La serie está protagonizada por Christopher Von Uckermann que interpreta a Luca, quien deberá enfrentarse a las fuerzas que intentan destruirlo y escapar de un enemigo inesperado. La serie parte desde el final de la primera

temporada, donde en medio del gran Mundial de Magia los espectadores quedan paralizados, física y cerebralmente.

Kadabra 2 es una superproducción cinematográfica, cuenta con recursos técnicos y un alto presupuesto. Filmada en full HD, cada uno de sus diez capítulos, requirió cinco días de rodaje y casi 20 de postproducción. Fue rodada en Colombia en escenarios imponentes como la Catedral de Sal de Zipaquirá, y La Candelaria, el barrio más tradicional y antiguo de Bogotá.



Kadabra 2

COCINERO DEL AÑO, CON EL CHEF AQUILES CHÁVEZ

El carismático chef **Aquiles Chávez**, actualmente considerado como uno de los mejores México, cocinó con la prensa en el Colegio Superior de Gastronomía para apoyar la difusión de la tercera edición del concurso *Cocinero del año México 2011-2012*.

La dinámica consistió en una clase de

cocina, donde la prensa tuvo la oportunidad de aprender las técnicas del chef y los secretos de su cocina al preparar una tarta de avestruz con atún y un salpicón de venado con agua mole. El Chef Aquiles es conocido también por su participación en la señal **Utilísima** de Fox.



Ángeles Pérez, corresponsal de Prensario en México, y el chef Aquiles

BBC ENTERTAINMENT HD

PRENSARIO platicó con **Ramón Salomón**, gerente general en México de **BBC Entertainment**, quien destacó el lanzamiento en el primer semestre del año de la versión HD del canal de **BBC Worldwide**.

‘Será una propuesta diferente a lo que hay, pero con la misma calidad en contenidos. No será un canal que repita lo mismo que BBC

Entertainment, sino que ofrecerá muchas de las series buenas que ya son éxito en BBC, y también tendremos documentales’, explicó.

‘Este es un año de consolidación en México y América Latina. En términos de ventas de publicidad logramos aumentar en un 78% lo que facturamos frente el año pasado. Hemos formado un buen equipo en esta área, mien-

tras que en distribución la oficina de Miami nos ha ayudado mucho a consolidarnos en todos los mercados’.

BBC Entertainment se produce íntegramente en México, y la compañía aún tiene el apoyo de **Televisa**, que aún les brinda muchos servicios, ‘que sostienen nuestro crecimiento’, destacó Salomón.

EL CANAL ESPAÑOL DE REFERENCIA PARA TODO EL MUNDO



TODA LA ACTUALIDAD 24 HORAS AL DÍA

rtve
WWW.RTVE.ES

VENTAS DE PROGRAMAS
HEAD OF SALES

TEL.: +34 91 581 7744
FAX: +34 91 581 7881

e-mail: rafael.bardem@rtve.es

VENTAS DE CANALES
HEAD OF CHANNELS SALES

TEL.: +34 91 581 7872
FAX: +34 91 581 7441

e-mail: mjesus.perez@rtve.es

EXPO CINE VIDEO Y TELEVISIÓN: CONCURRENCIA PROFESIONAL Y SUGERENCIAS PARA EL FUTURO

LOS EXHIBIDORES MOSTRARON UNA SELECCIÓN DE LO QUE FUE LANZADO EN LA NAB DE LAS VEGAS

La Expo Cine Video Televisión, que organiza la revista **Telemundo** dirigida por **José Antonio Fernández**, es un evento ya consolidado como representante del broadcasting profesional y compra de equipamiento para diferentes industrias en México.

Así lo demostró su edición número 19, nuevamente en el World Trade Center del Distrito Federal. La concurrencia no fue tan numerosa como en años anteriores, pero conservó intacta la importancia de los clientes que asistieron, ganándole con el correr de los días al componente de estudiantes que hace número, pero no se refleja en los negocios actuales.

Los expositores dejaron sugerencias para las próximas ediciones, como reducir un día de feria y ampliar un poco el horario de los días que se mantengan.

INTEGRADORES LOCALES, LOS PROTAGONISTAS

Fue mucho el entusiasmo con el que encaron esta feria las marcas líderes. Es que nuevamente los principales protagonistas fueron los grandes integradores mexicanos, que pueden explayarse a gusto tanto en la atención de los clientes como en la muestra de las marcas.

Manuel Arroyo de **Comtelsat** volvió a participar del acto inaugural y desplegó a todo su equipo con el stand más grande junto a la entrada, donde tiene marcas consagradas como **Grass Valley**, **Vizrt** o **Tektroniks** con **Carlos Becker** —que dio una conferencia— y otras que está promoviendo como **Larcan**, de la que tuvo también una charla a **Joseph Nunn**, su gerente de ventas internacionales, el martes a última hora.

Amtec, de **Andrés Martínez**, mostró el otro stand protagonista junto a la entrada y más presencia en las conferencias promoviendo **Ensamble** (estuvo **Ron Chubb**), a la nueva compañía española **Brainstrom** (**Carlos Morett**, que ya había estado en CAPER en Argentina) y a **FilmLight** (**Francisco Monje**). Amtec celebró su vigésimo aniversario en un restaurante de La Condesa.

PRENSARIO INTERNACIONAL



Álvaro Lozano, director general de Radio, Televisión y Cinematografía, con José Antonio Fernández, director Editorial Revista Telemundo y organizador de la Expo



Álvaro Lozano y Manuel Arroyo de Comtelsat encabezan el corte de cinta inaugural

Excelencia en Comunicaciones, de **Jorge Castañeda**, siempre se ha distinguido por darle un espacio propio individualizado a cada marca para que se expongan bien.

Allí se destacó **Miranda**, con su *playout* 'más inteligente basado en IT', según destacó a **PRENSARIO** **Román Gómez** de **TV Azteca**; **Nevion** con su nuevo router óptico ahora liderado en la región por **Emilio Gañán**; **Vislink** con **Andrew Larsen**; **Leader** con **Rafael Minaya** que le ha dado gran empuje en la región; y **For-A**. Otra de sus marcas líderes es **Volicon**: **Ken Rubin** dijo que México es de los países 'más fuertes' para su monitoreo de video. Para todos ellos hizo su cóctel tradicional en una cantina de los Remedios, frente al WTC.

Se destacó como siempre **Artex** de **Jaime Tovar** con su trabajo de **Avid**, que también tuvo una fuerte iniciativa con **Simplemente** que mostró en su stand el *Media Composer 5.5*. Estuvo además **Insitel** que destaca a **Snell** con **Paul Márquez**; **Sistemas Digitales** de **Enrique Gutiérrez** con gran trabajo junto a **Wohler** de **Grace Llamas**; **Cobalt** y ahora también **Ternex**, **Ateme** y **Sencore**; **Teknoamérica** con **JVC**, **Videoservicios** con **Sony**; **Escape** que tomó a **Orad** y a **Kroma Telecom**; **Magnun** con **Ross**, **Teletec/Fluotec** con **AVP**, **Burst** y **Grupo Diez**, entre otros.

STAND PROPIOS

Más allá de los integradores, las compañías internacionales promovieron fuertemente sus marcas en Telemundo con stand propios.

La novedad este año fue para **Newtek**, con **Ralph Messana** y **María Claudia Torres**, que mostraba sus productos en siete stands de la feria, pero ahora está en una etapa de mayor expansión.

También sobresalió por su stand propio **Evertz**, con **Rodrick Smith** que siempre tiene fuerza en México con **Comtelsat** y su representante local **Ricardo Salazar**.

PREMIACIÓN CON DOSIS EMOCIONAL

En el acto inaugural, siempre con la presentación del organizador **José Antonio Fernández**, estuvo la habitual entrega de premios. **Guillermo González Camarena**, presidente de la fundación que lleva su nombre, otorgó simbólicamente a **Jorge Carmona** de **Video Pro** un reconocimiento por la fabricación de estabilizadores para cámaras realizadas en México. Luego vino el momento habitual de gran reconocimiento a la trayectoria, donde se reconoció al **Ing. Eduardo García Travesi** por sus 40 años en la industria. Previamente se había premiado a **Mónica Reyna** y a **Rune Hansen** de **Simplemente**, una de las compañías más jóvenes—con 10 años de trayectoria—que crecieron con la tecnología **Apple**, aunque ahora representan a varias marcas principales. Finalmente, Travesi y Arroyo de Comtelsat acompañaron al invitado de honor el **Lic. Álvaro Lozano**, director general de Radio, Televisión y Cinematografía al corte del listón. Lozano destacó en su discurso la importancia de la expo para 'capacitar a los técnicos mexicanos en las nuevas tecnologías'.



DMX

DMX en todas partes: Está llegando.



www.dmxla.com info@dmxla.com

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

SISTEMAS DIGITALES: APOSTANDO A LA TECNOLOGÍA IP

NUEVAS MARCAS EXITOSAS



Rocío Ortíz Bedoya, de compras de Televisa, con Enrique Gutiérrez de Sistemas Digitales

Enrique Gutiérrez, presidente de **Sistemas Digitales**, expresó a PENSARIO que este 2011 viene siendo un año muy bueno, incluso mejor que el pasado, 'con mucha actividad y más proyectos'.

'Es un año pre-electoral y eso genera más movimiento en el mercado. Los clientes

están en una etapa de cambio debido a la necesidad de integrarse a la tecnología por IP y la evolución de la compresión con MPG4. Nosotros hemos integrado a **Ateme**, compañía francesa que se dedica a eso, y a **Sencore**, con las que estamos trabajando desde hace menos de un año. Ateme también tiene soluciones en VOD, y Sencore tiene los servidores de AdInsertion para broadcast y cable, industria que también está creciendo mucho', explicó.

'Hemos sumado además una compañía holandesa, **Axon**, que tiene una cartera importante de productos para la parte de multiviewers, legalización y compliance. **Wohler** trajo a la expo sus más modernos lanzamientos y se consolida en México como líder en la parte de monitoreo de rack, medición de audio loudness y video con mucho arraigo en el mercado mexicano.

Grace Llamas viene a México cada tres meses haciendo soporte al cliente y a ayudar a la gente de ventas', dijo.

Sistemas Digitales tiene seis vendedores de campo y recientemente abrió en el área de marketing un demo artist, para los set virtuales de **Monarch**, generadores de caracteres de expresión de **Ross** y la demostración de sus switchers. 'Estaremos en un momento dado reforzando la parte de ingeniería con dos o tres nuevos ingenieros que se sumarán a los cuatro actuales', señaló Gutiérrez.

Teranex también se destaca como marca que cumple con los estándares más elevados en procesamiento y en Telemundo lanzó la nueva versión de la tarjeta para 3D de esa marca. **Cobalt** también presentó sus multiviewers, ofrece una solución fuerte en audio lowness y también una propuesta segura en sincronización, up and downconverters.

EXCELENCIA EN TELECOMUNICACIONES

Jorge Castañeda, presidente de **Excelencia en Comunicaciones** y la empresa americana con sede en San Antonio Texas **Dbe**, destacó en la Expo Cine Video Televisión la actualidad de sus principales marcas, con las que trabaja desde hace muchos años.

Es el caso de **Miranda**, con el que ya lleva de 15 a 16 años en el mercado mexicano; **For-A** con 8 años; y **Vislink** (estuvo **Andrew Larsen**) con 15 o 16 años. También se destacan **Volicon**, que es una de las marcas

estrella, **Marshall**, **Telestream** y **Streambox**, entre otras.

Castañeda explicó que el mercado 'está difícil' en relación al año anterior pero que de todas maneras espera 'que la tendencia se revierta'. En relación a lo que están buscando los clientes, dijo que hoy quieren soluciones y entrenamiento adecuado de los productos, y que por eso su objetivo para este año es 'enfocarse en sus marcas para crecer con ellas en capacitación y mejor soporte técnico'.



