

NUESTRAS PROTAGONISTAS
NO SE LA PASAN LLORANDO

POR ESO LA AUDIENCIA
NOS PREFERE



EL CANAL LATINO LÍDER
DE LA TV PAGA

telemundointernacional.com



TELEMUNDO
INTERNACIONAL

Mayo 2014 | Año 19 | # 230

40 años Spanish - English edition
Prensario
Internacional
www.prensario.net

Televisión • Plataformas Digitales • Licensing

VER LA TELEVISIÓN
ES COSA DEL PASADO



HOY ES TIEMPO
DE **VIVIR** LA TELE

#**SONYFÍCATE**

@CANAL_SONY | /CANALSONYLA | CANALSONY.COM

SONY ENTERTAINMENT TELEVISION IS A REGISTERED TRADEMARK OF SONY PICTURES ENTERTAINMENT INC.



Edición Canitec 2014,
en Acapulco

ATIM: Innovación
con GOSPELL



Informes: NCTA
APTC



Powerful and experienced technical team, professional and well-trained production team!
Finely craft and diligently work more than 20 years, try to realize our goal

NEVER DROP BEHIND, NEVER OFF LINE!

WDE Encoder Series

(H220/H420/H820/S820/WDE-4220B/WDE-8420)

- High-fidelity audio processing technology, support stereo output.
- Support MPTS and SPTS over IP, support edit PSU/SI.
- SPTS mode: up to 8 or 32 channels (optional).
- Adjustable rate output, operation flexibility.



Satellite Optical Transmitter (WT-2G600)

(WT-2G600)

- High performance DFB laser, the output optical wavelength can be ITU standard wavelength.
- Adopt multi-frequency pre-distortion technology, the RF drive total power is adaptive.
- 19" 1U standard rack, can be equipped with hot backup dual power modules (optional).



Satellite Optical Receiver

(WR-2G600R)

- Optical AGC function, full-GaAs MMIC amplification.
- Variable attenuator and equalizer, support Ethernet transponder.
- 19" 1U standard rack, LCD display on the front panel, can be equipped with hot backup dual power modules (optional).



CATV Optical Communication Platform (WOS-4000)

- 4U standard rack, hot backup dual power, support hot plug.
- Can be installed with 1 monitoring unit and 16 equipment modules at most.
- Equipment slot can automatically identify the module type; the cooling fan is intelligent temperature controlled.
- LCD status display, support Ethernet transponder and provide RS-232 communication interface.



Outdoor Modular Bidirectional Amplifier

(WA-1300-00-CEAM)

- Plug-in equalizer and attenuator, GaAs power doubler output.
- Two-channel independent output, modular cast aluminum waterproof shell.



Outdoor ultra-thin Bidirectional Building Amplifier

(WF-1100KLE-00)

- Plug-in equalizer and attenuator, low noise MMIC amplification + GaAs power doubler output.
- Two-channel splitter or tap output, ultra-thin cast aluminum waterproof shell.



Outdoor Bidirectional Optical Receiver (WR-1002JL)

- Intelligent optical AGC function, GaAs power doubler output.
- Variable attenuator and equalizer, nixie tube display, support Ethernet transponder.
- The return path can be equipped with RFOG burst mode return path components (optional), and add independent EOC signal insertion port.
- Two-way splitter or tap output, cast aluminum waterproof shell.



Outdoor Ultra-thin Modular Optical Node (WR-1004S JL-A-I / WR-1004S JL-A-II / WR-1004S JL-E)

- Intelligent optical AGC, GaAs or GaN power doubler output.
- Variable attenuator and equalizer, LCD screen status display, support Ethernet transponder.
- Two-way independent output or four-way splitter output, ultra-thin modular cast aluminum waterproof shell.
- Intelligent optical AGC, GaAs power doubler output.
- Variable attenuator and equalizer, LCD screen status display, support Ethernet transponder.
- Two-way independent output or four-way splitter output, ultra-thin modular cast aluminum waterproof shell.
- Intelligent optical AGC, GaAs power doubler output.
- Variable attenuator and equalizer, LCD screen status display, support Ethernet network management protocol.
- Two-way independent output or four-way splitter output, ultra-thin modular cast aluminum waterproof shell.



WR-1004S JL-A-I



WR-1004S JL-A-II

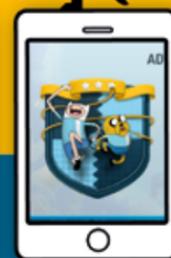
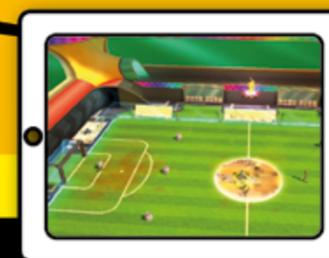
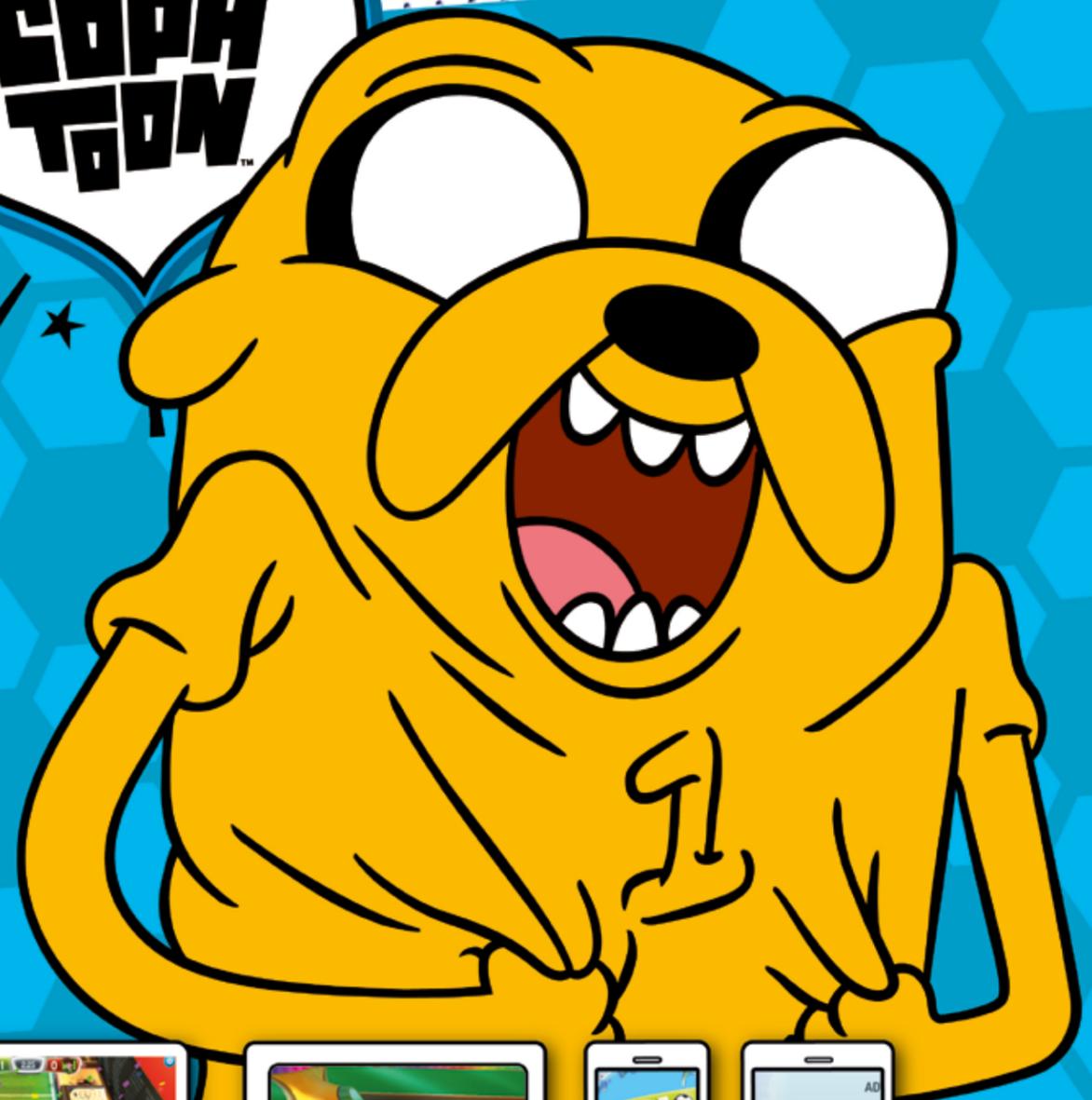


WR-1004S JL-E



LA FIEBRE MUNDIALISTA

INVADE LA WEB



EXPO CANITEC 2014, EVENTO DE ATIM Y NEXTV SUMMIT SOUTH AMERICA

PRENSARIO ofrece aquí su tradicional edición de la Expo Convención de Canitec, que como en 2013 se realiza en Acapulco, del 28 al 30 de mayo. Una vez más, hacemos el intento de reflejar la totalidad del mercado mexicano, con sus distintos jugadores ejemplo de fortaleza e inversión para la región. Por eso están las operaciones del **Grupo Televisa**, incluso con un artículo sobre la fusión de **Cablevisión** y **Cablemás**; **Sky** con otro reportaje a **Alex Penna** y sus 4 millones de suscriptores de **VeTV**. Está **Dish** siempre en el centro de la escena, **Telmex** con sus números de telefonía y banda ancha, **Megacable** con la visión de **Enrique Yamuni** y el **Grupo Hevi** con nuestro homenaje a **Héctor Vielma**, pionero de la industria recientemente fallecido. El crecimiento en México se ve también en la calidad de expositores de la Expo Canitec, con grandes empresas como **Alcatel Lucent** o **Huawei**, que habitualmente sólo se presentan en ferias de Estados Unidos.

Acapulco es una ciudad a la que la presidencia de Canitec de **Alejandro Puente** ha decidido volver a apoyar, dentro de su estrategia política que le ha dado tantos frutos a los cableoperadores como industria con voz propia. Así, contará nuevamente este año con el Presidente de la República **Enrique Peña Nieto**. México tiene el mérito de buscar mejorar todo el tiempo con su Reforma Constitucional en Telecomunicaciones y actividad de sus entes regulatorios, así que volvemos a tener aquí el informe central de mercado con todas las variables como suele hacer **Prensario**.

Una realidad de mercado que se ve en Canitec es la consolidación de los últimos años. Eso ha hecho que muchos cableros pequeños no asistan o que empresas que estaban destinados a atenderlos no expongan en la muestra. Sin embargo, se dice que todavía hay miles de cableros independientes en México. De ellos, 154 sistemas, operando en 20 estados, ya se reúnen en **ATIM (Asociación de Telecomunicaciones Independientes de México)** que aglutina **Salomón Padilla**. Ellos vuelven a tener su propia Expo en Ciudad de México. Será en el Hotel Sevilla el 22 y 23 de mayo. Para Prensario es muy útil acompañarlos y así abarcar a todo el mercado mexicano; es por eso que esta edición estará presente en el DF al igual que en Acapulco.

Finalmente, en la misma semana previa a Canitec se realiza el **20 y 21 de Mayo**, en el **Hotel Meliá Buenos Aires**, el **NexTV Summit South America** que organiza **Ariel Barlaro**, de Dataxis. Sus seminarios vuelven a tener charlas de avanzada acerca del futuro de la televisión, con grandes sistemas como **Cablevisión Argentina** o **VTR** de Chile, pero también dándole un lugar a las cooperativas argentinas, la telco estatal **Copaco** de Paraguay y quienes avanzan desde la telefonía, la OTT en general y hasta los Smart TVs. Estaremos allí también con **Prensario**, una vez más.



IN THIS ISSUE: CANITEC 2014, THE ATIM SHOW AND NEXTV SUMMIT LATIN AMERICA

As customary, this Prensario International edition covers the Canitec 2014 trade show, to be held once again—as in 2014—in Acapulco City on May 28-30, hosted by the Mexican Association of Cable Telecommunications companies.

The idea is to reflect, as accurately as possible, the dynamic essence of the Mexican pay television market, providing portraits of its major players and highlighting the strong investments that have turned it into the second-largest of the region.

The issue includes articles on the merger of Televisa's Cablevisión and Cablemás: an interview with Alex Penna, CEO at Sky; news about Dish Mexico, the market share of Telmex—not allowed to provide TV—regarding broadband and telephony; an interview with Enrique Yamuni, head at Megacable, and a recognition to Héctor Vielma, one of the founders of the industry, who recently passed away; his sons are now in charge of the company. It is also worth mentioning that Canitec will have as exhibitors large-scale equipment manufacturers Alcatel Lucent and Huawei, not usually available at trade shows within Latin America.

Mexico president Enrique Peña Nieto will be attending the trade show, as he did last year, as a confirmation of the relevant role of Canitec regarding Mexican communications. The presidential speech at the opening lunch ceremony has been for several years a showcase concerning the official telecommunications strategies, and it is expected this opportunity will not be an exception to the rule.

As most other markets around the world, Mexico has witnessed a consolidation process that has limited trade show participation, both on the attendee and exhibitor sides; part of these cable operators will be attending the ATIM convention in Mexico City, a week earlier to Canitec; ATIM stands for Asociación de Telecomunicaciones Independientes de Mexico, an entity headed by Salomón Padilla; Prensario is also distributing copies of this issue at the ATIM show on May 22-23.

Last but not least, there will be a third industry meeting in Buenos Aires, in this case the NexTV Latam South American Summit, organized by Dataxis regional head Ariel Barlaro and hosted at the Meliá Hotel in that city. This encounter features sessions focused on the future of television, with participants from large industry players such as Cablevisión Argentina and VTR Chile, Paraguayan State-controlled telco Copaco and companies entering the OTT, telephony and Smart TV fields. Prensario will be there, too.



DONDE TODO COMIENZA



MÉXICO: APAGÓN ANALÓGICO Y NUEVAS CADENAS DE TV, LAS INCÓGNITAS DEL FUTURO

En tanto la industria de la TV paga en México ha estado creciendo a buen ritmo en los últimos años, el futuro de su TV abierta y la función que tendrá dentro del esquema integral de telecomunicaciones serán seguramente temas a discutir en la Expo Convención de Canitec a realizarse este mes en la ciudad de Acapulco.

México es actualmente, en TV paga, el segundo mercado en importancia en América Latina, con Brasil llevando la ventaja de su mayor población pero teniendo una penetración ligeramente inferior a la mexicana. Las perspectivas de crecimiento son positivas, con una expansión en el orden de 11% anual y avances paralelos en la penetración de Internet, un rubro tan importante como el video para los cableoperadores en la actualidad.