Jorge Castañeda y Néstor Schpaliensky, de Miranda

COMTELSAT: SE CONSOLIDA EN LATINOAMÉRICA



Israel Gómez

Israel Gómez, director comercial de **Comtelsat**, explicó que, en lugar de soluciones parciales, en su stand de la Expo Telemundo se reprodujo un ecosistema completo de televisión, con empresas que mostraban cámaras, lentes, multiviewers, gráficos y todas las áreas funcionando. El portfolio de productos se está consolidando y también tuvieron algunas marcas como **Larcan**, que se está potenciando mucho.

Gómez se encarga ahora de las ventas generales

de Comtelsat desde México a Bogotá, asumiendo funciones que antes estaban en Miami. En toda esa región es interesante que el 70% de las ventas son proyectos y el resto producto individual.

Subrayó además cómo sigue el proyecto de los estudios de **Fox Sports**, que ya va por su segundo año de contrato, arreglado a cinco años. Una integración reciente y también exitosa que hicieron fue el de la unidad móvil HD de **Televisual**, de **Claudio Moriel**, que se lució en la muestra.

VIVE EL CINE

EN LA COMODIDAD DE TU HOGAR

¡XTIME la señal que te ofrece más!

100% programación doblada al español o subtitulada...

Emisión 100% digital...

Estrenos de Hollywood cada semana...

X TIME

TU CINE EN CASA

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

TAKE CONTROL



Image Courtesy of NBA D-League Optional TriCaster 850 CS Hardware Control Surface



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

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

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

Es tiempo. Toma control.

NewTek
TriCaster
850 EXTREME™

Conozca más acerca de TriCaster en:
www.newtek.com

NEWTEK: CADA VEZ MÁS FUERTE

GRAN PRESENCIA EN LA EXPO CINE VIDEO TELEVISIÓN

Muchoglamour mostró **Newtek** en la Expo Telemundo del WTC de Ciudad de México. Volvió a desplegar a todo su equipo y productos en un stand de grandes dimensiones, similar al exhibido en la NAB, que generó un gran movimiento en la zona más alejada a la entrada.

Todo el tiempo estuvieron los divertidos seminarios brindados por el propio VP de ventas de Latinoamérica, **Ralph Messana**, o **Carlos Dighero**, quien fue una de las grandes incorporaciones al staff de Newtek en Latinoamérica de un año a esta parte.

Como detalle final, se completó ese éxi-

to con una rifa de un **Tricaster** de 25.000 dólares, que terminó ganando el estudiante **Ramón Martínez** de la entidad Pequeños Hermanos.

Messana y la responsable de marketing, **María Claudia Torres**, se mostraron muy satisfechos con los resultados de la Expo en México. Destacaron que sus Tricaster se mostraban en otros siete stands en la feria de Telemundo, como fueron los de **More-Export**, **Burst**, **Comtelsat** y **Teknoamérica**, entre otros. Con tanto éxito empieza a surgir competencia, pero Messana señaló que 'sigue siendo un producto único por ser un estudio



El equipo de Newtek completo: Ralph Messana con Nydia Medina-López, Jorge Dighero, María Claudia Torres y Joely Messana

virtual completo'.

También estuvieron en el Encuentro Regional de Rosario en Argentina, como manera de acercarse a los mercados. Luego estarán en el SET de Brasil, donde tendrán todavía un stand más grande, y también en Colombia en TV Sin Estrés y ComuTV, nuevamente para un sector de cableoperadores.

SIMPLEMENTE: IMPORTANTE TRABAJO CON AVID EN EXPO TELEMUNDO

APUESTAS A MARCAS COMO AJA Y BLACKMAGIC

En **Simplemente**, la compañía integradora de **Rune Hansen** y **Mónica Reina** en México, el trabajo con **Avid** se viene expandiendo desde hace un año. Ambos ejecutivos señalaron que la apertura de la marca para importar archivos y ser compatible es de por sí 'muy interesante'. Luego adquirieron **Euphonic**, una marca que Simplemente manejaba, empezaron a dar soporte al hardware de **Aja** y obtuvieron la licencia de **Final Cut** por 1.000 dólares. Así fue que todo se alineó para dar un paso adelante

con Avid y partieron con un evento un hotel en el Niko que también incluyó a Aja. Hansen subrayó que esto es 'muy bueno' para los clientes que quieren más opciones.

Otro paso interesante para este año será el centro de capacitación que se inaugurará después del verano y que es parte del plan para este año.

En la Expo también mostraron el soporte de **Da Vinci** de **Blackmagic**, que también tiene su switcher de video **ATEM** que surgió de la



Rune Hansen

compra de **Ecolab**. **Cache-A** es interesante en cinta LTO que se usa mucho para producción portátil. Finalmente, destacaron la cámara **Epic** de **Red**, la primera de su tipo en Latinoamérica.

TELETEC Y FLUETEC: UNIDADES MÓVILES



Joaquín Ávila

Joaquín Ávila, gerente de la división broadcast de **Teletec** y su empresa fabricante de luces **FluoTec**, sostuvo que la Expo Cine Video Televisión mostró 'menos tráfico' que otros años pero que 'asistieron los importantes que tenían que estar, con menor porcentaje de universitarios'.

Teletec es un integrador y mostró sus unidades móviles lo mismo que a grandes marcas como **JVC**, **Panasonic** y otras como **AVP**, que tuvo su stand individual. También

servidores MAN de **Videotechnics** y la nueva marca **Comprompter**.

De FluoTec, tuvieron gran aceptación las luces de LEDs, que el año pasado eran prototipos. Es una empresa mexicana que empieza a ser exportadora mundial, pero también se tiene en este campo otra marca como **ETC**.

Ávila destacó que ofrece la solución completa en todas las áreas y que el grupo, con sede en Naucalpan, cuenta con más de 400 empleados.

DESDE LA CABECERA
HASTA EL HOGAR

TVC Ofrece Soluciones de Negocios Integrales De Acuerdo a sus Necesidades

Soluciones IP
Proyectos para Cabecera Digital
Soluciones de Distribución y Soporte
Servicio de Diseño Profesional
Servicios End-to-End
Gestión de Materiales
Instalación en sitio
Adiestramiento en Sitio
Soporte Técnico Post-Venta
Alianza con Proveedores de Clase Mundial



2105 N.W. 102nd Ave. Miami, FL 33172
salescala@tvcinc.com www.tvclatinamerica.com



Entregando Productos, Conocimiento, Servicio y Experiencia

LEADER: SIGUE CRECIENDO EN LATINOAMÉRICA



Rafael Minaya y Juanchi Mejía, de Digital Broadcast

seminarios de ajuste de cámaras digitales, e incluso tras la Expo Telemundo en México

Igual que el año pasado, **Rafael Minaya** de **Leader Broadcast** sigue promoviendo sus productos con una recorrida constante por todos los mercados de la región. Actualmente está haciendo seminarios de ajuste de cámaras digitales, e incluso tras la Expo Telemundo en México

Agregó Minaya: 'Lo bueno de Leader es que es una marca reconocida, incluso con produc-

tos análogos de hace muchos años. Ahora le sumamos a eso una mayor presencia tras haber interactuado mucho con Latinoamérica, con una respuesta positiva que se refleja en las ventas.'

Entre las novedades de los equipos se destaca especialmente el **LV 5770** que, aseveró Minaya, 'se va a posicionar bien en el mercado pues el costo del equipo full será un 40% menos del precio que tenía antes uno similar'. Ya cuenta con proyectos con este equipo con **TV Globo**, **TV Azteca** y **Televisa**. Ganó un premio en la NAB y es el nuevo equipo de bandera para Leader.

Entre las novedades de los equipos se destaca especialmente el **LV 5770** que, aseveró Minaya, 'se va a posicionar bien en el mercado pues el costo del equipo full será un 40% menos del precio que tenía antes uno similar'. Ya cuenta con proyectos con este equipo con **TV Globo**, **TV Azteca** y **Televisa**. Ganó un premio en la NAB y es el nuevo equipo de bandera para Leader.

HITACHI: 30 CÁMARAS A TV AZTECA



Carlos Turati y Tyke Manalang

Tyke Manalang, director de ventas para Latinoamérica de **Hitachi**, destacó a **PRENSARIO** que vendieron 30 cámaras SKHD 1000 a **TV Azteca**, siendo esta una de las 'grandes ventas del año' en la región. También se ubicaron 10 del mismo modelo en **Medcom** de Panamá y cuatro a **TVN** de Chile.

TERANEX/VIDIESCO

José y Daniel Cadavieco están trabajando hace cuatro años con **Teranex** y manejan sus ventas para toda la región latinoamericana, como indirectamente también España, desde su empresa **Vidiesco**.

Teranex se especializa en el procesamiento de imagen y conversores de norma, con una gran alternativa en el pasaje de 2D a 3D, que es una de las cosas que más pide el mercado.



Jose Cadavieco Jr., Daniel Cadavieco, y Butch Hinson de Teranex

● CARTELERA EXPO CINE VIDEO TELEVISIÓN

Héctor Sánchez junto a Steve Jaeb, Bob Crites y Mike Piroino de Grass Valley				Antonio Casado, Jaime Tovar y Jorge Camacho			
Paul Márquez de Snell		Luis Fernando Riestra de Escape, junto a Orlando Meza de Grupo Imagen (Canal 28), y Sergio Castillo de B4M		Andrew Larsen, Vislink			
Enrique Kee de Pixel		Humberto García de Sony		Guillermo González Camarena reconoce a Jorge Carmona, de Video Pro		Rodrick Smith, Evertz	
Juan Carlos Ortolán de Ross		Virz: Juan Pablo Vertier, Pedro Sugasti y Miguel Ángel Yabrudes		Chris Shaw de Cobalt, Grace Llamas y Enrique Gutiérrez de Sistemas Digitales			
Color Cassetes: Luis Echeverry Manuel Muñoz con Elías Fernández				Jaime Barajas de Burst		Sergio Rataus y Ángel González España	

ARRIS
CONVERGENCE ENABLED

www.arris.com

HAZ MI MUNDO MÁS

Rápido

Mas Servicios,
Mas Suscriptores



CMTS ARRIS C4®

32 canales de Downstream usando el nuevo Modulo extendido de downstream (XD CAM)

Actualización vía software!

Alcance las demandas de ancho de banda a través de un CMTS con eficiencia, flexibilidad, calidad y performance inigualables.

IRDETO ACTIVECLOAK: SEGURIDAD ESCALABLE PARA VIDEO STREAMING

POR GIOVANNI HENRIQUE, DIRECTOR GENERAL DE IRDETO BRAZIL

Muchos países están tratando de cumplir con los requisitos mínimos para el contenido de video streaming sobre Internet, ofreciendo a los consumidores una nueva manera de obtener el contenido que exigen. A medida que la tecnología se acerca a los requerimientos para este tipo de contenido de streaming, los operadores deberán investigar cómo van a satisfacer la demanda de los consumidores, tanto para desarrollar nuevas formas de fidelización del cliente y generar nuevos ingresos como para defenderse de las amenazas de los competidores y la piratería. El desafío que enfrentan estas empresas es el de implementar una solución que satisfaga las necesidades actuales y al mismo tiempo sea escalable para cumplir con los requerimientos más estrictos en el futuro.

REQUISITOS DE BANDA ANCHA

Los requisitos mínimos para streaming de contenido depende de si trata de contenido de definición estándar (SD, por sus siglas en inglés) o alta definición (HD, por sus siglas en inglés). El contenido SD típicamente exige una velocidad de descarga de 3.5Mbit/s, aunque puede lograrse con una velocidad de descarga superior a 1Mbit/s, mientras que el contenido de alta definición exige una velocidad de descarga de 11.5Mbit/s.

Según Speedtest.net, en marzo de 2011, 137 naciones del mundo alcanzaron una velocidad de descarga promedio superior a 1Mbit/s, una cantidad bastante superior a las 67 naciones que alcanzaban esta velocidad de descarga en agosto de 2010. Muchos de los nuevos países están en Latinoamérica, Medio Oriente y África.