Con respecto a la telefonía fija, donde el cable ha ido ganando posiciones, existe todavía un margen importante de aumento de penetración, en tanto en otros mercados del mundo la cantidad de líneas fijas ha ido en declive en los últimos años, debido al avance de la telefonía celular; otro factor a considerar es la creciente tendencia a utilizar el Wi-Fi para telecomunicaciones, para lo cual los cableoperadores deberán trabajar en

forma asociada para permitir a sus usuarios el acceso a los servicios en forma independiente del lugar donde se encuentren.

Con todo, más que los desafíos macroeconómicos, la temática actual pasa por la conversión de la televisión analógica a digital, que tiene una fecha fija --el 31 de diciembre de 2015-- pese a la necesidad de una gran inversión de recursos por parte tanto del Estado, para subsidiar el paso a TV digital de los hogares de escasos recursos (que algunos estiman en la mitad del total) como de las emisoras, que deberán renovarse tecnológicamente y asegurarse de la cobertura eficaz de su zona de influencia, probablemente con la instalación de nuevas torres y antenas en aquellas zonas donde la libre recepción no esté garantizada.

El Estado mexicano ha asignado a la TV paga la tarea de mantener conectados a todos quienes ya tienen contratado el servicio, sea por cable, microondas --una tecnología donde la TV de paga está siendo desalojada-- o satélite; en las comunicaciones oficiales, quienes tengan TV paga no accederán al subsidio, sea éste un decodificador --como se hizo en Tijuana, Baja California-- o un receptor completo de TV digital, como parece estar

siendo planificado en la actualidad. Irónicamente, esta estrategia gubernamental, de aplicarse a todo el país, serviría para fidelizar a los 13,5 millones de suscriptores a TV paga, ya que muchos de ellos, de 'cortar el cable', quedarían sin ver TV de aire al no tener un receptor con sintonizador de TV digital.

El otro tema dominante en la actualidad es la licitación de dos nuevas



Enrique Peña Nieto, presidente de México

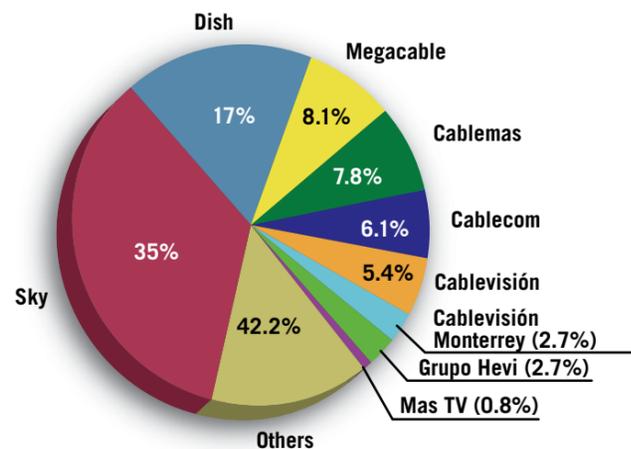


Gabriel Contreras Saldivar, presidente del IFT

cadena de TV digital de alcance nacional convocada por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) con desenlace anunciado para marzo de 2015, donde se conocerán el o los adjudicatarios. Este proceso se verá necesariamente afectado si ocurre alguna demora en el tratamiento de las denominadas 'leyes secundarias' que reglamentarán la Reforma Constitucional en Telecomunicaciones aprobada por el Congreso a fines del año pasado. También sufrirá si se demora el proceso de 'apagón analógico' a nivel total, ya que las nuevas cadenas tendrán valor sólo si las actuales pasan a transmitir también sólo en digital, lo cual obligaría a la audiencia actual a migrar a la nueva tecnología. La experiencia con canales sólo digitales en un entorno donde tienen que competir con canales analógicos por la audiencia, no ha sido satisfactoria en ningún ejemplo conocido.

El IFT ha publicado estimaciones acerca de la inversión a realizar, que estimó en 360 millones de dólares para cada cadena, y la cuota de mercado publicitario que las nuevas

MÉXICO: MARKET SHARE DE TV PAGA, POR OPERADORES (OCTUBRE 2013)



Fuente: Empresas/Private Advisor

TNT GO

OFRECE A TUS CLIENTES TNTGO

LA NUEVA PLATAFORMA PARA DISFRUTAR DEL MEJOR CONTENIDO DE TNT CUANDO QUIERAS Y COMO QUIERAS.

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / CARIBE
Luis Bolo@turner.com
Tel. (52 55) 6089 6272

COLOMBIA / VENEZUELA / ECUADOR / CHILE / BOLIVIA / PERÚ
Gustavo Minaker@turner.com
Tel. (56 2) 367 2200

ARGENTINA / URUGUAY / PARAGUAY
Juan Balassanian@turner.com
Carlos Cordaro@turner.com
Tel. (54 11) 4318 3100

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



**OTRA
PRIMERA
VEZ.**



[f/TCMLA](#) [@TCMLA](#) [TCMLA.COM](#)

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

COLOMBIA / VENEZUELA / CHILE / BOLIVIA / PERÚ / ECUADOR

ARGENTINA / URUGUAY / PARAGUAY

BRASIL

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

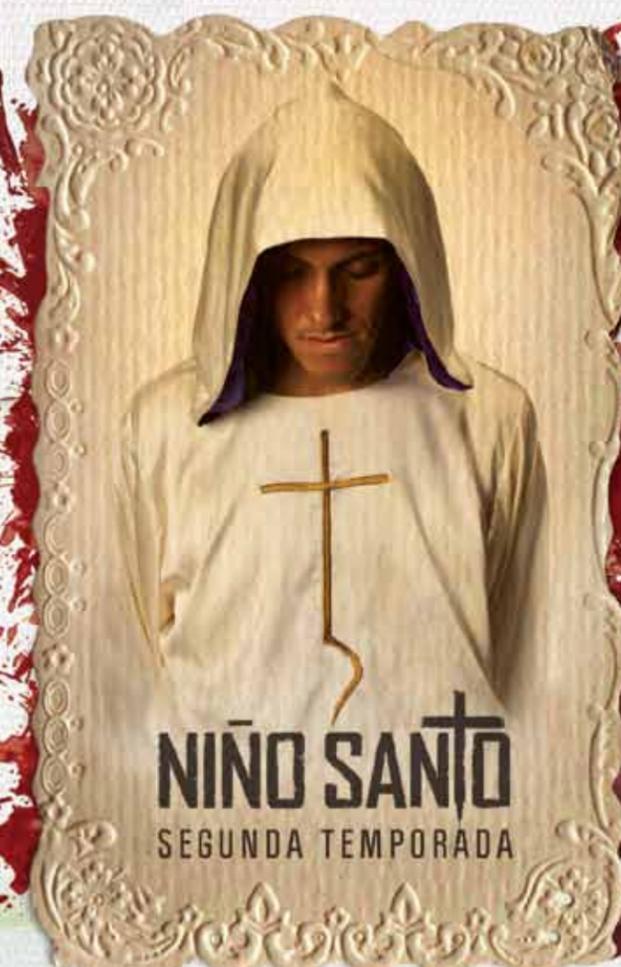
Gustavo.Minaker@turner.com
Tel: (56-2) 367-2200

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

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



LLEGAN COMO PACIENTES, VUELVEN COMO DEVOTOS.



NIÑO SANTO
SEGUNDA TEMPORADA

MARTES 22 HS.



[f/ISATCHANNEL](#) [@ISATCHANNEL](#) ISAT.TV

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

COLOMBIA / VENEZUELA / CHILE / BOLIVIA / PERÚ / ECUADOR

ARGENTINA / URUGUAY / PARAGUAY

BRASIL

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

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

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

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



Carlos Slim, de América Móvil

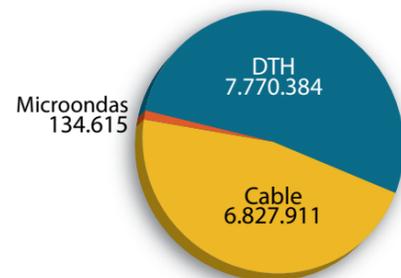


Emilio Azcárraga Jean, director general

cadena podrían alcanzar en cinco años, que considero puede llegar a 8,5%. Dado que el mercado publicitario para la TV mexicana está actualmente en el orden de los 40.000 millones de pesos (unos 3.000 millones de dólares) por año, suponiendo para los próximos cinco años un crecimiento total de 25% y que la relación peso mexicano-dólar se mantenga constante, esto daría para cada una de las nuevas redes una facturación bruta estimada en 319 millones de dólares, con la cual parece difícil pagar los costos operativos, programación y amortizar la deuda y capital invertidos, que podrían ser sustancialmente superiores a lo estimado por el IFT.

Si bien la industria de la TV paga es relativamente independiente de los avatares de la TV abierta, no estará ajena a la regulación establecida por la nueva reglamentación a los actores 'preponderantes' en telecomunicaciones, hasta ahora definidos como América Móvil (Telcel y Telmex) en telecomunicaciones y Televisa en TV abierta. Los afectados han iniciado acciones de amparo contra estas definiciones, por lo cual es probable que la cuestión llegue a la Corte Suprema, como ha sucedido en las épocas de Cofetel con una serie de decisiones sobre temas de interco-

MÉXICO: SUSCRIPTORES DE TV PAGA POR TECNOLOGÍA (DICIEMBRE 2013)



Fuente: IFT

nexión entre las telcos. Entre las obligaciones creadas para Televisa por la nueva situación están la obligación de entregar gratuitamente las señales de los canales de aire que cubran más del 50% del mercado --esto también comprende a TV Azteca-- y compartir su infraestructura, lo cual bajaría los costos de las nuevas cadenas de ser aceptado por las

empresas alcanzadas por la definición de 'preponderancia'.

NETFLIX, OTT

Otro tema que los cableoperadores deberán considerar cada vez con mayor cuidado es el crecimiento de las empresas que ofrecen contenidos por Internet, como Netflix y las propias telcos. Este mercado está aún limitado por el escaso ancho de banda disponible a través de la mayoría de las conexiones de Internet, pero esta restricción irá desapareciendo en la medida en que aumente la velocidad de acceso a la Red.

Esto plantea una situación singular para los cableoperadores que ofrecen acceso a Internet: ese acceso puede ser utilizado por

TENDENCIAS Y EVOLUCIÓN DEL MERCADO MEXICANO

En tanto, al igual que en el resto del mundo, sigue la tendencia a la concentración de mercados, que es producto de la necesidad de creciente inversión en infraestructura. México exhibe el crecimiento de entidades como ATIM, la Asociación de Telecomunicaciones Independientes, con alrededor de 65 socios y el propósito de negociar en forma conjunta con los proveedores de programación. Por otro lado, Televisa retiró las señales de la tradicional PCTV de sus parrillas casi en coincidencia con lanzamiento del streaming online anunciado para sus canales por la organización comandada por Julio Di-Bella.

Televisa tiene pendiente de aprobación oficial la compra de Cablecom, empresa tradicionalmente conducida por Ernesto Tinajero --ahora retirado de la actividad-- que primero vendió parte de su paquete accionario al financista David Martínez, quien también controla el 40% de Cablevisión en Argentina, para luego querer entrar la empresa comandada por Emilio Azcárraga Jean.

Entre los jugadores de primera línea, siguen avanzando Megacable, con 1,3 millones de suscriptores (lo que la mantiene como la empresa individual de mayor dimensión; Televisa la supera considerando varias empresas) y Grupo Hevi, comandada por los hijos de Héctor Vielma, recientemente fallecido pionero de la industria.

En el campo del OTT, Televisa lanzó Veo para competir con América Móvil, Netflix y otros servicios que procuran captar la creciente demanda de contenidos por demanda (VOD); esta percepción de interés del público ha generado un movimiento intenso, aunque en este campo Ricardo Salinas Pliego, titular de TV Azteca, decidió cerrar su propuesta Totalmovie, una señal de que, como toda otra actividad, la TV paga tiene sus problemas. En cambio, Salinas está avanzando en Colombia, donde finaliza la construcción de una red de fibra óptica de alcance nacional licitada por el gobierno de ese país, y ha recibido una licencia de TV paga para competir en ese mercado. El empresario es también candidato a construir una red de fibra óptica en Perú, igualmente licitada por el gobierno de ese país.

En lo que respecta a Carlos Slim, su futura presencia en televisión --sea abierta o de paga-- sigue siendo una incógnita. Podría presentarse a la licitación de las nuevas cadenas de TV pero sigue vigente la prohibición de Telmex, parte del grupo América Móvil, hasta que se cumplan requisitos de interconexión y de interoperabilidad. Por otro lado, el Ing. Slim está adquiriendo derechos de transmisión de equipos mexicanos de fútbol y certámenes deportivos internacionales, lo cual confirma su permanente interés en la TV, sea abierta o por suscripción.

NO SEA UNA SOLA FUENTE
El Todo Nueveo EB1s de Multilink



CATV
Fuente de Alimentación



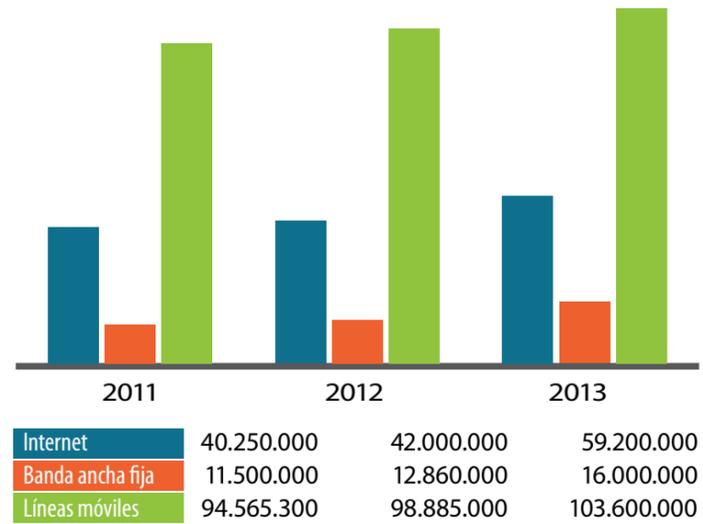
Contacto Para Nuevo Catalogo
Hugh Quinones
Tel: (954) 499-9203
Cell: (305) 684-2388
Email: hquinones@gomultilink.com



sus clientes para bajar contenidos, en lugar de acceder a ellos a través de la oferta de video del mismo cableoperador. En Estados Unidos, la FCC abandonó el concepto de “neutralidad” de la red y admite ahora “vías rápidas”, por las cuales un proveedor de contenidos podrá negociar con el dueño de la red de transmisión que su producto sea entregado a mayor velocidad que otros. Ya en febrero pasado, Netflix firmó un convenio con Comcast, el mayor sistema de cable de la Unión Americana, para “acelerar” el tránsito de su programación por las redes de Comcast.

En definitiva, esto marca un paso adicional hacia los cableoperadores priorizando su papel como ‘redes de telecomunicaciones’ por encima del de ‘proveedores de televisión’. Hay países como Chile que han definido por ley la “neutralidad” de las redes, de modo que habrá que estar alertas a la tendencia y analizar con cuidado la legislación que se esté tramitando en cada país.

MÉXICO: ACCESOS A INTERNET Y TELEFONÍA MÓVIL (DICIEMBRE 2013)



Fuente: Oficina de estadísticas nacionales, IDC, Cisco Systems

AGENDA CANITEC 2014

LUNES 26

16:00 – 20:00
REGISTRO EXPOSITORES
LOBBY SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

MARTES 27

09:00 – 19:00
REGISTRO EXPOSITORES
LOBBY SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

19:00 – 23:00

CENA DE BIENVENIDA
INVITA CABLEMAS

MIÉRCOLES 28

09:00 – 19:00
REGISTRO A EXPOSICIÓN
LOBBY SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

13:30 – 16:00

COMIDA DE INAUGURACIÓN
SALÓN B
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

16:00 – 16:15

CORTE DE LISTÓN Y RECORRIDO
PRESIDENCIAL
SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

16:15 – 19:00

APERTURA DE EXPOSICIÓN
SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

17:00 – 19:00

TALLERES
SES AMERICOM
HUAWEI

20:00 – 01:30

FIESTA TELEVISIVA
SALÓN A

JUEVES 29

09:00 – 19:00
REGISTRO A EXPOSICIÓN
LOBBY SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

09:00 – 14:30

CONFERENCIAS Y PANELES

09:00 – 11:30

DESAYUNO DE ACOMPAÑANTES
BANYAN TREE
INVITA CANAL GOURMET

12:00 – 20:00

EXPOSICIÓN
SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

14:30 – 15:30

COMIDA DE CONVENCIONISTAS
RESTAURANTE SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

15:00 – 16:00

COMIDA DE EXPOSITORES
RESTAURANTE SALA A
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

16:00 – 18:00

TALLERES
CISCO
AURORA

VIERNES 30

09:00 – 16:00
REGISTRO A EXPOSICIÓN

LOBBY SALA EXPO 2

EXPO DE MUNDO IMPERIAL

09:00 – 12:00

CONFERENCIAS Y PANELES

12:00 – 17:00

EXPOSICIÓN
SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

14:30 – 15:30

COMIDA DE CONVENCIONISTAS
RESTAURANTE SALA 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

15:00 – 16:00

COMIDA DE EXPOSITORES
RESTAURANTE SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL

17:00 – 18:00

COCTEL DE CLAUSURA
SALA EXPO 2
EXPO DE MUNDO IMPERIAL



Nos mueve la misma pasión

Discovery
turbo

Contacto: Arnoldo Adame - Director Regional de Ventas de Afiliados
Av. Paseo de las Palmas 425-701 - Col. Lomas de Chapultepec, México DF - Tel +52 (55) 52498850

**TODO LO MEJOR DE
MIXED MARTIAL ARTS Y EL BOXEO INTERNACIONAL
ESTÁ AQUÍ.**



**COMIENZA EL COMBATE.
HAZTE FUERTE.**

SKY: CONTENIDO EXCLUSIVO Y NUEVOS SERVICIOS DE VANGUARDIA

6 MILLONES DE SUSCRIPTORES, 4 MILLONES EN VeTV

Como es habitual para esta época del año, PRENSARIO platicó con el presidente de Sky México, Alex Penna, acerca del crecimiento sostenido del operador de DTH, manteniendo su lugar entre los más destacados de Latinoamérica. La empresa terminó el 2013 con más de 6 millones de suscriptores, superando al total del año anterior en 860.000 abonados, lo que lo llevó a consolidar su participación de mercado por encima del 40% dentro de la TV de paga en México.

Además, es año mundialista y, una vez más, es el único sistema de TV de paga que va a transmitir los 64 partidos, 24 de ellos en exclusiva. El objetivo de Sky es seguir enfocado en incrementar los contenidos exclusivos. 'Añadimos la Liga Inglesa, hemos estado transmitiendo de manera exclusiva todos los partidos y estamos sumando otros más. Seguimos nuestra estrategia de todos esos años de ofrecer los mejores contenidos en TV de paga y de manera exclusiva', expresó Alex Penna.

SIGUE EL ÉXITO DEL PREPAGO VeTV

Uno de los factores fundamentales del crecimiento sostenido es el sistema de prepago VeTV, cuyos suscriptores podrán disfrutar también de esos 64 partidos. Según el ejecutivo, el segmento del VeTV 'estaba desatendido cuando empezamos con el producto en 2009', y ha resultado 'súper exitoso por la combinación del buen producto a precio económico y con la faci-

dad del prepago'. Actualmente, esta modalidad de servicio cuenta con más de 4 millones de suscriptores.

SKY SUPER PLUS EN LOS DVR

Otro aspecto a resaltar es el tecnológico, pues Sky sigue evolucionando en ese sentido. 'En mayo lanzaremos un servicio de "Home Media Center" que bautizaremos como Sky Super Plus, que permitirá a los suscriptores con DVR duplicar la capacidad de disco, que actualmente tiene 500 Mbps, para sus grabaciones'.

Como parte del nuevo mecanismo, todo el contenido que se grabe en el disco duro del DVR estará disponible para todos los decodificadores de la casa. 'Así, desde cualquier televisor se puede pausar, adelantar, retrasar y grabar los programas, que quedará almacenado en el disco duro del DVR principal', añadió Penna.

Este "Home Media Center" además, no estará limitado a diferencia del actual, que sólo permite acceder a dos señales y se debe estar sintonizando una de ellas para poder grabar. 'Ahora se podrá grabar con hasta seis canales en simultáneo. Es un gran producto para impulsar más todavía nuestro servicio de HD', auguró Penna. El objetivo inicial será su propia base de suscriptores Premium.

Para el presidente de Sky, el HD va apenas caminando. 'El HD debería sustituir al SD en algunos años, pero para que eso suceda, toda la oferta de canales deberá estar en alta definición, lo que aún no ocurre. Sky ya tiene muchas de sus señales principales en HD pero la gran diferencia es el número de horas que transmitimos en exclusiva'.

De cara al futuro, comentó que la oferta para 4K 'aún no es tan amplia'; 'Sky migrará para allá en un futuro pero llevará tiempo'. Primero desarrolla la tecnología, después los



Alex Penna, presidente de Sky México



dispositivos, que toman tiempo por los costos, luego la producción de esos contenidos y finalmente su distribución.

BLUE TO GO EN TV EVERYWHERE

Otro servicio de Sky es el Blue to Go TV Video Everywhere, que lanzó a fines del año pasado y permite a sus suscriptores acceder a los contenidos en vivo y otros grabados por medio de Internet. 'Este producto está teniendo excelente aceptación con nuestros suscriptores porque está disponible en vivo o como VOD. 'De esta manera también vamos sumando día a día nuevos suscriptores', afirmó.

'Creemos que podemos seguir siendo exitosos enfocándonos en nuestra fortaleza con el video. Por eso estamos expandiendo nuestros servicios con distribución en dispositivos móviles. Vemos un mercado donde habita el triple y cuádruple play, pero hemos encontrado la manera de estar con nuestro principal atributo, que es ser el mejor prestador de servicio de video en México y Centroamérica y lo seguimos logrando con crecimiento año tras año', completó Alex Penna a PRENSARIO.

CENTROAMÉRICA Y DOMINICANA

Sobre los mercados de Centroamérica y República Dominicana, donde Sky supera los 200.000 abonados, Alex Penna señaló que 'siguen creciendo' aunque la competencia es 'mayor y más complicada' a causa de la piratería que dificulta el crecimiento. 'Dominicana es un mercado muy competido, en el que Claro entró con precios muy bajos. Sin embargo, Sky continúa con una participación sostenida y la base de suscriptores se mantiene sólida en la región', añadió.



where Christiane Amanpour goes to tell the world's stories



go there



donde Fernando del Rincón va para profundizar en los hechos



allá vamos

TELEvisa AVANZA EN TELECOMUNICACIONES

EL GRUPO ADECUA Y POTENCIA SUS OPERACIONES PARA EL FUTURO

El grupo **Televisa** de **Emilio Azcárraga**, secundado por **Pepe Bastón**, sigue avanzando con determinación en llevar sus diferentes iniciativas e inversiones en operación de TV paga y telecomunicaciones a un siguiente nivel de integración. Espera que su futura operación esté capacitada para competir con **Telmex** y las demás telefónicas, DTHs regionales y también los diferentes OTTs, entre ellos **Netflix**. Esto, en el escenario competitivo futuro tanto de la República Mexicana como a nivel regional. Si bien esto no se concretó todavía en operaciones de cable, sí ha avanzado con su participación en **Sky México** —ver reportaje en esta edición de PRENSARIO— y puede hacerlo en el futuro.

A nivel local, Azcárraga anunció un plan específico para telecomunicaciones, con base en las operaciones existentes: **Cablevisión**, **Cablemás**, **Cablevisión Monterrey** y la telco **Bestel**, considerando que ‘el potencial para crecer es muy atractivo’, de acuerdo a lo citado por Milenio. Se integrarán telefonía fija y móvil además de Internet y video, teniendo entre sus metas lograr por lo menos el 20% de participación en el mercado mexicano. Por otro lado, se está a la espera de la autorización de la compra de **Cablecom** por parte de las autoridades regulatorias.

El 31 de marzo, las cifras de suscriptores de las diferentes empresas a excepción de Bestel (ver cuadro aparte), destacan más de 2,5 millones de abonados de video. Con esto ya competiría en liderazgo con **Megacable** de **Enrique Yamuni**, empresa con la cual participa —junto con Telefónica— en un consorcio para la explotación de un par de fibra óptica de la red de la CFE. Hay también cerca de 1,8 millones de suscriptores de banda ancha, actividad que seguirá creciendo a dos dígitos en los próximos años, y poco menos de un millón de telefonía fija. No se informaron en la oportunidad los datos del Cuádruple Play

de Cablevisión, que es incipiente.

CAMPAÑAS EN CONJUNTO

Televisa nombró a **Adolfo Lagos** para coordinar las actividades e iniciativas entre las diferentes empresas del grupo. Habrá un trabajo sistemático para lanzar productos en forma simultánea, potenciar las campañas de publicidad, ahorrar costos e intercambiar información, en una gran reestructuración del grupo y de cada miembro.

Ejemplos del año último han sido la promoción del Triple Play con la cual los usuarios se llevaban tablets con sólo adquirir un servicio adicional. Ahora se sigue con una campaña de 3x2, también de Triple Play, la campaña del Mundial de Fútbol y la instalación de **Veo** como marca del OTT del grupo, que incluso tendrá ventajas respecto a Netflix como el Catch-Up TV durante tres días.

NUEVA OPERACIÓN NACIONAL CABLEVISIÓN-CABLEMÁS

Entre los siguientes pasos figura la fusión de Cablevisión de la Ciudad de México con Cablemás, resultando en una operación verdaderamente nacional, con más de 2 millones de suscriptores de video, 1,5 millones de banda ancha y casi 800.000 de telefonía fija. Esta vanguardia pasa además por las inversiones que ha hecho en su historia reciente Cablevisión con la dirección general de **Jean Paul Broc**, primero para digitalizar el 100% de su red en Ciudad de México, proceso que llevó cerca de tres años, y luego su reconversión para hacerla toda bidireccional en un lapso similar. Así, hoy así su infraestructura es de las mejores de Latinoamérica, siendo de los primeros en VOD y otros servicios de valor agregado.

Podría resultar difícil terminar de compati-



Jean Paul Broc, Adolfo Lagos y Alejandro Fuentes

lizar las coordenadas tecnológicas con Cablemás, que en cambio avanzó más rápidamente en integraciones innovadoras en tecnología DVB, y sus cajas ya eran compatibles con Internet. Las mejoras de su red con más velocidad se instrumentaron en Docsis 3.0. En materia de cajas, Cablemás apostaba a terminar el año pasado con cerca de 400.000 cajas que pudieran soportar HD y VOD para ponerse a tono. Llevará algo más de tiempo homogeneizar sus cerca de 1,2 millones de suscriptores de video con los 863.000 de Cablevisión, si bien hay muchos ejemplos de operaciones que han avanzado con diferentes tecnologías a lo largo de su red.

EXPANSIÓN

El informe a inversores correspondiente al primer trimestre 2014 presentado por Televisa señala que ha habido un ‘crecimiento sólido’ en ventas netas consolidadas (9,0%) y utilidad de los segmentos operativos (7,1%), con un crecimiento de 4,6% en ingresos en concepto de ‘contenidos’ pese a la aplicación de las disposiciones *must-offer*. El segmento de telecomunicaciones creció un 15% anual, con el agregado de 133 mil unidades generadoras de ingresos: se denomina así a los nuevos suscriptores o a los suscriptores existentes que agregan un nuevo servicio a los que ya tenían contratados.

Con respecto a Univisión, el informe señala que las regalías obtenidas de la cadena de televisión latina estadounidense aumentaron en 13%, otra demostración del sólido crecimiento de ese mercado, en el que Televisa tiene depositadas fuertes expectativas.

Con respecto a infraestructura, en la reunión con inversores se explicó se han invertido más de 5 mil millones de dólares en los últimos seis años y que la red alcanza una extensión de 93 mil kilómetros, siendo la segunda del país.

SUSCRIPTORES DE SUBSIDIARIAS DE TELEvisa EN CABLE Y TELECOMUNICACIONES AL 31 DE MARZO DE 2014

1T14	Cablevisión	Cablemás	TVI	Total
Video	863.641	1.195.801	459.288	2.518.730
Datos	684.965	743.753	321.680	1.750.398
Voz	419.272	362.891	160.716	942.879
RGUs	1.967.878	2.302.445	941.684	5.212.007

Fuente: Reporte financiero Grupo Televisa (1T14)



TVI MONTERREY: CRECIMIENTO EN TODOS LOS SERVICIOS

GRAN APUESTA A LA INNOVACIÓN Y A SINERGIAS CON GRUPO TELEVISIVA



‘En el último año se llevó a cabo una importante reestructuración interna en la empresa, lo que le permitió crecer en todos los servicios’, señaló a Prensario **René Bortoni**, director general de TVI de Monterrey.

‘El mayor crecimiento fue en el servicio de internet en un 27% en el mercado masivo, y en 25% en el mercado empresarial, siendo Monterrey una plaza fuerte en el segmento de medianas y grandes empresas, quienes contribuyen cada vez más a los ingresos totales de TVI.

Los servicios de televisión y telefonía tuvieron también una evolución positiva; especialmente en el último trimestre del 2013, ‘una tendencia que hemos sostenido en 2014 y, al cierre del primer trimestre superamos los 460.000 suscriptores de televisión, los 320.000 de internet y los 160.000 de telefonía’, señaló Bortoni.

INNOVACIÓN Y SERVICIOS

Dentro de las prioridades de este año para TVI, el ejecutivo destacó la innovación y mejora en la calidad de servicio al cliente, sin olvidar la vocación de crecimiento en la base de suscriptores.