Específicamente para Brasil, la velocidad de descarga promedio está alcanzando los 5Mbit/s, lo cual es aproximadamente la mitad de la velocidad de descarga indicada

para streaming de Video de alta definición. En Brasil, no solo ha aumentado la velocidad de la conexión de Internet sino también la penetración de la banda ancha. La calificación III de Global Broadband del año 2010 indica que casi el 40% de los hogares tienen acceso a Internet, lo cual abre un nuevo mercado para el contenido de video streaming.

Los países pueden evitar los obstáculos y la complejidad que conlleva la implementación de una estructura de banda ancha aprendiendo de las experiencias de las regiones que ya han establecido una solución sofisticada. Esto les permite "superar" las etapas de desarrollo mucho más rápido para proporcionar una infraestructura más veloz y robusta.

FACTORES A CONSIDERAR PARA SOPORTE DE VIDEO STREAMING

Los operadores de algunos países como EEUU, tales como Comcast, Time Warner Cable y Cablevisión, ya han desarrollado soluciones de tecnología OTT para video streaming. En otras partes del mundo, las empresas están analizando cómo se han implementado estas soluciones para entender las tecnologías y técnicas necesarias para satisfacer la demanda de sus propios clientes. Aunque se debe considerar una variedad de aspectos cuando se selecciona una solución, la escalabilidad es un factor que deben considerar los países que no poseen una infraestructura de banda ancha capaz de soportar la transmisión de video streaming de alta definición.

Como ya se mencionó anteriormente, los países pueden evitar el proceso de prueba y error que conlleva la implementación de una infraestructura de banda ancha. Esto significa que una solución implementada hoy debe ser capaz de satisfacer la demanda a medida que aumenta la conectividad que permitirá la



transmisión de contenido streaming de alta definición de alto valor (premium). De no ser así, el tiempo, la labor y los recursos utilizados para implementar una solución hoy serán de corta duración y se deberá crear una nueva infraestructura en el futuro cercano.

SEGURIDAD ESCALABLE

"Afortunadamente en la actualidad ya existen muchos operadores de Latinoamérica que están aprovechando la solución de Irdeto ActiveCloak™ para resolver la problemática de entregar contenido a cualquier dispositivo de manera segura", comenta Giovanni Henrique, Director General de Irdeto do Brasil. "ActiveCloak™ que se implementa hoy para contenido de definición estándar, puede actualizarse para cumplir con los requerimientos para contenido de video streaming de alta definición, e inclusive incluir la seguridad dinámica, cuando es necesaria.

ActiveCloak™ puede integrarse con los sistemas actuales de digital right management (DRM,) de modo que los operadores no queden atrapados en un solo DRM a medida que cambian los requisitos. Adicionalmente, ActiveCloak™ ya se ha ganado la confianza de los operadores, estudios y fabricantes de electrónicos para proteger sus contenidos y para desarrollar sus modelos de Negocios.

Los operadores saben que si no implementan una solución de seguridad escalable para ofrecer contenido de streaming, se les hará difícil mantenerse al día con la tecnología disponible y satisfacer la demanda de los suscriptores. Esto evitará que los suscriptores obtengan todos los beneficios disponibles y les abrirá las puertas a los competidores que desean insertarse en el mercado.





LA NOTICIA DEL DÍA
VÉALA EN WWW.PRENSARIO.TV

Síganos también en Facebook y Twitter




HD VoD
Everywhere. Anytime

LIKE VOD. BUT BETTER.

PUSH VOD



LOGIWAYS

2.0 BY

LOGIWAYS

www.logiways.com

POWERED BY
LOGIWAYS VodAccess™

SECURED BY
LOGIWAYS SafeAccess™

PACE: SERVICIOS DE TV EXTENDIDOS Y APLICACIONES WEB

Pace, proveedora de tecnología para la industria de la TV paga mundial, anunció un acuerdo por el que integrará sus set-top-boxes HD con la plataforma desarrollada por la compañía de software **Minerva Networks**, para entregar servicios de televisión extendida sobre redes de banda ancha.

Por medio de este acuerdo mundial, que permitirá expandir el rango de middleware

de IPTV y las opciones de entrega de tecnología disponibles para los proveedores del servicio, Pace ofrece una solución

end-to-end preintegrada a una base de clientes globales. Esto permitirá fusionar sin



Mike Pulli, presidente de Pace Américas

problemas los servicios de IPTV en la oferta de broadcast y proveer una entrega de servicio satelital o de cable a un costo efectivo, a través de Europa y Sudamérica.

El rango de nuevos servicios IP incluirá VOD, restart TV, grabación de video digital basado en una red, catch-up TV y videos de Internet, a los que los suscriptores podrán acceder.

Mike Pulli, presidente de Pace Américas, comentó: 'Esta nueva relación facilita la entrega de una completa solución a un precio competitivo, aumentando las expectativas de los clientes en todo el mundo'. Por su parte, Mauro Bonomi, CEO de Minerva, agregó: 'Juntos ofreceremos una completa plataforma bes-of-breed que ayudará a nuestros clientes globales a ampliar su alcance y capacidades'.

APP CAFÉ, APLICACIONES WEB POR TV

App Café es otro lanzamiento destacado de Pace para Latinoamérica, Estados Unidos y Canadá. Se trata de una plataforma para que los suscriptores puedan acceder a aplicaciones web desde sus set-top boxes, para aumentar las posibilidades de entretenimiento desde la televisión.

El servicio, que fue lanzado en NCTA-The Cable Show (Chicago), permite a los cableoperadores aprovechar el potencial de las aplicaciones online dentro de un servicio integrado de TV gestionado. De esta manera ofrece una vidriera de aplicaciones para los suscriptores para descargar directamente desde las cajas, que incluye redes sociales, radio y música desde Internet, VOD, la posibilidad de compartir imágenes y videos online, manejo de finanzas personales, información del clima, deportiva y otros servicios operativos.

La empresa desarrolló la tecnología web para televisión *Clearleap*, que ofrece servicios de video IP, mediante aplicaciones *customizables*. Esto proporciona a los operadores un método rentable para entregar de manera ilimitada, horas de contenido en demanda a los consumidores, sobre una ruta de acceso de datos de alta velocidad.

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



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

Con presencia en los mercados de:

- Telecomunicaciones
- Banda Ancha
- Satélite
- Cable
- Radio

Ofreciendo la mejor calidad en todos sus productos de:

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

Ofreciendo Nuevas Soluciones



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



SQT400 - QPSK/8PSK Transmodulator



XDS-PRO4 - Audio Satellite Receiver



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



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

Visite nuestra pagina web para mas información.

www.PICODIGITAL.com

© Pico Digital 2011. All Rights Reserved

sales@picodigital.com



Tools that Measure Up. Do yours?



QCST
All-in-one coring & stripping tool for hardline cable

CT2-AS
59, 6, 7, 11, compression tool

CC 200
Removes dielectric from the conductor

LDT
59, 6 drop cable stripping without any adjustment or blade cassette change out

DDT
Combo tool for 59, 6, 7, 11 drop cable stripping

TW RA 227
Ideal for hard to reach shielded "F" connector fittings with preset torque

Wire and Cable Tools to Connect the World



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

AMT: SIGUE APOSTANDO FUERTE CON MOTOROLA EN LA REGIÓN

TONY CAMERON SE OCUPA DE MÉXICO

AMT sigue desarrollando una gran labor mayorista desde sus grandes instalaciones de Deerfield Beach en el Estado de Florida. Allí, **Vladimir Velickovich** mostró cómo esas grandes instalaciones reflejan el mayor volumen de negocios tanto para el mercado doméstico de Estados Unidos como para Latinoamérica, que tiene toda una propia dentro de las oficinas. Funcionan tanto las nuevas áreas de Uplink y Flyaways a cargo de **Adrián Copantsidis**, como la de integraciones de **Juan Carlos Marchesini**.

El depósito/bodega tiene cerca de 5.000 metros cuadrados, allí es clave el trabajo de

inventario permanente que supervisa en forma directa Velickovich, pues por los pequeños márgenes actuales su optimización es un punto crítico, al mismo nivel que la buena atención a los clientes. En esos stocks hay un componente mayoritario de **Motorola**, marca de la cual siguen siendo un socio fundamental en la región.



Vladimir Velickovich y Tony Cameron, en Canitec

Otro factor diferencial de las nuevas oficinas que pudo ver PRENSARIO es el laboratorio de 300 metros cuadrados, que es utilizado para proyectos integratorios de la nueva área.

Dentro del gran staff ejecutivo en la región que sigue creciendo vale destacar la incorporación de **Tony Cameron**, gran conocido de la industria que asumió el manejo de los negocios de AMT en México.

MOTOROLA MOBILITY: EXPERIENCIAS CONVERGENTES

POR ÁNGELES PÉREZ AGUIRRE

El mundo parece estar mostrando un creciente interés en entrega de video en pantallas múltiples y soluciones de administración, seguridad y monitoreo para el hogar, entre otros servicios avanzados. **Motorola** se abocó a este tema en Canitec, exhibiendo sus más recientes innovaciones en experiencias convergentes.

‘Nuestras soluciones brindan a proveedores de servicios oportunidades para introducir nuevos servicios, incrementar el nivel de fidelidad del suscriptor y generar ingresos adicionales’, destacó a PRENSARIO **Roberto Shigueo**, Converged Experiences Latin America and Caribbean de **Motorola Mobility**, quien describió las suites y software de la compañía.

‘*Motorola Medios Solutions* es una suite de software de administración de servicios que permite que los proveedores de servicios ofrezcan a sus suscriptores experiencias de video personalizadas utilizando distintos tipos de redes y equipos de manera rápida y rentable’, explicó Shigueo.

La suite está compuesta por *Medios Videoflow*, solución que permite al usuario mirar video en múltiples pantallas automatizando la captura, la administración y la

distribución de contenido para mejorar la eficiencia, incrementar la velocidad de entrega y ayudar a los proveedores de servicios a incrementar sus ingresos. También ayuda a operadores a configurar y automatizar el flujo de trabajo de sus procesos de negocios; incluye colas de tareas, administración de excepciones, generación de informes de estado, administración de derechos digitales, cumplimiento de contrato’.

Asimismo, el directivo agregó que *Medios Merchandiser* promueve el catálogo de contenido y maximiza el retorno de la inversión con experiencias personalizadas. ‘La aplicación ofrece un catálogo de metadatos, el cual puede ser organizado por equipo de usuario, preferencias definidas por cliente y variables demográficas’, añadió el ejecutivo.

Shigueo explicó que *SecureMedia* ofrece soluciones de Administración de Derechos Digitales (DRM, por sus siglas en inglés) para proteger contenido VOD y broadcast para su entrega, vía pantallas múltiples, a una amplia gama de equipos –desde decodificadores hasta PC y smartphones o tabletas (ipads).

Todas estas soluciones de *Experiencias Convergentes*, como las llama Motorola Mobility muestran cómo los operadores pueden



Roberto Shigueo, Converged Experiences Latin America and Caribbean de Motorola Mobility

capitalizar su inversión gracias a la convergencia de tecnología inalámbrica, aplicaciones multimedia, computación móvil e Internet, ayudando a generar oportunidades para sus empresas y suscriptores en Latinoamérica y en el mundo entero.

‘Motorola Mobility está trabajando conjuntamente con operadores para traer a México estas soluciones de experiencia de usuario. *4Home* actualmente está disponible en los Estados Unidos, vía operadores seleccionados, como un kit básico de tres cámaras y un par de sensores para vigilancia’, finalizó Shigueo.