‘En cuanto a innovación es importante destacar lo que haremos en VOD, donde estamos desarrollando una nueva interfaz de usuario que enriquecerá significativamente la experiencia de ver televisión. En la ciudad de Monterrey tenemos un proyecto muy importante de fibra óptica directa a la casa y el lanzamiento del nuevo servicio **Ve** que permitirá ver la televisión desde cualquier

lugar y desde múltiples dispositivos’, completó.

Sobre el servicio al cliente, expresó: ‘Estamos muy de la mano con operaciones para mejorar la experiencia en sucursales y seguir disminuyendo la tasa de Churn, donde estamos con mejores niveles que el año pasado’.

‘Otra prioridad es incrementar la base de suscriptores residenciales en cerca de un 20% y en el mercado empresarial, podría ser de hasta un 50% con menores costos, servicios diferenciados, un pequeño conmutador, servicios en la nube, servicio de call center y velocidades aún más altas para internet’.

ÉXITO DE LA CAMPAÑA DE TABLETS

Respecto a las campañas recientes, la promoción más exitosa fue con las tablets para empujar la venta de Triple Play. Cualquier cliente que contratara un nuevo servicio se llevaba una. En este momento, con la promoción 3x2, se ofrece que los clientes paguen dos servicios (Televisión e Internet) y por 3 meses la Telefonía no cuesta nada.

Este año, TVI Monterrey lanzó también la campaña de altas velocidades, con hasta 300 Megas de velocidad, frente a 200 que ofrece el competidor más cercano, con vistas a la campaña del Mundial de Fútbol y para esa nueva interfaz de usuario.

SINERGIAS CON GRUPO TELEVISIVA

René Bortoni habló también de las cada vez mayores iniciativas en conjunto: ‘El año pasado ya tuvimos mucha interacción y cercanía dentro de la coordinación general que establece **Adolfo Lagos**. Hemos trabajado en disminuir

costos, planes comunes para ciertos puestos y compartimos experiencias e información tecnológica. Ahora homologamos algunas ofertas con el grupo y haremos lanzamientos simultáneos mediante sinergias publicitarias. La tecnología de catch up del OTT de Veo ofrecerá la programación virtualmente en simultáneo, una clara diferencia contra **Netflix**’.

GRAN OFERTA DE HD

‘En HD ofrecemos 70 canales, 43 canales más que nuestro competidor más cercano, lo que impulsó un crecimiento superior al proyectado; se trata sin duda de un atributo muy importante, pues cada vez hay más televisores que soportan HD’.

‘En paquetes Premium estamos a punto de lanzar el servicio VOD de **HBO Max** y **Moviesty** que sumado al rediseño de la interfaz de usuario potencializa la oferta y redefine la experiencia de ver televisión’, completó.

EXPECTATIVA DE MERCADO

‘Tenemos mucha competencia en Monterrey, pero también en Matamoros y Reynosa, ciudades que nos presentan el reto adicional de la inseguridad, los canales al aire y competidores locales. Es así que en estas ciudades fronterizas incluimos llamadas sin costo al Valle de Texas. Particularmente, en Matamoros acabamos de lanzar la oferta de televisión y telefonía digital. En el caso de Saltillo también hicimos el cierre análogo para que todo sea digital. Del total de la red de 12 ciudades sólo queda una parte análoga muy pequeña’.

Bortoni finalizó compartiendo su visión sobre el mercado mexicano, del que expresó: ‘Hay un buen ritmo de crecimiento, demanda de los productos para acceder a las nuevas tecnologías e interés por la programación; al tiempo que a lo largo del país se destinan más recursos a servicios de comunicación. Hay mayor competitividad y un nivel de exigencia superior del consumidor. Estamos encaminados a atender eso trabajando enfocados en innovación y servicio al cliente. Independientemente de la incertidumbre legal nosotros estamos enfocados en operar y preparados para la competencia’.

REALIZA, ENTREVISTAS, CONFIDENCIAS, ACCESO DIRECTO Y EXCLUSIVO A SUS CELEBRIDADES FAVORITAS

500 HORAS DE PRODUCCIÓN ORIGINAL
INSPIRADO EN ¡HOLA! LA REVISTA DE MAYOR
RELEVANCIA EN EL MUNDO DEL ENTRETENIMIENTO



¡HOLA! TV

Ventas Afiliados:

LATAM - Carlos Boshell: cboshell@mbanetworks.tv (T): + 571 642 0079

US Hispanic - Fernanda Merodio: feranda.merodio@imaginausa.com (T): + 1 305 856 6198

¡HOLA! TV - 7291 NW 74TH ST, MIAMI, FL 33166



@holatv



holatvamerica



Enrique Yamuni

ENRIQUE YAMUNI, MEGACABLE: 'INTERNET ES EL MEDIO DEL FUTURO'

'La industria del cable en México está pasando por un buen momento, sobre todo en telecomunicaciones. Internet es el medio del futuro', manifestó el **Ing. Enrique Yamuni**, director general de **Megacable**, a **PRENSARIO**.

'Es una gran oportunidad para lanzar mejores servicios a mejores precios, tarea que hemos encarado y que creemos que, con las leyes secundarias de la Reforma en Telecomunicaciones, permitirán mejorar la oferta no sólo en acceso a Internet sino también en el OTT para contenidos que permitirá verlos en toda la gama de dispositivos'.

'El negocio tradicional de la TV lineal no se va a agotar por esta nueva tendencia, desde que ambas son complementarias. Esta situación puede durar de 15 a 20 años porque hay una nueva generación de jóvenes que utiliza los dispositivos móviles pero también están las personas de mayor edad, que mantienen su preferencias'.

LEYES SECUNDARIAS

'Creemos que las "leyes secundarias" van a ser una buena oportunidad porque nosotros no somos "preponderantes" en ninguno de los rubros de la industria y podemos seguir desarrollando opciones', comentó Yamuni.

'De todos modos, en este momento no sabemos todavía si las "leyes secundarias" van a pasar tal como están o si se les introducirán modificaciones en las atribuciones del Gobierno sobre Internet, que algunos consideran son violatorias de la libertad de expresión. La intención pudiera ser buena en cuanto a tener una mejor herramienta para controlar la situación de inseguridad que se presenta no sólo en México sino en todo el mundo, pero estas herramientas se podrían convertir en recursos del Estado contra la libertad de expresión. No hay que hacer cosas malas que parezcan buenas, como tampoco hacer cosas buenas que parezcan malas', añadió.

'En tanto creemos que el año 2014 va a ser bueno, el 2015 pudiera ser mejor aún porque allí se verían con más claridad las innovaciones resultantes de la Reforma. Las perspectivas incitan al optimismo'.

'Consideramos además que entre el 80% y el 85% de los clientes de Megacable estarán digitalizados hacia fin de año, con un cese total de los canales analógicos en las principales ciudades, quedando algo de TV analógica en algunas localidades pequeñas. Esto nos permitirá ofrecer VOD, canales premium, OTT y acceso a Internet a todos los suscriptores

digitalizados, y los precios irán bajando en la medida en que sean adoptados los paquetes con múltiples servicios', completó el ejecutivo.

TELEFONÍA FIJA Y MÓVIL

'Nuestra penetración en telefonía digital sigue aumentando porque, a diferencia tal vez de otros países, en México no se nota una sustitución de teléfonos fijos por móviles porque la utilización es diferente. El teléfono fijo es de uso familiar, en tanto el móvil es esencialmente individual'.

'Estamos avanzando con la instalación de plataformas IMS de nueva generación que permitirá integrar a través de Internet los dos tipos de teléfono, con lo cual podremos recibir mensajes cortos en el teléfono fijo, vía Wi-Fi o 3G. Las listas de números telefónicos de los contactos podrán ser compartidas, lo cual ayudará a mejorar bastante los servicios que no presta el teléfono fijo y se podrá, por ejemplo, recibir con un móvil en un centro comercial una llamada destinada al teléfono fijo en la casa'.

LA RED DE LA CFE

'En lo que a nosotros respecta, somos parte de un consorcio con **Telefónica** y **Televisa** que tiene una concesión de 20 años, renovable, para utilizar un par de fibras de la red de la CFE. Esto nos ha sido de mucha utilidad para mejorar los servicios de telecomunicaciones de larga distancia; actualmente estamos utilizando el 18% de la capacidad que, con la tecnología hoy disponible, le toca a Megacable'.

'La red de la CFE no es para el menudeo, sólo para *carriers*. Además, cada uno de los

participantes del consorcio comercializa su servicio por separado, de modo que los usuarios tienen tres ofertas a su disposición, además de la de **Telmex**. Si el gobierno utiliza la red para que la utilicen nuevos competidores, me parece importante que esta oferta se oriente hacia las regiones del país donde hay una sola oferta, la de **Telmex**, y no por menos cuatro'.

'Las tarifas de transporte de datos han bajado mucho cuando hay competencia, de modo que en la actualidad el precio de entrada no está dado por el costo de transporte de la información sino por la necesidad de instalar equipamiento. Lo que cuesta comprar e instalar el equipamiento es lo que hoy más define los costos en telecomunicaciones'.

NETFLIX

'En tanto consideramos que Netflix es competencia pero no estamos preocupados por ella desde que los mercados son complementarios, lo que sí nos preocupa es que sentimos que el terreno para competir no está parejo. Nosotros pagamos 17% de IVA y 3% de impuesto a las telecomunicaciones, en tanto Netflix no paga impuestos; por lo tanto, a igualdad de otros factores, desde el comienzo estamos 20% más caros; esto no se me hace correcto. Ellos no tienen empleados ni infraestructura, no pagan impuestos ni aportan nada, no crean empleos; por lo tanto, en este sentido estamos en des-

MEGACABLE: PRIMER TRIMESTRE 2014

Durante el primer trimestre de 2014, **Megacable** obtuvo ingresos por 2.696 millones de pesos (207,27 millones de dólares), con un crecimiento de 12% respecto al mismo trimestre del año anterior.

Entre marzo 2013 y marzo 2014 sumó 37.000 suscriptores en video, 81.000 en Internet y 37.000 en telefonía, totalizando 2.180.621 suscriptores en video, 1.032.007 en Internet y 614.497 en telefonía. En Internet creció 19% en los primeros tres meses del 2014 respecto al año anterior, con adiciones netas de más de 162.000 suscriptores.

Megacable sigue expandiendo su red de cable de fibra óptica y coaxial, que abarca casi 48.000 kilómetros y pasa por más de 6,6 millones

de casas, alcanzando ahora un porcentaje de bidireccionalidad de 98%. Además, aumentó en un 40% su capacidad de transporte de datos de Internet, afianzando una mejor calidad del servicio.

El proyecto de digitalización sigue avanzando, consiguiendo este trimestre la adición de 34.000 suscriptores, lo que representa un 3% de crecimiento en comparación con el cuarto trimestre del año anterior, colocando en el mercado 1,6 millones de cajas digitales al cierre del trimestre.

Megacable tendrá en HD la Copa Mundial de Brasil lo cual se espera contribuirá en los ingresos y ARPU del segmento de video. Se transmitirán 40 partidos de fútbol en total, apuntando a



Sigue nuestra ruta para llegar a tus abonados



chellolatinamerica.com

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

IFT ANALIZA RELACIÓN DE DISH CON TELMEX

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) de México debe resolver, tras analizar la documentación existente, si la relación comercial entre **Telmex**, propiedad de **América Móvil**, y **Dish México**, sociedad de **MVS** con Dish de Estados Unidos, consiste en un acuerdo de venta y cobranza o uno de involucramiento de la telco de Carlos Slim en una operación de TV paga.

En conferencia de prensa, el presidente ejecutivo de América Móvil, **Daniel Hajj**, manifestó que la relación entre ambas empresas es 'sólo un contrato de facturación'. La intervención del IFT obedece a que el **Grupo Salinas** denunció que, además del convenio sobre venta de servicios y facturación, se fijaron acuerdos de posibilidad de compra de Dish por parte de Telmex en caso de que ésta sea autorizada a participar en TV (lo cual impide su actual título de concesión) y cláusulas de rescisión de dichos acuerdos.

La polémica alrededor de Dish volvió a cobrar preponderancia con la Reforma en Telecomunicaciones promulgada el año pasado, por la cual se establecieron los regímenes de *must-carry* y *must-offer*, que reemplazaron al esquema regulatorio

anterior, por el cual las emisoras de aire debían autorizar expresamente que sus canales fueran retransmitidos por los sistemas de TV paga y, en consecuencia, podían requerir un pago o directamente negarse a autorizar la retransmisión, según su propio criterio. El *must-carry* y el *must-offer* se aplican a aquellas señales de aire que cubran 50% o más de la población, con excepción del caso en que el operador de TV paga sea considerado 'preponderante', lo cual no se da en el caso de Dish y, de hecho, no ha sido aplicado a la TV paga por las autoridades regulatorias.

CONCESIÓN ÚNICA EN TELECOMUNICACIONES

Mientras se espera la determinación respecto de la relación entre ambas empresas, el ente regulador prepara los requisitos, términos y condiciones para el otorgamiento de 'concesiones únicas' para TV paga, telefonía, Internet y otros servicios.

El otorgamiento de 'concesiones únicas' aparece condicionado a la resolución de los casos de las empresas consideradas 'preponderantes' por el IFT en cada uno de los rubros considerados. De acuerdo



al diario El Universal, hasta ahora son considerados 'preponderantes' **Televisa** así como **América Móvil**, **Telmex**, **Telcel**, **Grupo Carso** e **Inbursa**, pertenecientes al grupo controlado por Carlos Slim. Dado que estas situaciones se han judicializado y probablemente lleguen a la Corte Suprema, no se espera su solución a corto plazo.

El otorgamiento de licencias para dos nuevas cadenas de TV digital también aparece relacionado con este tema, desde que la prensa local insiste en que Carlos Slim podría estar interesado en entrar en ellas pese a la desmentida en su momento del propio Slim. Para otros analistas, el Ing. Slim estaría interesado en TV paga y no en TV abierta, en la misma línea de las especulaciones sobre su relación con Dish.

La 'concesión única' existe en países como Brasil, donde fue instalada a partir de la Ley SeAC de 'servicios de acceso condicionado', hace tres años, y en Perú, donde se emite la 'licencia única'. En Brasil, las empresas de distribución de contenidos no pueden estar involucradas en su producción.

CATV3PLAY

Empresa dedicada al desarrollo de proyectos y distribución de equipamiento de alta tecnología para televisión por cable y redes ópticas de Telecomunicaciones.