Intraway

Provisioning Suite

CONOCEMOS LOS DESAFÍOS DE AMÉRICA LATINA



Encuentrenos en
Tepal
Booth #11

Provisioning y Gestión Integrada de Todos los Servicios



Visítenos hoy mismo en www.intraway.com

CONAX: LLEVANDO INGRESOS SEGUROS AL PRÓXIMO NIVEL

POR RICARDO PIROLA, VP CONAX LATIN AMERICA

Seleccionar la mejor solución de seguridad implica elegir un socio a largo plazo que pueda garantizar tecnología de seguridad probada y robusta, y un sólido registro en el aseguramiento de ingresos. **Conax** provee tecnología no propietaria y una política de licencia abierta para dispositivos de clientes, que garantizan los más seguros modelos comerciales para redes por cable, satélite, IP y terrestre.



Conax Contego es una plataforma de protección de contenido de próxima generación, diseñada para satisfacer hoy las necesidades del mañana, eliminando el factor caja negra y facilitando la implementación de alta seguridad de contenido a través de un entorno de gestión sumamente amigable para el usuario.

Se trata de una solución altamente flexible diseñada específicamente para la próxima generación de servicios de paga, incluyendo redes híbridas de distribución y acceso multi-dispositivo. Es totalmente escalable y soporta todos los modelos comerciales requeridos por el demandante mercado actual.

Entre sus principales características, ofrece un mecanismo anti-piratería avanzado; opciones de seguridad para Smart Card y Card Less; amplio soporte de lenguaje;

cumplimiento con normas DVB, ISDB-T y *OpenCable*; control DRM; STBs híbridos seguros; CI Plus y soporte; soporte multi-cliente, multi-espacio y para redes domésticas; así como también un régimen de seguridad integral para una amplia variedad de dispositivos de clientes evaluados, disponibles a través de nuestros socios.

SEGURIDAD FÁCIL DE UTILIZAR

Esta solución posee un sistema de gestión amigable para el usuario que es simple de entender, navegar y utilizar. Para One-Stop-Shopping, *Conax Contego* soporta todos los modelos comerciales disponibles en el mercado, tales como suscripción, Pago por Evento (PPV), Video On Demand (VOD), y control DRM. Es escalable horizontalmente, lo que implica que la capacidad y performance pueden fácilmente ser incrementadas a través de la instalación de hardware adicional.

Los operadores pueden comenzar con una instalación básica y expandirla para adaptarla a requerimientos y modelos comerciales cambiantes. La dinámica arquitectura de la plataforma satisface cualquier requerimiento de redundancia, haciendo de ésta la mejor herramienta para el aseguramiento de contenido a través de múltiples plataformas y canales.



Conax Contego Lite ofrece la misma seguridad de clase mundial por la que se conoce a Conax, complementado por las funcionalidades de suscripción básica y Pairing incluidas en *Conax Contego*, para crear un sistema de protección de contenido superior aplicable a operaciones más pequeñas. Los operadores DTV pueden implementarla para funcionalidades adicionales a medida que su negocio crece.

¿QUÉ VENTAJAS TIENE PARA OPERADORES DE TV?

- VENTAJA COMPETITIVA A TRAVÉS DE CONTENIDO ALTAMENTE SEGURO Y FLEXIBLE
- SISTEMA DE GESTIÓN MUY PRÁCTICO Y ACCESIBLE PARA EL USUARIO
- UNA PLATAFORMA DE PROTECCIÓN DE CONTENIDO ORIENTADA AL FUTURO
- COSTOS DE HARDWARE REDUCIDOS - FÁCIL DE IMPLEMENTAR/FÁCIL DE ACTUALIZAR
- REQUERIMIENTOS DE PERSONAL Y COMPETENCIA MÍNIMOS

ANTRONIX: TAPS LÍDERES

Milton Ulua, de **Antronix**, destacó a PRENSARIO que uno de sus clientes más importantes en México, **Cablevisión** del Distrito Federal, está haciendo la reconversión de su red con sus productos. Además, **Telefónica** está construyendo su red en Lima y Cusco, y que toda la planta externa se hizo con sus taps.

En Brasil, otros dos clientes grandes que los eligieron son **Net Servicios** y **Embratel**.

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



Milton Ulua



Brindando Soluciones Premium a la Industria del Cable

VOIP AMPS

FIBER NODES

PASSIVES

RETROFIT TAPS

HARDWARE

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

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

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



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



PLATAFORMA DE ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS



DESCUBRA COMO PODEMOS TRANSFORMAR SU NEGOCIO EN INTERNET

Diario
LA PRENSA

El Tribuno.com.ar

MEGATONE
La red de artículos para el hogar más grande del país.

VISA
Nº1 en el Mundo



INVERSORLATAM

BANCO COLUMBIA

Prensario Internacional
Television • Broadband • New Media • Licensing

finanzas prácticas
la mejor financiera **VISA**

ESTAS EMPRESAS CONFIARON EN NUESTRA PLATAFORMA

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

BoxiCableWEB



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



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

Sistema de monitoreo de red.

Head End Digital.



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



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



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

contacto@cablessoft.tv - www.cablessoft.tv
1550 Brickell Av.#208 B-Miami, Florida 33129-te: (305)600 4379
Av.Pueyrredón 480 piso 6- (1032) Buenos Aires - Argentina
tel: (54 11) 4866-2343 / 5836

www.cablessoft.tv

unmissable

mipcom®

3-6 Octobre 2011
Palais des Festivals, Cannes, France
www.mipcom.com

Registre ahora y ahorre

Contact: eaquinomedia@gmail.com

Un año entero de venta de contenido en 4 días

MIPCOM es el único mercado donde 12.000 distribuidores, compradores, comisionados y agentes de licencia pueden contratar nuevos negocios, consolidar asociaciones y alianzas y divulgar la próxima generación de contenido.

¡Haga negocios con las personas que son importantes para su empresa!

The world's entertainment content market

Introducing New Generation High-Density Headend.....



DMP900 Digital Media Platform

DMP900 Digital Media Platform is the new generation of intelligent headend processing equipment. With a central processing capacity of 384 TS streams (~1500 programs), this compact, high-density 1RU platform comes with 6 independent module slots. Based on customer needs, it can transform into a 40 channel Edge QAM, a 24 ASI I/O multiplexer, a 10-channel SD/HD encoder/decoder/transcoder, a 16-channel transmodulator, a 3G DVB scrambler, or a 20-stream ASI/IP gateway. DMP900 shall help operators save more than 70% space, power consumptions, reduce maintenance and improve stability in the headend deployment of CATV, SMATV, Satellite, IPTV video delivery projects.



One Stop Video Delivery Solution

WKD Cable TV Consultants, Corp. wkdcable@wkdcable.com Nextel 850-232-1772

VIDITEC OBTUVO EL PREMIO SHOGUN POR VENTAS, DISTRIBUCIÓN Y SERVICIO

RECONOCIMIENTO DE SONY POR SU LABOR EN ARGENTINA

Viditec S.A. recibió por sexta vez el premio *Shogun*, que entrega Sony anualmente, en reconocimiento por su trabajo en la inserción del HD profesional en Argentina. La premiación se realizó durante la reunión de representantes de Sony

Broadcast & Professional Latin America, celebrada en la ciudad de Las Vegas en abril de este año.

Jorge De Nucci, presidente de Viditec, junto a su



Juan Punyed, Shigeru Morikawa, Jorge De Nucci, Alida Smail, Luiz Padilha, Daniel Testani, Eduardo De Nucci y Juan Pablo Garza

equipo de marketing y ventas, recibieron la distinción, entregada por Shigeru Morikawa, presidente de Sony, Luiz Padilha VP de marketing/ventas, y Juan Punyed, director de ventas de la región.

‘Es un premio que nos llena de orgullo, y es una constante motivación para seguir mejorando nuestro desempeño’, expresó Daniel Testani, responsable de ventas y marketing de Viditec.

En cuanto a su oferta de tecnología, Viditec destacó el nuevo monitor de forma de onda desarrollado por Tektronix Inc. para la creación de contenidos, post-producción y broadcast. Esta tecnología brinda, en un



Monitor de forma de onda de Tektronix

tamaño reducido, una buena calidad de monitoreo para señales de video en SD/HD con una amplia gama de opciones de SW que permite, por ejemplo, un up-grade a 3G-SDI.

Esta solución se presenta en dos versiones: WFM5200 con monitor incorporado, y WVR5200, ambas con la posibilidad de ser actualizadas mediante opciones de SW para realizar mediciones de audio, 4 entradas de cámaras, análisis de dato, generador de señales básicas, 3G-SDI y monitoreo de audio loudness.

Breaking Access Barriers



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



www.aurora.com | 408.235.7000

A whole new light, growing brighter!

PERFECT VISION
MANUFACTURING, INC.
¡UNA MEJOR MANERA!™



CERTIFICACIONES:

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



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

RETORNO DIGITAL, LA LLAVE HACIA EL FUTURO DE SUS REDES

POR HUMBERTO VALDÉS, AURORA NETWORKS



La tecnología DOCSIS 3.0 se ha convertido en una herramienta muy importante para la industria del Cable. Ésta le permite a los cableoperadores ofrecer planes de datos a velocidades superiores a 150 Mbps en downstream y ~100 Mbps en upstream. Estas tasas de transferencia son necesarias para poder competir con los servicios avanzados que ofrecen los operadores que están implementando tecnologías xPON. La clave para el éxito en el montaje de DOCSIS 3.0 es sin duda la agregación de canales o "channel-bonding" tanto en downstream como en upstream, en combinación con esquemas de modulación más altos (256-QAM en downstream y 64-QAM en upstream). Con respecto al downstream esto es muy fácil de lograr, pero es el upstream donde se presenta el verdadero reto.

Los siguientes requerimientos críticos deben ser soportados por los enlaces de retorno de los nodos ópticos:

1. Mayor desempeño
2. Mayor carga operativa (ancho de banda)
3. Mayor capacidad de agregación

El requerimiento de mayor capacidad de agregación nace de la necesidad de limitar el costo de implementación de los sistemas de DOCSIS 3.0 al valor del costo de reemplazo de un sistema DOCSIS 2.0, difiriendo el costo

relacionado a la mejora del servicio hasta que sea necesario contar con productos competitivos o hasta que exista una demanda de mayor capacidad (incremento de ganancias).

La combinación de todos estos factores puede resultar en requerimientos de desempeño significativamente más altos en los enlaces de reversa de los nodos ópticos.

Muchos de los enlaces ópticos análogos que existen en la actualidad no podrán soportar estos requerimientos de desempeño tan exigentes. Los enlaces tendrán que ser actualizados (o reemplazados) con enlaces analógicos de mayor desempeño (y típicamente mucho más costo) que aún no podrán garantizar soportar futuros servicios y que no presentan ningún beneficio significativo a las prácticas operativas de la red. Como alternativa, los nodos colectores, (agregando remotamente la recepción de estos enlaces analógicos a través de un enlace óptico de reversa de mayor calidad que transporta tráfico agregado hasta el headend/hub) pueden ser implementados para reducir significativamente el alcance requerido para transportar las señales de reversa sobre los enlaces existentes y por lo tanto conservando el transmisor de retorno analógico existente.

Sin embargo, la solución más eficiente en cuanto a precio y capacidad futura para resolver el problema de actualización en los enlaces de reversa es probablemente, el reemplazo de

los enlaces ópticos análogos con enlaces ópticos digitales, ya que éstos garantizan el desempeño de RF independientemente de la distancia y del nivel de entrada de RF. Esta tecnología soporta todos los requerimientos críticos de desempeño. El comportamiento de RF en estos enlaces es completamente independiente de cualquier interacción entre la fibra óptica y las características del láser. El enlace óptico de retorno digital también simplifica el diseño, balanceo y mantenimiento del enlace de retorno mientras que al mismo tiempo provee capacidades extendidas para la administración de la red y generación de nuevas ganancias. En muchas situaciones, especialmente cuando los enlaces de retorno análogo deben ser reemplazados por completo, los enlaces ópticos de retorno digital son sin duda la alternativa con la mejor relación costo-beneficio. Esta ventaja puede ser mucho mayor cuando se implementan las capacidades TDM del enlace óptico de retorno digital, así como los valores agregados de la plataforma de acceso de Aurora Networks, la cual incorpora funcionalidades exclusivas como la concatenación de retornos en un mismo hilo de fibra lo que permite segmentar y escalar la capacidad de transmisión en retorno y cuatro canales de 100 Mbps para implementar servicios de FOD desde el mismo nodo.