SERVICIOS

- Reparación
- Asesoría
- Diseño

VENTA DE EQUIPOS

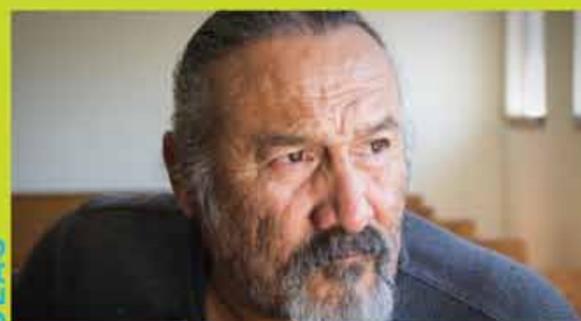
- Activos
- Pasivos
- Fibra óptica
- Cable coaxial
- Herramientas

CIRCUITO PARQUE INDUSTRIAL 449 CD. INDUSTRIAL MORELIA MICHOACAN MEXICO C.P. 58200

www.tripleplay.mx

sundance CHANNEL

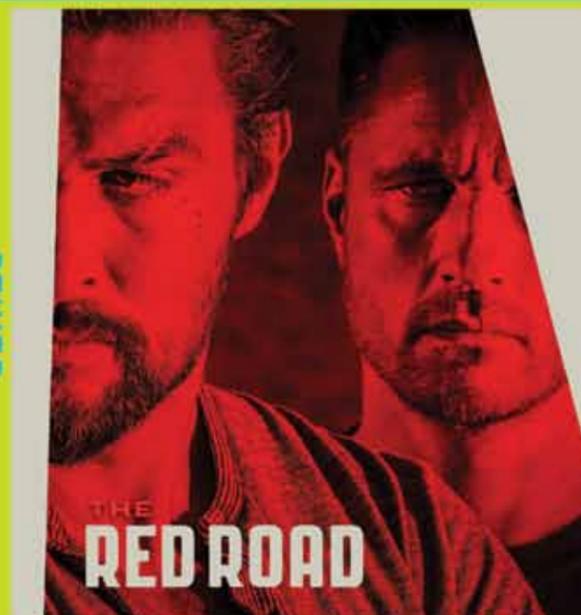
PELÍCULAS | SERIES | FESTIVALES Y EVENTOS



PELÍCULAS



SERIES



www.sundancechannel.la



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

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

EL LEGADO DE HÉCTOR VIELMA EN EL GRUPO HEVI

La pérdida que tuvo este año el sector las telecomunicaciones por cable en México y Latinoamérica fue la de **Héctor Vielma**, fundador del **Grupo Hevi** y uno de los pioneros clave de todos los procesos que aún hoy ocurren en nuestro negocio. Su legado continúa totalmente activo en una empresa muy exitosa que se ha mantenido independiente y vanguardista en toda esta etapa de consolidación progresiva del mercado mexicano. Lo hace a través de sus hijos, con los que **PRENSARIO** pudo conversar para destacar el mensaje que mantienen vigente.

INGENIERO AUTODIDACTA

‘Algo que no muchos no saben es que nuestro padre se recibió en Economía en la Universidad Autónoma de Nuevo León, y que fue ingeniero pero autodidacta; el “Tío Pancho” sí era ingeniero y le enseñó unas bases con las que el siguió estudiando y avanzando. Quería quedarse en Monterrey, pero las empresas no le daban chances porque venía de una escuela pública. Así se fue a la Ciudad de México, una sociedad más abierta, y empezó a trabajar en **Banamex** como analista económico y escribió en una revista de economía. Pero en un mes escribió lo de todo el año y se aburría, pues siempre le gustó la acción y no quedarse en palabras.

Fue así como comenzó en la industria: lo contrataron en **Cablevisión** de México a finales de los años 60’s. CV sólo tenía cobertura en Colonia del Valle y un paquete de 3 o 4 señales. Como director de mercadotecnia, tuvo la iniciativa de organizar pago por evento en peleas de box para generar contenido y suscriptores.

Allí vio la gran oportunidad que había y con el conocimiento de ingeniería que ya tenía puso en 1973 una empresa para construir operaciones llave en mano, anticipándose al concepto que estuvo tan en boga tiempo después. Veía una oportunidad en tal población y le ponía desde la oficina y el headend hasta contratar los primeros empleados. Todavía era en Ciudad de México y luego vinieron las devaluaciones, donde no se sabía nunca lo que iba a pasar; no fue fácil el comienzo. Ahora México tiene 20 años de estabilidad y a nuestra generación no nos tocó vivir lo que a ellos’, enfatizaron.



Héctor Vielma Valdivia

FILA DE 10 CUADRAS

Continuaron: ‘A medida que empezó a crecer el patrimonio ya tuvo sus propias concesiones. Las pidió en ciudades que todavía eran pueblos, y que no tenían acceso a la televisión abierta, rodeados de montañas. El primer **Telecable** en Puerto Ballarta en 1976 fue el caso más claro pues cuando comenzó nadie tenía televisión y nadie vendía televisores. Al partir era un concepto nuevo, la gente estaba emocionada y cuando empezó a vender se formó una fila de 10 cuadras. Los muebleros se le acercaron para hacer promociones con la venta de televisores e hicieron fortunas. Ahí nuestra familia se mudó a Guadalajara, pues era mucho más cómodo para llegar a las operaciones’.

EL CABLE UNIÓ AL PAÍS

‘Nuestro padre estaba muy consciente del impacto que tuvo el cable en la sociedad, que creemos no ha sido reconocido en la literatura y la historia de la educación pública. Lo decimos por todos los pioneros, no sólo por el, pues el cable unificó la cultura y a todos los pueblos. En las ciudades todos tenían acceso a la televisión y la cultura, pero fuera de los estados principales, sólo tenían a la radio, no venían el **Canal 2** ni las televisiones públicas ni privadas que hubieron, sin las noticias ni los mensajes presidenciales. Homogeneizó la cultura.

Mi padre lo vivió pues operaba sus negocios y vio como la gente estaba ávida de los mismos contenidos que se podían ver en las ciudades. La fundación de **PCTV**, a la que él se sumó poco después de iniciada, tenía mucho sentido pues toda la industria estaba muy fragmentada. Servía a los compradores pero también a los programadores para no ir a ver a los 800 operadores. Así podían venderle más barato al bajar costos y todos se beneficiaban. Ahora no siempre se lo ve así, pero **PCTV** permitió

el crecimiento de la industria’.

LA OPORTUNIDAD CONTINÚA

‘Siempre tuvo muy claro y no tuvo empacho en decirnos que si hoy tienes si eres, pero si no haces hoy, mañana dejarás de ser, sobre que la urgencia del trabajo es de todos los días. Creo que también nos sirvió mucho que nos recordara y explicara siempre de donde venía. Se puede ser lo que quieras --en términos normales-- si trabajas y te esfuerzas con un poco de suerte. Es lo que ahora nos mueve’, expresaron.

‘Dejó al **Grupo Hevi** con una estructura financiera súper sana, tenemos un baúl que nos da recursos para hacer muchas cosas que queremos hacer, y la verdad que eso se logró mucho por mi papá. Ya enfermo que no podía venir a la oficina, preguntaba y estaba en todos los temas’.

‘La empresa es muy exitosa pero el mercado cambia, como la tecnología y los hábitos de consumo. No podemos echarnos en la hamaca. Lo que vemos como empresa, es una gran oportunidad de crecer en forma orgánica en los mismos mercados donde ya operamos en internet y tv de paga. El mercado es más complejo, pero parte de lo que mi papá veía como oportunidad sigue hoy, pues gran parte de esos mercados siguen desatendidos’.

OTRA VEZ A LA VANGUARDIA CON OTT

Concluyeron: ‘Ahora estamos saliendo con **Nagra** como **Prime Integrator** para servicios de OTT y Video Digital. Va a ser híbrido de QAM IP y el servicio lo lanzaríamos este año en múltiples pantallas. Creemos que lo que vamos a lanzar será superior a todo lo que hay en el mercado, incluso el nuevo lanzamiento de **Axtel** o lo que hizo **Totalplay**’. Para esta misma plataforma han hecho acuerdos recientes con **RGB Networks**, **Broadpeak** y

SER SUSTENTABLE TAMBIÉN ES UN BUEN NEGOCIO



MARTES
SUSTENTABLES
EN MAYO
8:00PM

EL ENTRETENIMIENTO REAL SE ENCUENTRA EN LOS NEGOCIOS.

WOBIV TV

wobi.com/tv



América Latina: Alejo Idoyaga • amolina@wobi.com • +(52) 55 5002.3215
México: David Peredo • dperedo@wobi.com • +(52) 55 5002.3250
Cono Sur: Sabrina A. Capurro • sabrina.capurro@speedy.com.ar • +(5411)-4642-7397

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

ATIM: EXPO PROPIA EN EL HOTEL SEVILLA EL 21 Y 22 DE MAYO

YA COMPRAN PROGRAMACIÓN EN CONJUNTO Y AVANZAN CON DIGITALIZACIÓN

Un soplo de aire fresco para el mercado mexicano es la ATIM, Asociación de Telecomunicaciones Independientes de México, que representa **Salomón Padilla**. Finalmente y desde hace algunos años, los pequeños operadores de zonas rurales se están organizando de manera moderna, pues ya digitalizan cabeceras con la solución revolucionaria de **Gospell** y empiezan a comprar programación en conjunto. Por ahora lo hacen por 100.000 suscriptores con 65 de sus socios y la perspectiva de crecimiento es grande de sumar en el mediano plazo a 1.000 de los 3.000 operadores independientes que hay en la República Mexicana.

EXPO CONVENCION EN CIUDAD DE MEXICO

Por tercera vez, la ATIM tendrá su propia Expo una semana antes a Canitec y en el DF. Es el 21 y 22 de mayo en el Hotel Sevilla Palace. En esta ocasión será bien temática, con foco en las telecomunicaciones rurales y sociales. 'Queremos escuchar y hablar sobre algunos puntos y las posibilidades a nivel social de nuestras empresas', manifestó Padilla. A la fecha, están invitados el presidente de **Ifetel**, el Director de **Televisión Educativa** y **Notimex**, así como la **SAGARPA**, que tendrán stands.

'Tendremos 30 o 40 proveedores, llegando a duplicar lo del año pasado, con algunos proveedores de contenido importantes como **MVS**, **TV Española**, **Turner** Todavía pueden resolver algunos como **MTV** (Viacom) y seguimos en negociaciones con **Discovery** o **Disney**. y va creciendo el interés con **Gospell**.

EN 200 PLAZAS

Agrega Padilla: 'Algo que queremos puntualizar con las autoridades, sobre todo las que son nuevas, es que sumen nuestra cobertura a sus planes sociales, pues damos mucha televisión local y sólo la mitad de los socios puede dar internet no por falta de tecnología en nuestras plazas, sino por la falta de acceso a los derechos de vías de los estados y federación. Si con esos planes podemos dar más y mejores servicios, todos ganamos. Llevamos muchos años trabajando para que nos consideren parte integral de

la solución.

Estamos en 200 plazas y nuestra cobertura ha crecido sustancialmente con lo que le ha sucedido a lo otros y la situación de la Reforma de Telecomunicaciones. Lo bueno es que hemos podido sumar a los nuevos asociados sin perder a los anteriores ni nuestra identidad de empresas suburbanas y rurales. Las grandes ciudades ya están cubiertas, nosotros somos otro nicho.

El que más suscriptores tiene es 20.000 suscriptores, pero el promedio de nuestros socios es 1000. Es bueno tener más grandes pero no indispensable. De los 3000 independientes que hay en todo México, nosotros cubrimos 100 y otras 1000 podrían sumarse con las mismas características'.

PROGRAMACIÓN EN CONJUNTO

ATIM empezó con cinco socios y entre sus logros hasta ahora fue hacer notar, ante la industria y el estado mexicano, a estas empresas pequeñas dentro de los gigantes de telecomunicaciones que hay en México.

Otro logro, destaca Salomón, es que les hayan empezado a vender los grandes programadores como **Fox**, **Discovery** y **Disney** que se negaban a hacerlo en virtud de los riesgos que tenían con sus principales compradores y finalmente accedió. 'El siguiente paso es que nos den precios competitivos y ya hemos platicado con algunos proveedores de eso. El más abierto de los grandes es **MVS** con el que ya tenemos un pre-acuerdo. También con **Comarex** estamos muy avanzados para su canal de **Agrotendencias**, que es muy adecuado para nosotros'.

'Vale aclarar que si un socio no paga, es la asociación la que se hace responsable, y el asociado negocia con nosotros. El problema es más político de aceptarnos frente a los grandes y a Canitec. Pero conforme vaya avanzando el tema, los proveedores internacionales se darán cuenta que tienen sólo dos clientes, y no tendría sentido tener una oficina en México. Les ha costado mucho entender la lógica de los pequeños, pero ahora si están realizando un



Salomón Padilla

trabajo de venta que no habían hecho'.

EL PLAN DE DIGITALIZACIÓN, AHORA TAMBIÉN CON STB

El Plan de digitalización, que presentamos el año pasado en **Prensario**, ha ido caminando poco a poco. Ya son digitales 18 socios, se espera completar los 30 arreglados inicialmente este año y seguir con el resto el próximo año.

'Ya vimos como funciona el autofinanciamiento de las cabeceras con los proveedores entre los cuales el mas avanzado es **Gospell** y ahora buscaremos completarlo con las STB para todas esas cabeceras'. Lo más novedoso es que están tratando que la empresa de China lo apoye con un arrendamiento financiero y que les renueve las cajas cada tres años. Es un sistema básico de tandas y esperan que lo de **Gospell** de rentar en lugar de vender marque tendencia. No se hizo nunca en Latinoamérica.

REFORMA DE LA LEY E INTERNET

Completa **Salomón Padilla**: 'Creemos que la reforma y las leyes accesorias necesitan mucha certidumbre jurídica para los que invierten. Esperamos que el Congreso estudie el tema y de en el clavo para poder seguir prestando servicios.

No hay que olvidar que sólo damos internet la mitad de los socios, pues el resto no tenemos acceso. Eso no cambió con la fibra de la CFE y la única forma que ocurra es que el gobierno nos libere la vía. Podríamos llegar a los hoteles, tirar la fibra que falte y sería una solución' pero para ello necesitamos que el Estado nos vea como aliado y no como enemigo o competencia.

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

AX HD
TV
100% ADRENALINA



INTI
NETWORK
HD

El primer canal
Holístico
en Español.

Una Experiencia

TOTAL
para el desarrollo del
CUERPO, la mente
y el *Espíritu.*

Contacto en Estados Unidos:

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

Contacto en América Latina:

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

ALTERNA' TV

MÉXICO: PCTV COMPLETÓ EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA A MPEG 4

REPORTAJE A JULIO DI-BELLA

‘El 31 de marzo pusimos en marcha el Telepuerto MPEG 4 de PCTV en México, lo cual nos ha puesto a la vanguardia tecnológica, y así hemos pr omo delntro dely a usuarios del pae Mn la televisi aspectos t u otra et total en funcionmmiernto nos ha permitido finalizar conácticamente completado la migración de MPEG 2 a 4’, dijo a PRENSARIO **Julio Di Bella**, personalidad de larga trayectoria en la televisión abierta y de paga en México, y titular de PCTV, empresa propiedad de los cableoperadores de México que distribuye programación y ofrece servicios a sus afiliados y a usuarios tanto dentro del país como del exterior.

‘Es un telepuerto con Control de Acceso Condicionado (CAS) y plataforma de Cisco, y su puesta total en funcionamiento nos ha permitido finalizar con la “doble iluminación” --envío de señales técnicamente diferentes, para aquellos sistemas que en la etapa inicial o en la final de la transición-- a esa fecha’, añadió.

Esta gran inversión estuvo orientada en incrementar la eficiencia del ancho de banda y poner en marcha el HD, lo que constituye ‘un proyecto estratégico que iniciaremos este año’. Explicó que comenzará con la conversión de las señales TVC y TVC Deportes: ‘es un proyecto largo pero ya con la nueva transformación estaremos avanzando’.

‘El tema del telepuerto fue algo que queríamos lograr desde hace tiempo y logramos

hacer la conversión, nunca se apagó el servicio para los demás sistemas. El personal técnico y de ingeniería lo logró sin poner en riesgo la operación y todo se realizó con alta calidad’, completó.

‘Fueron más de 1100 ciudades donde repartieron sus codificadores y 29 señales son las que están siendo transportadas a través del nuevo Telepuerto que los pone a la vanguardia y los llena de orgullo al ampliar y eficientar el ancho de banda se vuelve de última generación y con posibilidades de dar cabida a sus canales de HD de manera inmediata.

En este sentido, el ejecutivo señaló que se han logrado ‘las metas propuestas’ cumpliendo con los tiempos estimados de puesta en marcha del telepuerto que representó la conversión y renovación de la plataforma tecnológica. Esto, sumado a la ‘selección oportuna de los contenidos y la transformación de la imagen de los canales’, ha generado que desde hace cinco años PCTV se consolide como una empresa ‘totalmente rentable y sana’.

Expresó: ‘Recuperamos la confianza de los clientes y los programadores y la fortalecimos, hoy tenemos una estrecha relación con ellos’. Este año, también llevó a su revista **Cable Guía** a migrar a formato digital, y reestructuró varias áreas de servicios a la producción, mercadotecnia e ingeniería.

Para completar la parte tecnológica, mencionó la nueva flotilla de cinco unidades móviles de vanguardia que ya están en funcionamiento, con tecnología ‘de última generación’.

PRODUCCIÓN Y CONTENIDOS

‘En producción de contenidos, TVC Networks ha continuado con la realización de “enlatados” en HD para su distribución multiplataforma, específicamente para mercados de la Unión Americana y América Latina’.



Nuevo telepuerto satelital de PCTV

DTV & OTT

Solución llave en mano para sistemas CATV, MMDS y TDT

- Cabecera
- STB
- Transmisor
- Software
- Acceso Interactivo



Av. Patria #3489
residencial tapatío
Tlaquepaque Jalisco
Mexico C.P: 45588
Tel: +52 33 38607059
ventas@gospell.mx

Av. De las granjas #239
Jardin Azpeitia
Azcapotzalco DF
Mexico C.P: 02530
Tel: +52 55 65505768
www.gospell.mx



TELMEX: 22,3 MILLONES DE ACCESOS FIJOS EN EL PRIMER TRIMESTRE

América Móvil publicó sus resultados financieros para el primer trimestre del año, donde su operación de Internet y telefonía fija, **Telmex**, finalizó con 22,311 millones de accesos, mostrando una diferencia 0,2% menor respecto al año anterior. La operación de telefonía móvil, **Telcel**, finalizó con 73,3 millones de suscriptores mostrando un crecimiento del 3%.

Los ingresos del trimestre fueron de 67.800 millones de pesos (USD 5.221 millones), con un incremento de 4,1% en los ingresos de servicios móviles respecto al trimestre del año anterior y de los ingresos de línea fija en 0,8%. En ambas plataformas, los ingresos por servicios 'exhibieron su mejor desempeño en varios trimestres', indica la empresa.

AMÉRICA MÓVIL: INGRESOS DE SERVICIOS 1T14 EN TODOS LOS PAÍSES



En marzo el ente regulador de México, Ifetel, emitió una resolución mediante la cual determinaba la preponderancia económica de los grupos económicos Inbursa y Carso, del que forman parte América Móvil y sus subsidiarias Telmex y Telcel. Por esto, se impusieron medidas de carácter asimétrico. Según informa el grupo en su reporte trimestral, las medidas incluyen la imposición de tarifas de interconexión asimétricas, la regulación del tráfico on-net, la compartición de infraestructura pasiva, la desagregación de la red local, servicios mayoristas de arrendamiento de enlaces dedicados, la eliminación de los cargos de roaming nacional, el acceso de operadores de redes móviles virtuales a sus servicios, regulación de la calidad del servicio y ciertos requisitos de información.

AGENTE ECONÓMICO "PREPONDERANTE"

El Grupo de Carlos Slim interpuso recursos de amparo contra la resolución de Ifetel, por considerar que ninguna de ellas puede ser declarada preponderante en telecomunicaciones porque 'carecen de una concesión en dicha materia'. En abril, el Poder Judicial de México dio lugar al amparo.

AMÉRICA MÓVIL: ACCESOS DE LÍNEAS FIJAS (MARZO 2014)

País	Miles				
	Mar'14	Dic'13	Var.%	Mar'13	Var.%
México	22,311	22,452	-0.6%	22,346	-0.2%
Brasil	33,597	32,683	2.8%	29,680	13.2%
Colombia	4,932	4,749	3.9%	4,333	13.8%
Ecuador	322	311	3.8%	261	23.3%
Perú	1,091	1,032	5.8%	894	22.1%
Argentina, Paraguay y Uruguay	568	548	3.7%	452	25.7%
Chile	1,200	1,167	2.9%	1,120	7.2%
América Central y El Caribe	6,633	6,504	2.0%	6,210	6.8%
TOTAL	70,655	69,445	1.7%	65,295	8.2%

* Incluye Telefonía Fija, Banda Ancha y Televisión incluyendo DTH

Fuente: América Móvil

TANTA HISTORIA NO CABÍA EN UN SOLO CANAL.



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

PROFUNDIZAR MÁS
EXPLORAR MÁS
CONOCER MÁS
ENTENDER MÁS

Distribuido por



www.tuhistory.com/h2



MUCHA MÁS HISTORIA

25 TRANSFORMANDO AÑOS Y EDIFICANDO FAMILIAS

Nuestras señales son sin costo
Te proporcionamos los receptores en comodato

¡COMUNÍCATE CON NOSOTROS EN LAS OFICINAS DE TU PAÍS!

CONTACTO EN MÉXICO
gerardog@enlace.org
(33) 36 34 3433

www.enlace.org
www.enlacejuvenil.tv

TELEvisa NETWORKS: NUEVA MULTIPLATAFORMA DIGITAL PARA TELEHIT

ADEMÁS, LANZA NUEVO REALITY CON LA UFC



Bruce Boren y Guillermo del Bosque en el evento de Telehit

Televisa Networks anunció novedades para sus señales, incluyendo el lanzamiento de una plataforma digital para Telehit, y el estreno de la nueva temporada del reality *The Ultimate Fighter Latinoamérica* que se estrena en julio por UFC Network.

A partir del 28 de abril, Telehit integra bajo una imagen renovada sus contenidos digitales en un nuevo sitio web, con transmisión de contenido en vivo y producciones del canal exclusivas para esta plataforma.

Bruce Boren, presidente de Televisa Networks, señaló durante la presentación que Telehit 'es una las señales más añejas y con mayor trayectoria' de la empresa y completó: 'No sólo es una señal sino también un estilo de vida, una revista y es Internet'. Hoy, el canal se ve en 52 países y sigue creciendo con su apuesta al HD.

'Telehit lleva 21 años reinventándose y esta vez no es la excepción; nuevos contenidos y nuevo talento se integran en una gran meta-

morfosis. Es un nuevo proceso que llevamos a cabo en complemento con las redes sociales, que muestran un gran número de seguidores', completó Boren.

Por su parte, Guillermo del Bosque, director y productor general de la señal, manifestó que estos cambios 'se adaptan perfectamente al estilo de vida de sus millones de seguidores y televidentes llegando más allá de la pantalla'. Añadió: 'En esta nueva etapa la interactividad, los contenidos exclusivos en redes sociales, y la presentación del nuevo portal reforzarán más la marca'.

Completó Del Bosque: 'Buscamos siempre estar a la vanguardia. Creemos que adaptarnos a los cambios de la era digital y multimedia es clave en nuestra imagen y contenidos y estamos contentos con esta renovación y la llegada de nuevos rostros que seguramente tendrán un buen recibimiento por parte del público, como ha sucedido con nuestro talento a lo largo de estos 21 años de historia'.

Junto con este lanzamiento, Telehit presentará nuevos contenidos y figuras para sus programas. Entre ellos, anunció el estreno de *Tres tristes tigres*, *Perra al aire...* con Yoss, *Top pop* con Bárbara Islas, *Top rock* con Poncho Maciel, y *El show de MARGARA FRANCISCA*.

UFC NETWORK

Televisa y la UFC cerraron un acuerdo para la producción de la nueva temporada del reality *The Ultimate Fighter Latinoamérica*, que se verá en TV abierta por Canal 5 y en TV paga por UFC Network para toda la región a partir de julio.

José Bastón, presidente de Televisión y Contenidos de Televisa, manifestó que tienen 'expectativas muy altas' con este nuevo ciclo que 'vuelve a unir la experiencia y capacidad de ambas empresas para realizar un proyecto exitoso'.

Además, remarcó el 'ex-



José "Pepe" Bastón, en la presentación de UFC

celente desempeño' del canal UFC Network, que desde el año pasado se transmite a nivel pan-regional por Televisa Networks y subrayó que las artes marciales mixtas 'es uno de los nuevos deportes con mayor índice de crecimiento y es muy importante poder ofrecerlo a la audiencias'.

En la presentación también estuvo Dana White, presidente de UFC, quien afirmó



UFC: Caín Velásquez y Fabricio Werdum serán los entrenadores

que Latinoamérica 'es una región en la que están trabajando arduamente para desarrollar contenidos, ya que existe gran talento y potencial'. Y añadió: 'Sabemos que los aficionados en México y en toda América Latina van a apoyarlos al 100% y llegará a crecer tanto como en Brasil'.

El reality tiene la participación de dos atletas de alto rendimiento de artes marciales mixtas, el mexicano-estadounidense y campeón Caín Velásquez, y el brasileño Fabricio Werdum, quienes desde el 12 serán los entrenadores de los competidores de la nueva temporada de *The Ultimate Fighting Championship*. El show comenzará a transmitirse en agosto y culminará el 15 de noviembre con la pelea por el título del Campeonato del UFC 180 en la Arena Ciudad de México, en



Boren y del Bosque con los talentos de Telehit

✓ 20 AÑOS



PRESENTAMOS UN NUEVO VENUS. TOTALMENTE RENOVADO. MEJOR CALIDAD DE IMAGEN. 1000 TÍTULOS AL AÑO. MÁS DE 25 ESTRENOS MENSUALES. MÁS ACCIÓN. MÁS Y NUEVAS CATEGORÍAS. 100% HARDCORE. UN CLÁSICO DEL CINE ADULTO. VENUS, TE ENCIENDE.

HOTPACK

ACCESO GRATIS
HOTGO
www.hotgo.tv

PLAYBOYTV HD VENUS SEXXTREME PRIVATE PENTHOUSE

FOX: GRANDES LOGROS EN MÉXICO

‘Entre lo más importante que ha sido logrado en los últimos tiempos, la integración 100% de **Moviecity** nos está permitiendo mejorar los contenidos internos, las ventanas y reforzar las estructuras’.

Lorenzo Orozco Valdés, SVP & General Manager de **Fox International Channels** en México señaló con entusiasmo que ‘también ha sido importante el desarrollo de nuestra estrategia digital, tenemos contenido lineal

y no-lineal, con un portal completo autenticado vía web y compatible con centenares de dispositivos móviles, entre ellos los Android y Windows, las consolas de juegos y los Smart TVs, lo cual permite abrir ante los suscriptores de los sistemas de TV paga un nuevo universo de entretenimiento donde viajan con la “fantasía de la no-linealidad” y ya no existe más el “me lo perdí”. Vuelves a vivir todo esto, y estamos en un mismo



Carlos Martínez, Lorenzo Orozco Valdés, Fernando Iturriaga y Fernando Gualda, de Fox

concepto premium’.

Destacó igualmente la evolución de canales como **Fox Life**, que ha integrado **Utilísima**, y **MundoFox**, ‘donde identificamos, reconocemos y enseñamos al mundo el talento latinoamericano. También está muy fuerte **Fox Sports**, donde, además de completar la integración de marca al 100%, hemos avanzado de promover el deporte dentro de México a promover el deporte mexicano en el resto del mundo’.

Orozco Valdés destacó como ejemplo la transmisión del partido de fútbol entre los equipos de León y América, que coincidió, el 12 de diciembre pasado, con el día de la Virgen de Guadalupe. ‘El extraordinario nivel de audiencia logrado ha sido un reconocimiento del público y, globalmente, la transmisión se pasó en países como Japón, Australia y Rusia, con un total potencial de 500 millones de personas. En **Fox Sports** estamos también importando entretenimiento deportivo, como un programa con **Demián Bichir**’.

En relación a **NatGeo**, ‘tuvimos un lanzamiento muy importante con **Cosmos**, la serie que sigue la línea de lo hecho hace décadas por Carl Sagan en pro de las ciencias del conocimiento y la educación; **Cosmos** se emite en 45 idiomas y 65 países, habiéndose convertido en todo un acontecimiento mundial y dándonos récords de rating, como lo logrado con León-América’.

‘También hemos logrado acontecimientos como el regreso de Bárbara Mori a la televisión, con **Dos Lunas**, y el de Carlos Espejel, otra figura importante del cine y la televisión, y nos gusta mucho la interactividad, cuando logramos que el espectador se involucre con lo que se presentamos en la pantalla. Nuestra filosofía es que los espectadores son aficionados, no clientes, y queremos que sean fanáticos de Fox, un concepto apoyado en la frase *Brands with Fans*, que nos caracteriza’.

Espectaculares imágenes en todas partes

Cuando hablamos de multipantalla, no hablamos de una tecnología, sino de una experiencia.

Cambiamos la forma en que el mundo mira la televisión
Sensacional calidad de video, funcionamiento impecable, variedad de opciones. Harmonic hace realidad esa experiencia mediante una solución integral multipantalla de eficacia demostrada. Compatible, probada y en uso. A escala, no en un laboratorio. Tal vez no vea nuestro nombre; pero la experiencia le indicará que nosotros la respaldamos.