FLEXPAD: FLEXIUM FLEXIBLE

Flexpad es una empresa que cada año se presenta con un gran stand en **Expo Canitec**, destacando siempre por la gran Medusa multicolores engalanando el stand. Sus simulados grandes tentáculos son precisamente los tubos que emplea Flexpad para transportar dentro de la fibra óptica y demás material que llega a un sinfín de lugares.

José Manuel Noriega, director de desarrollo de marca y ventas, señaló: 'Buscamos comercializar **productos innovadores** para el mercado de las **telecomunicaciones** de México y Centroamérica. Nuestra promesa es siempre dar el mejor servicio y ofrecer productos con

valor agregado a un precio competitivo'.

Flexpad distribuye *Flexium Flexible*, la tubería corrugada en rollos marca **ADS Mexicana**, para la canalización de fibra óptica, así como los acoplamientos y tapones boquilla que complementan su instalación. 'Ofrecemos también registros de concreto hidráulico y poliméricos, así como geomembranas sintéticas y el lubricante industrial FLX 021 para diversos usos, principalmente para la junta de tuberías'.

'Nuestros servicios complementan los productos, pues ofrecemos asesoría técnica pre-venta y post-venta, así como servicios de instalación de redes subterráneas a través de nuestras alianzas



José Manuel Noriega, Mauricio Raigosa y Cristina Guerra, flanqueados por la Medusa de Flexpad, en Canitec

con empresas de calidad mundial'.

Flexpad tiene sus oficinas centrales en Monterrey, Nuevo León y cuenta con presencia en México y Centroamérica. Entre sus clientes destacan **Megacable, Electelco, Cablemás, Maya Cable TV, Grupo Garza Limón, Telecable, CFE, Cable Red y Cablevisión**, entre otros.

JUST EVOLUTION



TV DIGITAL - CATV - MMDS - CELULAR - WLAN



la evolución es natural para quién utiliza productos

PRO[®]
ELECTRONIC



www.proelectronic.com

SOFTTEL: NUEVA GUÍA PARA SUBTÍTULOS Y PIES DE IMAGEN PARA FLUJOS DE TRABAJO BASADOS EN FICHEROS

Softel es una compañía experta en subtítulos y pies de imágenes, proveedora de software durante más de 25 años a las cadenas más prestigiosas en todo el mundo. La familia de software **Swift** ha devenido en una solución completa y de punta a punta que ejecuta toda una gama de procesos de subtítulos y pie de imagen para satisfacer las demandas de las retransmisiones de nueva generación.

Al hacerse los flujos de trabajo cada vez más complejos, los pies y subtítulos deben ser desplegados en múltiples idiomas, a través de múltiples canales y sobre plataformas múltiples y para ello Softel ha diseñado software de subtítulos y pies de imagen que simplifica el flujo de trabajo a la vez que realza la fiabilidad y reduce los costes operativos.

Para ayudar a las cadenas que han migrado hacia flujos de trabajo basados en ficheros y que buscan la manera de proveer toda la colección de servicios

que las retransmisiones de nueva generación ofrecen, Softel ha creado una guía útil sobre subtítulos y pies de imagen en flujos de trabajo complejos basados en ficheros.

Este documento sucinto presenta los retos que se asocian con el procesamiento de subtítulos y pies de imagen en un flujo de trabajo moderno y su resolución. El material se concentra en como insertar, transcodificar y transmitir pies y subtítulos, y proporciona orientaciones prácticas sobre como conseguir una reutilización eficiente de contenido para realzar la productividad mientras se reducen los costos operativos.

Como ilustración de estas soluciones, Softel describe estudios de casos prácticos reales desde Turner a The Mill, una compañía galardonada



Flujo de trabajo de nueva generación para datos complementarios

de post producción basada en Londres, en donde una instalación de Softel incrementó la productividad en un 50%.

La *Guía Sobre Subtitulación y Pies de Imagen en Flujos de Trabajo Basados en Ficheros*, está disponible en: www.softelgroup.com/guide.

Guest Choice TV
www.guestchoice.tv
FABRICANTE Y DESARROLLOS POR APRIL DIGITAL TECHNOLOGY

Derechos de Películas

Sistema de Publicidad

Internet Wireless

Internet

Video On Demand

Sistema Interactivo Touchscreen

AQB: REUNIÓN SEMESTRAL EN SANTIAGO DE CHILE



Los principales representantes de AQB de Argentina, Chile y Perú en el Hotel Park Plaza de Santiago

La empresa de soluciones de almacenamiento y recuperación de información AQB realizó en mayo la reunión semestral, donde estuvieron

presentes los principales responsables de las operaciones en los tres países donde la empresa tiene sucursales: Argentina, Chile y Perú.

Las jornadas, que tuvieron lugar en el Hotel Park Plaza de Santiago fueron destinadas a compartir experiencias y casos de éxito de las distintas sucursales. Además, se habló de las claves de cada oficina para nuevos mercados y ofrecer una amplia gama de servicios, entre los que se destacaron, la administración de respaldos, el archiving de correo y respaldo de OC, la administración de contenidos, la disponibilidad de la información y las soluciones para broadcasting.

La oferta e implementación de todos estos servicios será la apuesta fuerte de la compañía para los próximos meses. En el evento estuvieron presentes: **Anna Korotenko**, representante Comercial de AQB Perú; **Claudio Stasi**, Country Manager de AQB Argentina; **Italo Peirano**, gerente general de AQB Chile; **Jorge Hess**, gerente general de HQB; **Carla Vergara**, jefe de Operaciones de AQB Chile; **Iván Calderón**, gerente de Servicios de AQB Chile; **Matías Grandamarina**, gerente Regional de Marketing; **Ángel García**, director del Comité de Empresas; y **Ricardo Benavente Scott**, presidente de la compañía.



Alfonso Hurtado

DIRSA: TECNOLOGÍA PARA CATV

Alfonso Hurtado, gerente de Ventas de **Dirsa** contó a PRENSARIO que, si bien su compañía juega habitualmente en el rubro de la radio, ha adquirido recientemente sistemas de cable en México. También se asoció con **Diego Tanco** y otros representantes de marcas para ofrecer

tecnología para la TV por cable.

La compañía se está volcando de lleno al rubro televisivo, lo que ya había comenzado con **Orban** y las **Antenas Jampro**. De entrada se abocarán a México y luego intentarán crecer en Centroamérica.

april
Digital Technology

SISTEMAS DE ENCRIPCIÓN DIGITAL
Su ventana para el futuro digital

APRIL DIGITAL TECHNOLOGY—OFRECE UNA GAMA DE PRODUCTOS CONTRA LA PIRATERÍA Y MEJORAR LA CALIDAD DE IMAGEN USANDO LA ÚLTIMA TECNOLOGÍA DIGITAL PARA TELEVISIÓN POR CABLE.

Contamos con un sistema condicional para controlar el acceso a los abonados a contenidos transmitidos digitalmente.

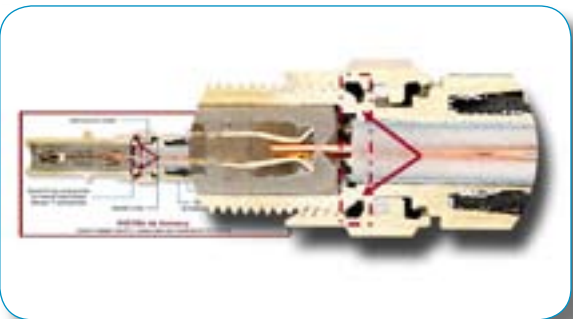
LINEA DE PRODUCTOS

- ACCESO CONDICIONAL (CAS)
- SISTEMA DE GUÍA INTERACTIVA (EPG)
- PROGRAMA DE SUSCRIPCIÓN (SMS)
- INTERACTIVIDAD CON SISTEMAS DE FACTURACIÓN
- SISTEMA DE PUBLICIDAD
- ENCODERS SD (DEFINICIÓN ESTÁNDAR) MPEG2/4
- ENCODERS HD (ALTA DEFINICIÓN) H264
- ENCODERS IP
- SCRAMBLERS
- MODULADORES QPSK/QAM/COFDM
- PAY PER VIEW (PROVEIDO POR GUEST CHOICE TV)

llamar **+1.305.592.9811/12** o visite nuestro sitio web **www.aprildigital.com**
1362 NW 78 Ave Miami, Florida 33126 - USA

PCT INTERNATIONAL: CONECTORES 100% METAL PCTTRS6L

POR ING. GERARDO ZAMORANO



PCTTRS6L

En el dinámico mundo de las telecomunicaciones, donde se habla de convergencia de servicios con grandes inversiones para satisfacción de los clientes, olvidamos una parte sencilla pero a la vez fundamental: el conector. Éste puede darnos fuertes dolores de cabeza en la operación y, peor aún, pérdida de usuarios por no satisfacer la calidad deseada de los servicios prestados.

Por ello, hacemos énfasis en el uso de un buen conector de compresión, como lo es nuestro PCTTRS6L que nos brinda, además de un sellado hermético -que elimina 100% de ingreso de humedad por su doble O-ring-, un sistema de sujeción “Locking”, haciendo imposible tener conectores flojos en sus



instalaciones cotidianas, tanto del lado de la conexión de exterior (taps) como interior (STB; EMTAs).

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

Lo anterior nos lleva a concluir que a la hora de decidirnos por este componente pequeño llamado “conector” sólo por precio

y no por calidad, nos puede salir más cara la atención de un reclamo, que implica que vaya un técnico en su unidad más el tiempo que tarde en encontrar la fuente de la falla y lo sustituya, que haber colocado en un principio un conector de calidad. Los clientes de Latinoamérica que usan el conector PCTTRS6L son nuestra mejor carta recomendación.

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

PERFECT 10: MÁS RECURSOS PARA LATINOAMÉRICA

Perfect 10 tuvo presencia en Canitec con un stand muy importante para sus productos de fabricación propia, lo que refleja su buen momento a nivel internacional, así como su gran apuesta a Latinoamérica. **Joel Quiñones**, director internacional de ventas, contó con el apoyo en Puebla de **David Lord**, VP de Negocios Internacionales, quien expresó a PRENSARIO: ‘Viajamos a México evaluar los prospectos de clientes, hacer demostraciones y responder a todas las consultas sobre la calidad de los productos y el soporte’.

Además, destacó que la empresa tiene cada vez mayor presencia en la región, donde atiende desde hace tres años; recientemente sumó tres clientes nuevos en Centroamérica y sigue creciendo.

En México, el foco está puesto en clientes como **Cablemás** y **Telmex**. A nivel internacional, Latinoamérica es muy importante ya que, después de India, tiene el mayor presupuesto. Tal es así, que los lanzamientos de nuevos productos de su fábrica en Estados Unidos tienen muy en cuenta a Latinoamérica. Quiñones



David Lord, Joel Quiñones y James Zyck

tendrá en breve seis personas en su área para atender a la región, sin considerar los que los asisten en sus oficinas centrales.

EL TIGRE-SAFEVIEW

El **Tigre**, con su representante **Francisco Ruiz** asiste a Tepal en República Dominicana en alianza con la empresa española **Safeview**, que integra productos para toda Latinoamérica y ofrece soluciones digitales que permiten proveer HD. También espera participar en ABTA.

‘Tenemos una solución muy sencilla para dar HD, simplemente conectando un equipo y sin cambiar nada de la red’, resaltó Ruiz. Y varios clientes, como **Yamid Aziz Ramos de Telecable** de Teocaltche, que pone HD en cuatro plazas, ya lo corroboraron.