● ● ● Obtenga más información en harmonicinc.com/multiscreen

©2014 Harmonic Inc. Todos los derechos reservados en todo el mundo.

Disney LUCASFILM

ÚNETE A LA REBELIÓN

STAR WARS REBELS

MUY PRONTO POR

Disney XD

HBO Go, EL CONTENIDO ORIGINAL COMO DIFERENCIAL

Dionne Bermúdez, encargada de HBO Go para HBO Latin America, describió a PENSARIO las principales características del servicio lanzado oficialmente en 2012 para América Latina: 'Comenzamos a desarrollar el proyecto a fines de 2010 y trabajamos para poder generar un servicio que busca dar un salto de calidad y, por medio de la firma de varios acuerdos con diversos operadores, lograr en solo dos años llegar a diez países y con planes de expansión a nuevos mercados'.

'Contamos con 2100 títulos divididos en 5 categorías: películas, especiales, infantiles y documentales, con títulos que van rotando, y series que incluyen contenido original de HBO que se mantiene *insite*', agregó

Actualmente el servicio está disponible para X-Box y plataformas IOS, pero la compañía se encuentra trabajando en el desarrollo para nuevos dispositivos. Para la directiva, es necesario tener en cuenta las realidades de los diferentes mercados tanto en lo que respecta

a la situación económica de cada uno como el acceso a nuevas plataformas.

'Por el momento, por HBO Go solo puede verse un video por cuenta y hasta en tres dispositivos diferentes, pero la intención no es limitar al usuario. Buscamos poder tener un conocimiento del consumo de nuestro contenido y al mismo tiempo controlar la piratería', explicó Bermúdez.

'Hay mucha aceptación por parte de los usuarios; contamos con un alto nivel de repetición de usuarios y una gran cantidad de usuarios únicos que consumen tanto producciones locales como series originales entre las que sobresalen *Game of Thrones* y *True Detective*'.

En cuanto al consumo, la directiva afirmó que las series siguen siendo la principal opción sobre los films a la hora de elegir contenido por parte de la audiencia. Para Bermúdez, existe una tendencia normal si se tiene en cuenta la gran cantidad de sitios en los cuales pueden



Dionne Bermúdez, encargada de HBO Go para HBO Latin America

verse películas pero no pasa igual con las series, y sobre todo con el contenido original. Sin embargo, asegura que blockbusters como *The Avengers* o *The Hunger Games* tienen una aceptación similar a la de las series.

'Ciertamente el contenido original se ha convertido en nuestro más grande diferencial en relación a otras compañías así como la posibilidad de contar con aplicaciones específicas optimizables conformes a cada plataforma', concluyó Bermúdez.



TFC tiene el orgullo de anunciar la expansión de su planta de Nogales, México y el inicio de entregas de nuestra línea completa de cables para uso domiciliario bajo certificación NAFTA. De esta manera, y sumado a los kits y productos complementarios tradicionalmente ofrecidos, permitiremos a nuestros clientes en la región el acceso a mayor disponibilidad y mejores plazos de entrega, siempre bajo los mismos altos estándares de calidad asociados a nuestra marca.

Innovation in motion.



Para mayor información contactar a Dosto Salcedo:

Cell Mex +52 631 126 0008 - Cell US +1 520 604 4217 - E.mail dsalcedo@timesfiber.com

SIEMPRE JUNTOS

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

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



telefe siempre juntos

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

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

CLAXSON: RENOVACIÓN TOTAL DE LA MARCA VENUS

MÁS INICIATIVAS MULTIPLATAFORMA

Claxson estará presente en Canitec 2014, donde presentará la nueva imagen del canal de entretenimiento para adultos Venus, acompañada por una migración tecnológica que traerá mayor calidad de imagen. 'Al momento de hablar de una renovación total no estamos exagerando, ya que el cambio se verá reflejado no sólo en un nuevo logo y paquete gráfico, sino también en la calidad ya que todos los contenidos serán 100% digital', dijo **Esteban Borrás**, VP de ventas de Claxson.

Con respecto a los contenidos, el nuevo Venus tendrá una estructura de programación renovada que estará caracterizada por ser completamente acción. Estos cambios se verán reflejados traducidos en el nuevo slogan de la marca "Venus te enciende" que, según comentó Borrás, se apoya en la 'presentación de mayor variedad de contenidos que incluyen todas las categorías del hardcore'.

Además, anunció la incorporación de **Esperanza Gómez**, la famosa porno star colombiana, como nueva imagen de la marca. En este nuevo rol, ella estará al frente del ciclo *Los recomendados de Esperanza Gómez*, donde presentará tanto sus mejores participaciones en películas como también una selección personal de sus films preferidos como espectadora.

'Con 1.000 títulos diferentes por año y más de 25 estrenos por mes, Venus se consolida como el catálogo más grande del mundo adulto. Como parte de

los cambios, la programación ahora será más dinámica y flexible, con las escenas y películas más calientes durante las 24 horas', completó el VP de ventas.

CONTENIDOS MULTIPLATAFORMA

'Estamos muy atentos a las necesidades y exigencias de los suscriptores. En esta oportunidad notamos una gran necesidad de los televidentes de pedían encontrar siempre lo que quieren en el momento en que lo quieren ver. Por lo tanto esta transformación de Venus no sólo obedece a un cambio estético y de imagen para modernizar la marca, sino que busca ofrecer los contenidos que nuestro público está esperando, lo cual es fundamental para quienes formamos parte de Venus', señaló **Esteban Borrás**.

Venus también buscará posicionarse como marca multiplataforma, buscando ofrecer 'los mejores y más variados contenidos de entretenimiento hardcore durante toda hora, en cualquier lugar y a través de todas las pantallas', añadió.

'Para lograr este objetivo presentaremos una amplia variedad de soportes en los cuales los usuarios podrán encontrar los nuevos contenidos. En primer lugar lanzaremos el nuevo sitio web www.venusgo.com totalmente renovado e interactivo acompañado por el Twitter (@venusoficialok) que ofrecerá a sus followers las más divertidas y calientes propuestas'. 'En segundo lugar, los usuarios tendrán la posibilidad de realizar descargas móviles de fotos, videos, ringtones y tips en el móvil con tan solo entrar al portal sexy de su



Esteban Borrás, VP de ventas de Claxson

CLAXSON

operador', completó.

'Además, quienes estén suscriptos al Hot Pack, tendrán la opción de acceder a Hot Go donde encontrarán gratis todos los estrenos de Venus en cualquier momento y lugar y desde cualquier dispositivo conectado. Finalmente, para concluir con las opciones multiplataforma, quienes accedan a través del Video On Demand (VOD), podrán seleccionar con el control remoto los títulos preferidos de Venus donde Esperanza Gómez también tendrá sus recomendados'.

'Esta renovación permitirá a Venus acercarse cada vez más a los usuarios y lograr un alto nivel de cercanía y complicidad con el público ya que a partir de ahora, y cada vez con más intensidad, la marca llegará a su audiencia en todo momento a través de cualquier pantalla.

Dijo sobre las redes sociales: 'Con Venus siempre mantuvimos una comunicación cercana con los seguidores, con campañas de marketing y publicidad recordadas y premiadas. Sabemos que hoy en día el foco está puesto en las redes sociales, por lo tanto creemos que es un punto fundamental para mantener e incrementar nuestro vínculo con los usuarios. Es por ello que tenemos planeado un gran desarrollo del sistema multiplataforma para el relanzamiento de Venus. En el caso de **Playboy** logramos muy buenos resultados en todo lo que se refiere a redes sociales, por lo tanto nos gustaría replicar el modelo que aplicamos en esa señal'.

Por último, afirmó Borrás: 'Nos gusta ser pioneros y cambiar de paradigma en momentos clave. Ya lo hicimos en 1994 cuando se prendió Venus como señal de TV y enseguida se convirtió en un ícono del entretenimiento para adultos al ser el primer canal de este tipo en Latinoamérica que cambió la manera de consumir estos contenidos: del video club a la comodidad del hogar. Hoy después de 20 años, seguimos buscando desafíos y manteniéndonos a la vanguardia. El camino recorrido realmente nos enorgullece y es por eso que seguimos animándonos a seguir "encendiendo" la pasión con esta nueva imagen de marca'.



Esperanza Gómez, nueva imagen de Venus

GUAYAQUIL
CARTAGENA
BARQUISIMETO
ISLA MARGARITA
SAN SALVADOR
BUENOS AIRES MANTA
SAN JOSÉ DE COSTA RICA
POSADAS VALENCIA AMBATO
MEDELLÍN BOGOTÁ
ASUNCIÓN
CARACAS FRAY BENTOS VALPARAÍSO
TRUJILLO VIÑA DEL MAR USHUAIA
ALAJUELA LIMÓN TEGUCIGALPA
SANTIAGO CÓRDOBA
COLONIA CONCEPCIÓN SAN CARLOS
AREQUIPA PAYSANDÚ
COCHABAMBA
SANTA CRUZ DE LA SIERRA
LA SERENA SALTO
SAN PEDRO SULA
PUNTA DEL ESTE
BARILOCHE
PANAMÁ
LA PAZ
CUZCO
QUITO
CUENCA
LIMA

NUESTRAS SEÑALES LLEGAN
A TODA LATINOAMÉRICA



Departamento Venta Señales Internacionales: 5411 4370 1395 | 5411 4339 1541



Contenidos que conectan

A+E Y SONY LANZAN EN JULIO NUEVA SEÑAL LIFETIME

DEDICADA A LA AUDIENCIA FEMENINA

A+E Networks Latin America anunció un acuerdo con Sony Pictures Television para el lanzamiento del nuevo canal dedicado a la mujer, Lifetime, que estará disponible a partir de julio para toda Latinoamérica, incluyendo Brasil.

Eduardo Ruiz, presidente y gerente general de A+E Networks Latin America, quien también se desempeñará como gerente general del nuevo canal, destacó: 'Lifetime es una de las marcas más importantes y nuestras expectativas son que la marca va a funcionar muy bien en Latinoamérica'.

Lifetime contará con una estrategia de contenido dividida en tres partes: series dramáticas con guión, series no ficción sin guión junto con las reconocidas películas originales de la franquicia de Lifetime Movies.

Las series de dramáticas con guión, incluyen el estreno de *Witches of East End*, con Julia Ormond, Mädchen Amick, Jenna Dewan Tatum y Rachel Boston, y la nueva temporada

de *Devious Maids*, producida por Eva Longoria, con Roselyn Sánchez, Ana Ortiz y Susan Lucci, así como *Drop Dead Diva*, protagonizada por Brooke Elliott.

Las series sin guión, incluyen la serie *Dance Moms*, *Bring it!*, *Abby's Ultimate Dance Competition* y *Kim of Queens*, y la nueva temporada de *Preachers' Daughters*. También se incluirán shows de Estados Unidos y películas de distribución exclusiva.

Sean Cohan, VP Ejecutivo, Internacional, A+E Networks, comentó: 'Estamos muy entusiasmados con la idea de aliarnos a Sony Pictures Television para el lanzamiento de Lifetime en América Latina. El canal y su contenido tienen una base de fans muy leal en todo el mundo y estamos seguros que de igual forma contaremos con una fiel audiencia en la región de América Latina'.

En tanto, T.C. Schultz, VP Ejecutivo y director general de Sony Pictures Television's Networks en



Eduardo Ruiz, presidente y gerente general de A+E Networks Latin America

Latinoamérica y Brasil, resaltó: 'Trabajar junto a A+E Networks Latin America para crear un canal dedicado a la mujer, nos da la oportunidad de combinar nuestros recursos. Esta unión solidifica aun más nuestro objetivo de ofrecer la más amplia variedad de entretenimiento al público en Brasil y América Latina, complementando así nuestros otros canales en la región'.

Por último, Enrique Cuscó, CEO de Ole Communications, parte del joint venture con A+E Networks en A+E Networks Latin America, señaló: 'Lifetime será distribuido por HBO Latin America Group y complementa de manera excelente nuestra propuesta de canales básicos en la región, ofreciendo una señal dedicada específicamente a la audiencia femenina con una programación exitosa y comprobada'.

AQUÍ, LOS ERRORES TAMBIÉN SON PARA SIEMPRE.



NUEVA TEMPORADA

INK MASTER

MARTES 21:30 HS

truTV

FACEBOOK.COM/TRUTVLA @TRUTVLA WWW.TRUTVLA.COM

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / CARIBE COLOMBIA / VENEZUELA / CHILE / BOLIVIA / PERÚ / ECUADOR ARGENTINA / URUGUAY / PARAGUAY BRASIL

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

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

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

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

accedo

10 AÑOS DE EXPERIENCIA

con Operadores de TV y TV Networks en USA, Europa, Asia y Australia incorporados en una solución multipantalla disponible para PC/Mac, celulares, Tablet, Televisores conectados, Consolas de juegos y STBs...

ESA ES LA SOLUCIÓN TVEVERYWHERE DE ACCEDO PARA LATINOAMÉRICA

www.accedo.tv

EDUARDO LEBRIJA: 'VIMN BUSCARÁ AMPLIAR LA OFERTA DIGITAL'

SEÑALES LLEGAN A 190 MILLONES DE HOGARES

Eduardo Lebrija, SVP y director general de VIMN The Americas – México, dijo a PRENSARIO que las marcas de VIMN The Americas llegan a toda la región a través de sus cinco canales programados y operados localmente a más de 190 millones de hogares, en 22 países con más de 30 millones de seguidores digitales sumados a la fecha.

Los canales MTV, Nickelodeon, Comedy Central, Nick Jr., VH1 y Tr3s VIMN The Americas llega a toda América Latina incluyendo Brasil, el mercado hispano de Estados Unidos y Canadá, además de la suite HD con MTV Live HD, Nick HD y Comedy Central HD. Dentro de nuestras marcas, se encuentra la Suite Digital con MTV Hits, MTV Jams, VH1 Soul, VH1 Classics y Nicktoons.

‘En cuanto a VOD estamos evolucionando con el mercado y nuestros contenidos ya van más allá de los canales lineales. Es por ello que el enfoque de Viacom es ampliar nuestra oferta digital para que nuestros contenidos estén al alcance de nuestra audiencia a través de diferentes plataformas siendo el VOD en este momento el que tiene el mayor contenido

de la programación de Viacom’, explicó Lebrija.

Expresó sobre México: ‘Para VIMN México, 2014 es un año muy importante ya que gracias a todo el awareness y producción local, hemos recibido recientemente el Sello de Certificación de Superbrands para 2014-15. Nuestra meta siempre ha sido crear experiencias de marca que logran conexiones emocionales con la audiencia, nuestros clientes y socios, por lo que celebramos el ser depositarios de esta distinción tan importante’.

Respecto a producción local, confirmó la realización de la quinta edición consecutiva del MTV World Stage México, que será transmitida por MTV. Además, mencionó el nuevo show ‘ancla del canal’, los MTV Millennial Awards, que regresan por segundo año a México DF ‘tras haberse perfilado en 2013 como el preferido de la audiencia liderando altos ratings, al reunir más de 25 millones de votos y trending topics locales y mundiales en Twitter’, destacó el ejecutivo.