Francisco Ruiz e Ignacio Rebollo de Safeview

El mejor distribuidor de productos de CATV y telecomunicaciones, IPTV, FTTH, VoIP, Wi-Fi y WIMAX en América Latina. Tenemos las grandes marcas que nos respaldan.

ADTRAN	Emerson	Radiant
Alpha	Erico	Ready-Links
AM communications	Fluke	Regal
Amino	Gilbert	Ripley
ANRITSU	GMP	Senior
Arris	Hellermann Tyton	Sumitomo
Asoka	Holland	Superior
Axcera	IBBS	Suttle
Blonder Tongue	JDSU Acterna	Telect
CableAML	Larus	Telelynx
Canusa	Lemco	Thomas & Betts
Channell	Lindsay Electronics	Times Fiber
Cisco	Maclean / Joslyn	Transition
Comtrend	National Strand	Vecima Networks
Corning	PLP	Viewsonics
Draka	Quintum	Wire World



Inventario permanente: una manera de mostrarle que **trabajamos donde Usted trabaja.**

+1 901 866 5116 | www.ptsupply.com | Your Supply Chain Partner

ASUNCIÓN MEDIA SHOW: REGULACIÓN, CÁMARAS, DESAFÍOS Y COMBATE A LA "PIRATERÍA"

La conferencia Asunción Media Show, realizada en la capital de Paraguay, se enfocó a lo largo de sus dos jornadas en los temas principales de la actividad, con énfasis en la realidad del mercado anfitrión. Por las tardes, hubo Ronda de Negocios entre los proveedores de equipamiento y señales, y los cableoperadores concurrentes.

En la primera mañana, fue brillante la presentación de **Carlos Winograd** sobre regulación, describiendo un esquema lógico para tratar los casos de empresas dominantes en un mercado, analizando la presencia de múltiples plataformas y el efecto de convergencia, y abordando las situaciones de mercado en países como Argentina, Chile, México y Perú. El caso brasileño fue abordado por **Vinicius Carrasco**, profesor de la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro, en tanto el **Dr. Luis Pardo**, presidente de la **Asociación Internacional de Radiodifusión**, defendió la posición de los medios privados como exponentes de la libertad de expresión.

En lo que hace a la lucha contra la "piratería", el **Dr. Sergio Piris** explicó las acciones de **Cablevisión** en la Argentina, la **Dra. Virginia Cervieri** hizo referencia a los cargamentos de **AZBoxes** que pasan por el puerto de Montevideo y los esfuerzos para detenerlos, y el **Dr. José María Caniza** habló de la filosofía imperante en Paraguay acerca del hurto y robo de señales.

Tras la primera Ronda de Negocios, por la noche se realizó la cena inaugural, en el mismo Yacht Club de Asunción, y **Fox** agasajó con una fiesta a los participantes.

En la segunda jornada, se comenzó con *Los desafíos de la Industria* y la necesidad de accionar a través de las Cámaras empresarias (en Paraguay hay dos de cableoperadores) como manera de reforzar la posición del sector frente a las telcos, los gobiernos y los que introducen ilegalmente equipos que representan competencia desleal para las señales y cableoperadores.

Horacio Rodríguez, de CUTA, reseñó la historia de esta entidad uruguaya; el **Dr. Artigas González Samudio** la de RAMI, entidad de radiodifusores del interior de ese país; **Ignacio Viveros**, la de APTCC, **Asociación Paraguaya de TV Cable y Codificada**, y el **Lic. Walter Burzaco** describió la historia y posición de ATVC



Walter Burzaco, Horacio Rodríguez y Ignacio Viveros



Martin Condano y Marcelo Bresca, de Televisa (extremos) junto a Ignacio Viveros, cableoperator del Paraguay

de Argentina, actuando como moderador el Ing. **Miguel Smirnoff**, de PRENSARIO.

Tras un workshop sobre la norma ISDB-T y su aplicación a la TV por cable por parte de **Cable Network**, el profesor **Ing. Víctor Martínez**, asesor de la **Comisión Nacional de Telecomunicaciones** de Paraguay (Conatel), se refirió al marco regulatorio en el país y contestó a las preguntas de los presentes acerca de una tasa anual por el uso del espectro que deben pagar quienes bajan del satélite señales para distribuir por cable. Se habló también de las facultades regulatorias de Conatel, sus limitaciones, y sugirió a los cableoperadores un curso de acción para canalizar sus solicitudes.

Tras el cierre de la parte académica, con participación de los organizadores y del **Centro de Estudios sobre la Regulación de Televisión en América Latina** (CERTAL) se efectuó la segunda Ronda de Negocios hubo y reuniones de los funcionarios y expertos de los diferentes países presentes en la conferencia, así como de proveedores y sus clientes, finalizando el programa de actividades.



María Soto y Pablo Scotellaro (extremos), del Grupo Isos, junto a los ejecutivos de Turner



Pier Paolo Furnaro Said, Cristián Lagos Mella y José Esteban Saez, de TuVes HD



Claudio Isolani y Sergio Canavese de Discovery



Sebastián Galia y Federico Molinari de Fox

Conax Contego™

La solución definitiva de seguridad en contenidos

securing the future_

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

Compromiso con la innovación:

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

Nuestro negocio es la seguridad:

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

Visite Conax en ABTA

Sao Paulo, 9 - 11 de agosto: Stand E1

 **CONAX** | CONTEGO

Protegiendo sus ingresos en el presente y en el futuro.

BALANCE POSITIVO DEL ENCUENTRO REGIONAL DE TELECOMUNICACIONES

EL MEJOR DE LOS ÚLTIMOS AÑOS

Con muy buena asistencia de participantes, se realizó del 28 al 30 de junio en Rosario, Santa Fe (Argentina) una nueva edición de los Encuentros Regionales de Telecomunicaciones, que contó con el apoyo del gobierno de la Provincia y de la Municipalidad local, junto a los auspicios de la **Cámara Argentina de Internet (CABASE)**, de la **Cámara Argentina de Cableoperadores Independientes PYME (CACPY)** y del **Consejo Profesional de Ingeniería de Telecomunicaciones Electrónicas y Computación (Copitec)**.



Martín Sicardi de Dixel

Desde hace varias ediciones el evento se destaca por sus talleres, workshops y seminarios que siempre son bien recibidos. En esta oportunidad, se organizaron los talleres de *Iluminación para HD y nuevas luminarias*, dictado por **Martín Sicardi** para **Dixel SRL**, y *Diagramación de estudios y unidades móviles y nuevas tecnologías IT para trabajos Tapeless y Producción y post producción de Audio*, a cargo del equipo de **SVC**, entre ellos **Domingo Simonetta**, **Hugo Yasnikowski**, **Ricardo Pegnotti** y **Guillermo Gilles**.

La charla *Nuevas Tecnologías de Radio* fue dictada por **Javier Gratz** de **Trialcom** y **Eduardo Esarte** de **Hardata S.A.**, y *El negocio de Internet y la reconversión del Cable* contó con la participación de **Christian O'Faherty** de **Internet Society**, **Sofía Silva**, de **LACNIC** y **Anthony Harris**, de **CABASE**, y **Raúl Malisani**, de **Interlink SRL**, quien destacó los cambios que se vienen en el modelo de negocio para los operadores de cable y proveedores de acceso a Internet.

La actualidad del negocio del cable en Argentina para las pequeñas y medianas operaciones muestra una ecuación de costos e ingresos con poco margen de utilidades. 'Hoy un cableope-

rador PYME tiene solo un 18% de rentabilidad y con esos niveles de ingresos no se puede reinvertir para seguir siendo competitivos', destacó Malisani.

'El mercado argentino se encuentra regulado por el Gobierno Nacional, con una tarifa máxima y con una grave situación de competitividad para las empresas PYME, no sólo por la competencia que plantean las telcos, sino también por la disparidad frente a los mercados centrales como la Capital Federal o las grandes ciudades', añadió.

El negocio de acceso a Internet cobra cada vez mayor importancia en las operaciones de cable. Sin embargo, el país se encuentra hoy en el puesto 94 en lo que hace la media de ancho de banda que se entrega en el mundo. 'Para igualar la media nacional de 3,25 Mb habría que pensar en 90/100 Mb de ancho de banda por cada 1.000 suscriptores. Para lograr esto hay que ir a varios proveedores mayoristas, porque los actuales mayoristas no entregan esto. De aquí la importancia de los NAPs. Se tienen que desarrollar muchos más NAPs en Argentina para poder ser competitivo', remarcó Malisani.

El directivo recorrió NCTA el mes pasado, y aprovechó para transmitir a los asistentes las novedades tecnológicas y de negocios que encontró en la reciente exposición en Estados Unidos. 'Aún quedan muchas posibilidades de negocios para las actuales redes de 860Mhz, como la mayor capacidad de entrega de banda ancha con DOCSIS 3.0 y las oportunidades que trae el HD y el plan del gobierno de *Argentina Conectada*', destacó.

En el seminario de *Transición del Cable Módem a las Tecnologías PON*, los disertantes, **Ing. Juan R. García Bish**, **Ing. Adrián Daloisio**



El Lic. Nelson Saito, Adrián Daloisio y el Ing. Juan R. García Bish



Lic. Sebastián Chale, Ing. Ariel Graizer de CABASE, Eduardo Maurino, de CAPCPY y Jorge Jacobi

y el **Lic. Nelson Saito**, discutieron sobre la necesidad de la actualización de las redes HFC, tanto para llevarlas a DOCSIS 3.0, junto a las nuevas arquitecturas pasivas ópticas y su dimensionamiento.

TV Digital, los nuevos horizontes contó con la participación de **Marcelo Posse**, de **Visto Communications Corp.**; **Gabriel Cozzitorto**, de **Comunitel S.A.**; **Manuel Minetti**, de **MM Electrónica** y **Jorge D. Rivero** del **Consejo Asesor del SATVD-T**, quienes disertaron sobre hacia dónde va la televisión digital y las distintas oportunidades que plantea la revolución digital tanto en la televisión, como en las telecomunicaciones en general.



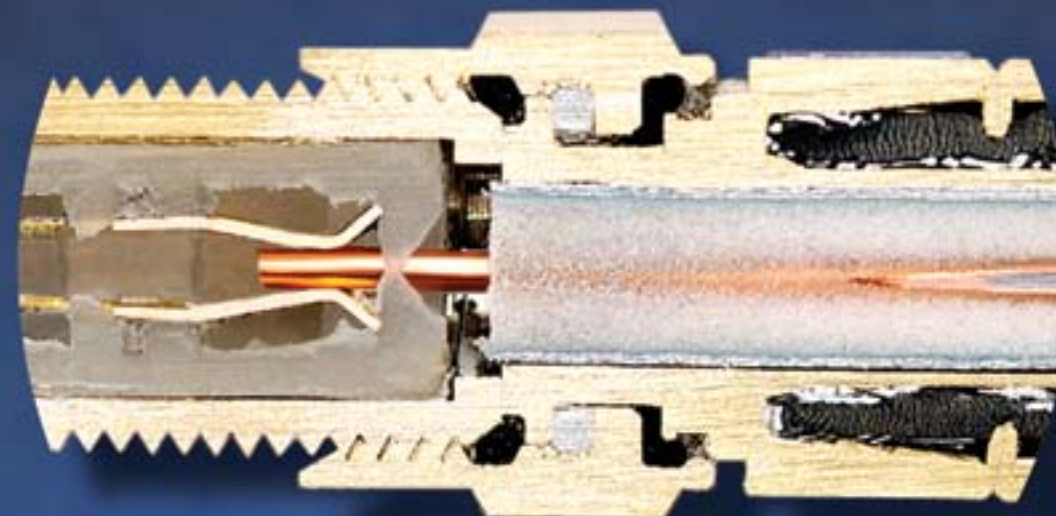
Jorge D. Rivero de SATVD-T

Los workshops de esta edición fueron *Servicios IP por medio de MetroEthernet y Redes Pasivas y FTTH, conectividad de última milla*, dictados por **Cybercom** y **Convertech**, respectivamente; y *Flowdat, acercando el éxito al cableoperador*, dictado por **Emiliano Bonanesa** de **Interlink SRL**.

La arquitectura de la red es otro de los temas sensibles hoy en día: la capacidad de generar nuevos negocios es directamente proporcional a la capacidad de las redes de transmitir datos, de ahí la importancia que están teniendo el tendido de fibra, y la posibilidad de ofrecer FTTH.

Si bien todavía el *core business* es el contenido, no hay que perder de vista las nuevas ofertas que reciben los usuarios, que ya están en condiciones de consumir Over the Top (OTT), Televisión IP, banda ancha, telefonía fija y hasta la telefonía móvil y el operador de cable debe estar en condiciones de satisfacer esas necesidades.

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



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



Patent Nos. 6042422, 6712831



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

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

¿Por qué no hace la prueba usted?



Innovation for
the Last Mile
pctinternational.com

SVC, NUEVO REPRESENTANTE DE ASPERA

Para conseguir las promesas de los flujos de trabajo basados en archivos en términos de productividad, eficiencia y capacidad, las compañías de medios de comunicación tratan de aprovechar los nuevos tipos de infraestructuras: archivos en la nube, sistemas móviles, implementación plataformas abiertas, permitir contactos persona a persona a nivel mundial, entre otros.

Aspera, nueva marca que representa SVC para el Cono Sur, ofrece softwares para la transferencia de archivos a alta velocidad,

adaptándose a las actuales necesidades del mercado. Estas soluciones son impulsadas por la tecnología *fasp*, patentada como el transporte de próxima generación para el movimiento de datos y archivos, de escala ilimitada a través de redes IP.

CÓMO TRABAJA EL SISTEMA
Dependiendo de las necesida-



des del cliente, se establece cuál es el producto indicado, dependiendo del workflow. Aspera tiene tres soluciones.

1) Si típicamente se van a transferir archivos de la productora al canal, y sólo entre esos puntos, entonces el *Aspera Point-To-Point* es la solución indicada y suficiente (comprarían dos licencias, y podrían ubicar una en cada punto).

2) Pero si se planea hacer transferencias a otros puntos, y si además prefieren que no haya que instalar software (o si la productora no quiere preocuparse de que haya HW disponible en el canal o tener que prestarle el HW de un server a sus clientes del canal y otros), entonces puede utilizar el *Aspera Connect Server*, que se instala en la productora; en el canal sólo bajan el web-browser plug-in sin tener que dedicar ningún HW, o sin tener que instalar ningún SW en la desktop; sólo abren un navegador y usan el plug-in.

3) La solución más simple es el *Aspera Faspex* en la productora, y probablemente el más chico de todos (bajo ancho de banda y bajo número de usuarios simultáneos). Con este equipamiento, la productora sube el archivo al server, y le envía un email al cliente, para que éste se lo baje cuando le resulte conveniente, sin tener que instalar ningún equipo, sólo desde el browser.

En la segunda y tercera solución depende de cuán seguido se hagan las transferencias, y también depende de quién las origina. Con la tercera, siempre serían originadas desde la productora, que hace un "push" hacia el cliente. Por otro lado, con *Aspera Connect* (caso 2), el cliente sería quién se baja los contenidos, haciendo un "pull" del server. La productora le podría avisar que ya están disponibles, pero depende de que el canal los baje.

DISEÑANDO A SU MEDIDA



Neurotronix Enterprise propone soluciones técnicas en el área de televisión por cable y telecomunicaciones. Actualmente contamos con una amplia gama de soluciones técnicas eficaces, novedosas y personalizadas, aplicadas en los sistemas de CATV.

Paralelamente hemos desarrollado equipos electrónicos como moduladores fijos, ágiles transmisores y receptores ópticos, nodos ópticos, instrumentos de medición con diferentes funciones integradas, implementamos y materializamos de igual forma proyectos en la transmisión de señales de video en arquitecturas de redes ópticas que operen en longitudes de onda de 1310 nm y 1550 nm.

Todos estos productos han sido concebidos teniendo en cuenta las condiciones y parámetros eléctricos reales en los cuales operarán, como fluctuaciones de voltaje y temperatura, niveles de ruido, interferencias electromagnéticas, grado de humedad, etc. logrando soluciones óptimas y personalizadas para cada necesidad.



NEUROTRONIX ENTERPRISE, INC.
2954 W 84 ST UNIT 10, HALENH, FL 33408
Phone 305-557-8071 Fax 305-557-8071
info@neurotronix.com





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

SG2000  Nodes	MVP II Encoder  Still Available NEW	Continuum Modulator  	C6M Modulator 50 - 1ghz Units  \$995 New
Taps & Passives  	C6U & C8U Upconverters  New & RMF	C8M Modulator  	9280 6385 & 6340  Stereo Modulators
AM Omni  Optic Lasers	MB & BLE  870 - 1Ghz	Motorola SEM V8  RMF	C-COR EDFA  Optic Lasers

001-918-251-2887
Ventas@ncsind.com
375 Ivyland Rd. Unit 11
Warminster, PA 18974

CONTEC: CONSOLIDADO EN MÉXICO, CRECIENDO EN LATINOAMÉRICA

CON STB'S, EMTA'S Y CPE'S

Contec está consolidado en México, donde provee servicio a los principales cableoperadores, siendo un 'gran aliado' para su crecimiento, destacó a PRENSARIO Víctor Avilés, director de Ventas Internacionales.

La compañía da soporte a **Cablevisión México, Cablecom, Megacable, Cablevisión Monterrey, Cablemás, Televisa Networks y Sky**, con servicios de *Screen and Clean* y reparaciones dentro y fuera de garantía en la mayoría de los equipos *Home Devices*.

A partir de las relaciones comerciales con **VTR** de Chile, **Flow** de **Columbus Group** (Bahamas), **TV Cable** Ecuador y **Tigo** —en los tres países de Centroamérica en los que opera— Contec está 'con pie firme en la etapa de ampliación de sus servicios y con presencia y operaciones regionales en el resto de Latinoamérica', explicó el ejecutivo. Y contó que en este momento hace la evaluación técnica que permitirá atender el Cono Sur de manera regional (Chile, Argentina, Colombia y Brasil), así como Centroamérica y El Caribe.

Dentro de la relación con Motorola, que se

inició en 2004 como centro digital autorizado para sus STB's y Módems, mantiene un esquema muy importante donde Contec fue calificada como 'sobresaliente' en sus métricas e indicadores en América, e incluso sobre algunos centros autorizados en Estados Unidos. Para esta marca trabaja con toda la gama de DCT's los nuevos DCX's y DTA's, así como toda su gama de módems y eMTA's DOCSIS 2.0 y 3.0.

También continúa trabajando con **Pace** en lo que respecta a sus cajas avanzadas de HD y sus equipos satelitales SD y HD para **Sky**. 'Ahora que Pace entra en una etapa importante con la incorporación de *2Wire*, estamos listos para dar servicio de routers ADSL', comentó Avilés.

Por otra parte Contec fue nombrada Centro de Reparaciones **Cisco-SA** para dar servicio a los eMTA's a nivel 4, principalmente para **Megacable**, siendo el primer centro autorizado en Latinoamérica a este nivel.

Como complemento a los servicios de reparación y en búsqueda de un servicio integral, incorpora el desarrollo y la venta de controles



Víctor Avilés, director de Ventas Internacionales de Contec

remotos que ha tenido un gran éxito en México. Con una visión puesta en el servicio al cliente y un trabajo cerca de los cableoperadores, intenta brindar al telespectador una experiencia única a través. Después de un año de exhaustivas pruebas Contec es proveedora de controles remotos para Cablevisión de México y trabaja de cerca con Cablevisión Monterrey.

Trabaja con la norma de máxima calidad TL9000 con líneas muy flexibles dentro de un concepto de satisfacción del cliente y *Lean Manufacturing*, con un enfoque especial en el *After Market Service*.

Finalmente, se destacan las inversiones en equipamiento *State of the Art* en sus instalaciones. Contec está listo para dar soporte a la región con la Logística de Reversa, que apoya al cableoperador una vez que el equipo sale de su planta, reduciendo costos de almacenamiento y logística, apoyados en los tratados TLC con México. 'Es un servicio realmente completo', concluyó Víctor Avilés.



digital broadcasting devices

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



Video Experience Automation System



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

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

Altas Expectativas Demandan Alto Rendimiento



Con los sistemas de alimentación más eficientes en el mercado y una trayectoria de más de treinta años de éxito comprobado, Alpha se enorgullece de mejorar la fiabilidad de la red con la introducción de la línea de baterías AlphaCell HP. El plomo puro del AlphaCell HP maximiza el rendimiento, vida, y fiabilidad de las baterías, que son las necesidades más críticas de su red.

- > La tecnología de placas delgadas de plomo puro, proporciona un incremento de hasta un 20% en la expectativa de vida
- > Almacenamiento prolongado de 12 a 18 meses
- > Garantía de reemplazo completo hasta de 4 años
- > La batería 4.0 HP es la primera en ofrecer 240 minutos de tiempo de respaldo

 > **Total Power Solutions**

800 322 5742

power@alpha.com

www.alpha.com



VEAS: GRAN PARTICIPACIÓN EN CANITEC

Veas participó de la reciente edición de Canitec por noveno año consecutivo, donde destacó su línea completa de cabezales digitales IP, CAS y Set top boxes, con el respaldo de su servicio de soporte IP y telefónico sin cargo. Allí estuvieron **Pedro Malvano** y los ingenieros **Ruben Rollheiser** y **Flavio Magallon Pulido** para apoyar a clientes y a los ejecutivos de las organizaciones con las que tienen acuerdos tanto en China como en Estados Unidos.

La novedad de este año es el sistema de monitoreo integral y grabación testigo que utiliza, entre otros, la CNN y que está

disponible en sus versiones IP y análogo accesible a través de la Web. Nuevamente, la marca ofreció sus soluciones de desarrollo original, **VEAS GOLD**, **Veas Insertor de Comerciales**, **Veas Logger**, **Veas Delay** y **Veas Monitor**, todas estas en sus versiones IP, digitales y análogas. Además, realizó una demostración de instalación de cabezales IP en su stand para comprobar su funcionamiento.

La empresa espera que el éxito de **Veas Argentina**, que ya lleva 40 años, se desarrolle de la



Enrique Gandolfo de Veas con Javier Martínez Gallardo y su equipo de Cablecom, y Zhang Peng y Liu Sheng de Sumavisión

misma manera en México, donde ha invertido durante los últimos dos años para reforzar su presencia permanente desde 2004.

GOSPELL/COMCAST: MÁS PRESENCIA EN LATINOAMÉRICA

Idan Kessell de **Gospell Comcast**, dijo que llevan más de 15 años en el mercado. Se trata de un grupo de más de 6.000 empleados en China, con muchas oficinas y diferentes fábricas para Antenas parabólicas, STBs y cajas HD. En el mundo tienen negocios en más de 50 países.

En Latinoamérica llevan dos años trabajando y ya tienen 20 clientes. Desarrollan una estrategia definida de instalar oficinas donde hacen

buenos negocios. Lo hicieron en Dominicana, México, Guatemala y el Caribe. En Guatemala hicieron el proyecto completo con **ANCOGUA**, que acumula 250 empresas, y se les hizo una solución IP con Edge QUAM.

Su gran diferencia con la competencia es el tamaño, pues toda economía de escala se consigue con ventaja de 1 a 2. Tienen cerca de 150 tipos de cajas y soportan los diferentes



Idan Kessell

tipos de cajas, de CAS y plataformas simulcript. Todo en base ACI e IP.

Tras su presencia en Andina Link, van a Canitec y seguramente a Tepal.

LOGIWAYS: PUSH VOD, SIN STREAMING

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

Eso con la ayuda de **Castalia Communications Corporation** que, además de representar señales, también apoya a grandes fabricantes para que entren en la región de América Latina.

Logiways ha desarrollado esta solución VOD para el operador francés **TV Numeric**, el cual ha elegido el Control de Acceso de Logiways para la distribución de su oferta de señales, además

de **Canal+** sobre la plataforma terrestre digital y como vía satélite a través de **Eutelsat**.

Los suscriptores DTH tienen una caja en su casa y el contenido VOD va al disco duro de esa caja enviado por el operador por la noche (solución sin streaming). Esos programas están disponibles a la hora que los consumidores quieren verlos mediante un sistema de navegación extremadamente simple.

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

La compañía ya está en conversaciones con los principales MSO de la región así como con

los operadores de DTH para ofrecerles soluciones disponibles para IPTV. Asimismo funciona para empresas de TDT, y permite broadband satelital e interactTV.

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





Fabricante Argentino de cables coaxiales flexibles

Y la más
completa línea
de equipamiento
para:

- Cabezales de CATV, Analógicos y Digitales
- Redes de Fibra Óptica
- Redes Coaxiales y todo su equipamiento
- Instalaciones domiciliarias.
- Internet

Thomas & Betts

TELCON

ASKA
Communication Corp

TFC Amphenol

aloha

Cablematic

MOTOROLA

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



QAM SNARE

La tecnología de avanzada permite localizar y medir directamente los canales QAM que se filtran de la red



hunter
CHANGE THE WAY YOU MAINTAIN YOUR NETWORK

Hunter usa Radar Technology para encontrar exactamente la causa y la localización del problema, sea Analog CPD, Digital CPD, acceso, o impulso de ruido.

01 Encontrando el error
Hunter identifica la zona de la red donde se encuentra el error.

02 Pinpoint la fuente
Utilizando la Quiver móvil, los técnicos pueden localizar el punto exacto del CPD.

03 Solucionando el problema
Con localización precisa del CPD, los técnicos disminuyen, sustancialmente, el tiempo de solución del problema.

ARCOM DIGITAL
185 Ainsley Drive // Syracuse, NY 13210 // 800.448.1655 // www.arcomdigital.com

WORLDWIDE SUPPLY: AHORA OFRECE INGENIERÍA Y SOPORTE

World Wide Supply apuesta fuertemente en Latinoamérica ya que trajo varios ejecutivos top como **Federico Sánchez** VP de desarrollo de negocios para América Latina y el Caribe.

Sánchez comentó a **PRENSARIO** que la empresa está representando a la firma **SMC**, con módems alámbricos e inalámbricos, y MTAs con Docsis 2.0 y 3.0., que es uno de los puntos hace foco para América Latina. También trabaja con **Perfect 10** y **Prompt-link**, a los que apoya con soporte.

Además, la empresa buscará crecer con su servicio. No sólo brindará cobertura comercial, sino que también avanzará en el entrenamiento de los clientes y la capacitación. Con las incorporaciones, entre las



Federico Sánchez, Julio Rojas, y Michael Maiorana

que se destacan **Francisco Rodríguez** como CTO y **Julio Rojas** como VP de ingeniería, se delineó la parte de estructura para soporte local y remoto, donde el mínimo de garantía es de tres años.

NON STOP: CENTRO DE REPARACIÓN DIGITAL Y MUCHO MÁS

‘Encaramos el año con mucho entusiasmo tras la buena participación que tuvimos en Canitec. Algunos se quejaron de la concurrencia, pero a nosotros nos fue muy bien’, dijo **Agustín Pérez**, gerente de Ingeniería de **Non Stop** de México, a **PRENSARIO**.

Es que la empresa está bien posicionada en el mercado como centro de reparación integral, a lo que se suman las recomendaciones que reciben de todo tipo de clientes. En su stand recibieron consultas sobre proyectos ópticos MSOs. La compañía atiende a **Cablemás**, a quien brinda servicio para toda la República de México y también repara equipos para **Cablevisión** de ese país.

‘Formalidad, seriedad, cumplimiento de los tiempos de entrega y precios competitivos para la reparación de equipos digitales son algunos de los atributos de **Non Stop** que los clientes valoran’, agregó Pérez.

En cuanto a la venta de tecnología, ahora



Alejandro Cendejas y Agustín Pérez

también obtiene buenos resultados con los equipos de cabecera, taps y conectores de **Pico Macom**, que ahora se proyecta de buena forma para vender todas las nuevas soluciones de **Pico Digital**.

Desde hace dos años representa a **Rayvert**, para lo cual estuvo en Puebla **Guillaume Tabur** y sigue ofreciendo una relación costo prestación muy favorable para sus soluciones.



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

En **Red Intercable**, organización que nuclea a más de 220 pymes y alcanza con su plataforma de servicios a más de 500 localidades, distribuidas en 19 provincias del territorio nacional, con redes que cubren más de 610.000 hogares, creemos profundamente en el valor de la sinergia. Cableoperadores pymes independientes, unidos por objetivos y realidades comunes, sustentados

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

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

Red Intercable, Pymes, República Argentina.



CALENDARIO

Agosto 2011

• ABTA (09-11), SÃO PABLO, BRASIL

• SET-CONGRESO TECNOLOGIA DE TELEVIÃO (24-26) CENTRO DE CONSENSÕES IMIGRANTES - SÃO PABLO

• 4to SEMINARIO Y EXHIBICIÓN TV Y VIDEO [TECNOTELEVISIÓN] HOTEL CROWNE PLAZA TEQUENDAMA BOGOTÁ, COLOMBIA

SEPTIEMBRE 2011

• IBC 2011 (9-13) - AMSTERDAM - HOLANDA
WWW.IBC.ORG

• ComuTV (14-16) - SABANETA - ANTIOQUÍA COLOMBIA - WWW.COMUTV.ORG

• JORNADAS INTERNACIONALES (28-30) HILTON HOTEL - BUENOS AIRES - ARGENTINA
WWW.ATVC.ORG.AR - WWW.CAPPSA.ORG

OCTUBRE 2011

• ANDINA LINK CENTROAMERICA (6-8) - SAN JOSÉ COSTA RICA - WWW.ANDINALINK.COM

• MIPCOM (3-6) - CANNES - FRANCIA

• CAPER (26-28) - COSTA SALGUERO, CIUDAD DE BUENOS AIRES - ARGENTINA - WWW.CAPER.ORG.AR

NOVIEMBRE 2011

• CHILE MEDIA SHOW (TBA) - SANTIAGO DE CHILE CHILE - WWW.CHILEMEDIASHOW.NET

• DIGITAL FIBER 2011 (9-11) - VENEZUELA
WWW.DIGITALFIBER.NET

• SCTE CABLE-TEC EXPO (15-17) - GEORGIA WORLD CONGRESS CENTER, ATLANTA, USA
EXPO.SCTE.ORG

DICIEMBRE 2011

• ASIA TV FORUM (7-9) SANDS EXPO AND CONVENTION CENTER - SINGAPORE
WWW.ASIATVFORUM.COM

ENERO 2012

• NATPE 2012 (23-25) - MIAMI BEACH - USA
WWW.NATPE.ORG

FEBRERO 2012

• ANDINA LINK CARTAGENA - CARTAGENA - COLOMBIA
WWW.ANDINALINK.COM

MARZO 2012

• PUNTA SHOW 2012 - PUNTA DEL ESTE - URUGUAY
WWW.PUNTASHOW.NET

ABRIL 2012

• MIPTV 2012 (1-4) CANNES - FRANCIA
WWW.MIPWORLD.COM

• NAB SHOW 2012 (14-19) LAS VEGAS CONVENTION CENTER - LAS VEGAS, NEVADA

TRAS SU ADQUISICIÓN POR WESCO, TVC ES AHORA MÁS GRANDE

Luis Solana expresó tras Canitec, que la Expo Convención estuvo muy bien y le permitió hacer un seguimiento a los grandes clientes de la compañía como **Cablevisión**, **TVI de Monterrey**, **Cablecom**, **Cablemás** y muchos otros.

TVC está poniendo especial énfasis ahora en los productos para las tres pantallas, que ya se están implementando con Cablevisión de México o TVI, para terminar de aterrizar el servicio de VOD con **SeaChange**.

Para Solana, la compra de TVC por parte de **Wesco** es potencialmente muy positiva por ser un gran distribuidor internacional. 'La compañía pasa de ser de 300 empleados a 6.000, y facturar 5.000 millones de dólares



Luis Solana

al año', expresó.

El énfasis en México está puesto en la parte de infraestructura y mantenimiento de sus soluciones, donde la parte IP continúa bien manejada como una división aparte.

FIBRAS ÓPTICAS DE MÉXICO



Amalec Salazar y Miguel Amador Green

Miguel Amador Green de **Fibras Ópticas** de México dijo que tienen buen posicionamiento en ese país y que la empresa está trabajando con todos los grandes jugadores. A nivel internacional primero piensa en

Colombia, donde se abrirá un centro de distribución en octubre, con una persona fija trabajando desde el lugar. Luego, explicó Green, se atenderá a toda la Región Andina y Centroamérica.

El auge de la FTTX se canaliza para ofrecer 200 megas por segundo. Se trata de una red pasiva que no necesita mantenimiento a diferencia del CATV. 'Por supuesto que la inversión inicial será mayor, pero a la larga ganará el que haya invertido al principio', dijo el ejecutivo. Y agregó que, aunque ahora no lo ven todos los cableros, pero que esos 200 megas 'serán fundamentales dentro de cinco años, ya que las redes de CATV ofrecen 40 como máximo'.

ADAMS GLOBAL ES TULSAT

Adams Global, la tradicional distribuidora de CATV, es ahora parte del grupo **Tulsat**. Pese a eso, según confirmó **Daniel Torres** a PRENSARIO, van a conservar independencia como división y a cubrir Latinoamérica como hasta ahora o más.

La compañía tiene cabeceras nuevas de **Motorola** y **Cisco**, DCTs, equipos de fibra óptica y se potencia todo lo que habitualmente

comercializa. Entre sus fortalezas se destaca su stock permanente y la capacidad de entrega inmediata. Además, agrega ahora un portfolio de equipos nuevos fruto de esta unión.



Daniel Torres

CONTEC™
DE MÉXICO
Una División de Contec Holdings, LLC - Contec Corp, World Wide Digital

CERTIFICACIÓN TL 9000
Enfocados en la Satisfacción Total del Cliente

CUBRIMOS TODA LA REGIÓN

CONTEC
COMPROMETIDO CON
LOS SERVICIOS DE
EXCELENCIA LOGRA
LA CERTIFICACIÓN

TL 9000

CHL Contec Holdings, Ltd.
Camino Real a Toluca # 150 - Col. Bellavista Tacubaya - México, D.F.
Ventas: +52 (55) 52772720 ext 121 - Fax: +52 (55) 52728962
atencion@gocontec.com - dcaulleres@gocontec.com - www.gocontec.com

Presentamos el nuevo
Control Remoto
diseñado y fabricado
exclusivamente para
Cablevisión México

MOTOROLA **Pace** **technicolor** **CISCO Módems**

JORNADAS INTERNACIONALES 2011

28, 29 y 30 de Septiembre
Hilton Buenos Aires
Argentina

El gran encuentro anual que reúne a la industria del Cable de Argentina y Latinoamérica.
Las Jornadas son el ámbito propicio para conocer las últimas novedades del sector, visitar una completa exposición comercial y participar de conferencias técnicas y de interés general.



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

www.atvc.org.ar
54 11 4342 3362
54 11 4345 5074/5



www.cappsa.org
54 11 4374 6932
54 11 4374 6982



THE MOST WIDELY DEPLOYED
LOW COST HD SET-TOP BOX
IN LATIN AMERICA.

DC550D Tango

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

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



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



BRINGING TECHNOLOGY HOME
www.pace.com