VIACOM



Eduardo Lebrija

‘Además, estamos produciendo las versiones mexicanas de dos de los shows más vistos de la cadena: Ridiculousness México y la versión local de Jersey Shore, dos producciones que seguramente tendrán hablando a todos en la región. Los Kids’ Choice Awards México de Nickelodeon, que son #1 en rating, y estamos preparando una nueva producción original de Nick para finales de 2014. En Comedy Central, seguimos apostando a traer lo mejor de la comedia internacional y producción local’.

Finalmente, afirmó: ‘México es un país referente en la región respecto a humor y comedia y nos enorgullece confirmar que una vez más tendremos aquí la segunda entrega del exitoso formato Roast y produciremos nuevamente series de stand-up en México DF, además de Buenos Aires, Santiago de Chile y Sao Paulo’.

ELGOURMET ESTRENA NUEVA PROGRAMACIÓN EN MAYO

elgourmet, la señal gastronómica de Chello Latin America, estrena en mayo la serie original Asados con Massey y el Zorro, y presenta la nueva temporada de Eco Cocina con Martiniano.

La nueva serie original de elgourmet reúne al experto Pablo Massey y el músico “Zorrillo”

Von Quintiero, quienes se juntan para cocinar asados y recibir a amigos. En una bella estancia argentina y al aire libre, Pablo y el Zorro develan sus mejores secretos sobre el asado, rodeados de amigos y buena música.

Desde el 15 de mayo, Asados con Massey y el Zorro se puede ver todos los jueves a las 21.

Además, el canal estrena la nueva temporada de Eco Cocina con Martiniano, donde el cocinero vuelve a mostrar y enseñar sobre “Eco Cocina”, el concepto gastronómico y un estilo que es hoy su actual forma de vida.

En cada episodio, el chef enseña sobre temas como armar una huerta en casa, cómo optimizar recursos en la cocina para ahorrar energía, a realizar conservas



Asados con Massey y el Zorro

para utilizar ingredientes en todos sus estadios, cómo cocinar productos que normalmente se compran ya elaborados y qué cocinar con lo que habitualmente se desecha.

Desde el 7 de mayo, la serie se emite los miércoles a las 21 por elgourmet.

G
elgourmet



Eco Cocina con Martiniano



SONY PICTURE TELEVISION: CRECIMIENTO CON CONTENIDO LOCAL

100 MILLONES DE ABONADOS EN LATINOAMÉRICA

‘Las señales de Sony Picture Television (SPT) son marcas establecidas y únicas con una probada trayectoria de éxito en el mercado latinoamericano. Nuestros canales se encuentran posicionados entre las principales opciones de entretenimiento en la región, donde llegan a 100 millones de suscriptores acumulados en más de 26 mercados’, dijo a Prensario Nathalie Lubensky, SVP y gerente general de SPT para América Latina. ‘El desempeño de nuestras señales ha redundado en un incremento de nuestra base de anunciantes y en una demanda creciente de contenido desarrollado por nuestro equipo por parte nuestros socios comerciales. Contamos con una poderosa combinación de las mejores y más innovadoras series, producciones originales y contenido multi-plataforma’. Canal Sony es la señal de entretenimiento general dirigida al segmento 25-49 años y nivel socio-económico medio-alto. ‘El desempeño de nuevos programas como *The Blacklist*, *Marvel's Agents of SHIELD* y *The Voice* respaldan este posicionamiento’, completó Lubensky.



The Blacklist



Mexico's Next Top Model



El Mariachi, experiencia de contenido enfocado en México



NUEVA IMAGEN DE SONY

SPT lanzó recientemente la nueva imagen de Canal Sony, buscando reflejar un ‘look and feel’ más fresco, que incide no sólo en la imagen de Canal Sony dentro y fuera de la pantalla sino que refleja una manera más vibrante, íntima y relevante de comunicarnos con nuestras audiencias a través de diversos dispositivos’. ‘También, estamos incorporando un elemento musical a Canal Sony mediante la presentación de contenido exclusivo como *Supersong*, un proyecto global estrenado en abril que documenta el concurso que permitió a músicos y compositores de todo el mundo crear una canción que Ricky Martin grabará como parte del álbum oficial de la Copa Mundial FIFA 2014’, dijo la ejecutiva.



Nathalie Lubensky, SVP y gerente general de SPT LA

Y añadió: ‘Actualmente transmitimos señales dedicadas a cinco países y estamos trabajando con nuestras afiliadas para ampliar esta oferta a través de muestreos, contenido catch-up en línea y alternativas de VOD y TV Everywhere. Esto acompañado con contenido exclusivo de consumo rápido que refuerza su experiencia de entretenimiento a través de nuestras plataformas digitales, páginas web y redes sociales’, completó. Dijo sobre la TV paga, que permite generar ‘contenido más arriesgado’ y responder más directamente a sus necesidades y demandas. ‘Nos podemos enfocar en brindarle a los consumidores los programas y shows que buscan incluyendo especiales de televisión y producciones Premium de la más alta calidad’.

Expectativas para 2014

‘El negocio estará siempre basado en la capacidad de ofrecer al público historias atractivas, pero más y más la audiencia busca consumir esas historias en sus propios términos. La auténtica experiencia del entretenimiento televisivo actualmente incluye el poder saber lo que tus amigos están viendo, y ver, en tiempo real, si están riendo, llorando o gritando’, expresó Nathalie Lubensky. ‘Estamos trabajando para acercar los canales un poco más a nuestra audiencia. Estamos también invirtiendo en tecnología que ayuda a mantener al público conectado a nuestro contenido y que ofrece también grandes oportunidades para nuestros anunciantes y afiliadas. Nuestra oferta multi-plataforma para algunos de nuestros principales programas --*Hannibal*, por ejemplo-- incluye una amplia variedad de contenido disponible en plataformas digitales, VOD y segundas pantallas’, añadió. ‘El futuro dependerá de la capacidad de ofrecer contenido de entretenimiento único y de calidad mediante estrategias multiplataforma efectivas que le permitan a la gente interactuar e incorporar sus programas favoritos a sus estilos de vida individuales. De este modo, girará en torno a la personalización; no basta ya responder a las necesidades de un segmento demográfico específico. Ahora es también necesario identificar perfiles y entender los gustos y comportamientos de la audiencia’.

24/7 CANAL EN INGLÉS DESDE JAPÓN

NHK WORLD
TV

www.nhk.or.jp/nhkworld/

Disponibles para 270 millones
de hogares
150 países y regiones



NHK WORLD TV

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

CARTOON NETWORK LANZA EL TORNEO COPA TOON 2014

Cartoon Network lanzó la *Copa Toon 2014*, un juego digital 3D que combina deporte, estrategia y diversión, disponible en versión móvil y web desde el 8 de mayo.

En el juego, que cada año se lleva adelante para todos los países con presencia de CN, los participantes podrán elegir el equipo con sus personajes preferidos de *Hora de Aventura*, *Un Show Más*, *Ben 10* o *El Increíble Mundo*

de *Gumball* y jugar contra otro usuario en tiempo real. A través de *Copa Toon*, Cartoon Network brinda a los fanáticos del fútbol, la posibilidad de representar a un país y ganar el campeonato.

Lionel Zajdweber, gerente de Medios Digitales de Cartoon Network, comentó: 'Este año, el juego es totalmente en 3D, en tiempo real y disponible tanto para la web como para



Copa Toon

dispositivos móviles. El juego eleva a un nuevo plano la experiencia digital de Cartoon Network para todos los fanáticos del deporte'.

Realizado en asociación con **Aquiris**, *Copa Toon* está disponible tanto en el sitio del canal (www.cartoonnetwork.com.ar) como en la aplicación para **Android** y **iOS** en **Google Play** y **Appstore**.

WVTV BUSCA SEÑALES LATINAS PARA OTT'S DE USA

Jorge Velázquez tiene una larga trayectoria en al industria de la TV paga y, con **World View Television**, su negocio de comercialización de señales para Estados Unidos sigue en un punto alto; cuenta con 26 canales entre los que se destaca el paquete de **Canal Sur** que tiene en exclusividad con señales en SD y HD para el mercado latino con muy buenos resultados.

Buscando ser un puente entre Latinoamérica

y otras regiones, está necesitando contenido latino para tres OTT's que ese están por lanzar en Estados Unidos y otra en Suiza, lo que es muy importante para productores latinos.

Además, sigue presentando siete nuevos canales en HD para Latinoamérica, como **ToonPower**, de **Dreamworks**, como una nueva gran opción en animados para Latinoamérica, **My Combat Channel**, un segmento de lucha libre para

desarrollar donde no hay muchos otros exponentes en las grillas.

World View Television tiene su sede comercial y telepuerto en Miami, con convenios muy provechosos con SES e Intelsat para subir esa cantidad de canales al satélite.



Jorge Velázquez

Structured Cabling Solutions **Set Top Box Parts**

VERICOM
CABLING & COMMUNICATION SOLUTIONS

Broadband & Satellite Solutions **Cabinet & Rack Solutions**

VERICOM cuenta con la preferencia de los principales operadores de televisión para el suministro de:

- Kits de cableado para instalaciones residenciales
- Accesorios y partes para el reacondicionamiento de cajas decodificadoras, gateways y módems
- Cables & Cordones: HDMI, Categoría 5e & 6, RCA A/V, ópticos, coaxiales de acometida RG-6 y 11 en diversas construcciones
- Conectores coaxiales tipo F de presión y compresión, adaptadores
- Splitters, kits de aterramiento
- Administradores de cableado
- Herramientas y probadores

Visítenos: www.vericomsolutions.com Contáctenos: vericomlatinoamerica@vericomsolutions.com



LA MEJOR OPCIÓN EN TELEVISIÓN DE PAGA



- La combinación perfecta para adultos contemporáneos: películas internacionales y el mejor cine erótico.
- El canal español por excelencia con más de 15 años de transmisiones en América Latina, ofrece 24 horas de programación familiar con producciones exclusivas de primera calidad.
- El balance perfecto entre entretenimiento e información. Producimos más de 3000 horas de programación exclusiva al año.
- El canal número uno de películas en español, sin cortes comerciales, con los estrenos más recientes de México, Latinoamérica y España.
- 100% musical con una propuesta joven, fresca y actual, donde puedes ver los videos más pedidos del momento sin interrupciones.
- Es entretenimiento con espíritu deportivo. Cualquier género de televisión, siempre en torno al deporte.
- El suspenso, la acción y el terror son los principales ingredientes de nuestra programación. MC es... Tensión adictiva.

INFORMES Y VENTAS

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



NHK WORLD TV TRANSMITIÓ EN 8K EN LA NAB

NHK World TV, realizó una demostración de la tecnología Ultra HD 8K en la última NAB de Las Vegas, donde convocó a ingenieros y ejecutivos de las estaciones de PBS de Estados Unidos. La cadena de televisión dedicada a la cultura japonesa en el mundo planea comenzar a probar transmisiones con esta tecnología altamente avanzada en 2016, el año de los Juegos Olímpicos de Verano en Río de Janeiro, y tener un sistema de transmisión completo y funcionando en 2020, para los Olímpicos de Tokio.

Para la demo, se instaló una pantalla de 350 pulgadas y resolución de 7680 x 4320 píxeles en la que pudieron ver imágenes de la Copa FIFA Confederaciones de Brasil 2013, los fuegos pirotécnicos de Nagaoka, de las Tokyo Girls Collections Fashion Show y de los Juegos Olímpicos de Sochi 2014.

Akira Negishi, Ingeniero en Jefe para NHK World, dijo: 'Esta es la primera vez que realizamos una función exclusiva para las estaciones de PBS en el NAB Show. Los ingenieros de PBS son grandes admiradores de las nuevas tecnologías y pueden ser un público difícil de complacer, pero todos los que vieron funcionar la UHD 8K quedaron abrumadoramente satisfechos con el sistema. Es una experiencia que vale la pena para entender la alta calidad del trabajo de NHK y de NHK World TV'.

Además de las estaciones de televisión

pública, asistió José Bastón, presidente de televisión & contenidos para el Grupo Televisa, junto a su delegación. 'El UHD, ya sea de 4K u 8K es el futuro de la televisión. "Televisa comenzó a usar hace dos años tecnología 4K para producir telenovelas y continuaremos incrementando nuestra capacidad de producción en 4K, incluyendo ahora deportes', dijo Maximiliano Arteaga, VP de operaciones y servicios de producción para Televisa.

El sistema de transmisión 8K de UHD ofrece 33 millones de píxeles por cuadro, lo que implica una resolución 16 veces mayor al actual full HD y cuatro veces mayor al que ofrece la televisión en 4K. También proporciona 22,2 multicanales de sonido envolvente, reproducido en tres dimensiones.

En el stand de NHK en NAB, los visitantes también probaron otras nuevas tecnologías, incluyendo la Cámara 8K Cube, un codificador en tiempo real HEVC con capacidad de 8K, el sistema de transmisión 8K para televisión abierta y bocinas con un pantalla 3D integrada. Además, se realizaron demostraciones de la



José Bastón, presidente de TV y contenidos de Televisa, junto a su delegación en la demo de NHK en la NAB

plataforma híbrida de NHK, la cual integra servicios de transmisión por cable con banda ancha para customizar la visualización del programa, redes sociales y VOD (video on demand), así como una aplicación que vincula los programas de televisión a teléfonos inteligentes y tabletas, permitiendo a los usuarios participar en los programas.

'Las cadenas de televisión pública alrededor del mundo están dedicadas a la innovación, potenciando el poder de los medios para ofrecer a sus televidentes contenido destacado que abra sus ojos y expanda su mente. Aplaudimos y apoyamos a nuestros colegas de NHK mientras continúan desarrollando y lanzando la Ultra Alta Definición de 8K. Esta experiencia de siguiente nivel que ellos han alcanzado en términos de imagen y claridad de sonido es verdaderamente impresionante', expresó Mario Vecchi, jefe de

RT: EXPANSIÓN Y NOVEDADES DE PROGRAMACIÓN

RT en Español busca expandirse a nivel internacional y anunció su nueva oferta de programación, incluyendo series y documentales sobre la cultura y la historia de Rusia.

Con motivo del aniversario de los bombardeos de la OTAN en Yugoslavia, dos

periodistas de RT, la serbia Jelena Milincic y la estadounidense Anissa Nauouai, prepararon el documental ¿Zashto? (¿Por qué?). Las reporteras recorrieron varias ciudades de la ex Yugoslavia para escuchar los testimonios de aquellos que sufrieron los desastres de la guerra.

En abril, RT presentó el nuevo proyecto *Un día con...*, en el que la abogada y escritora Eva Golinger pasa un día junto a algunas de las personalidades más relevantes de la actualidad mundial, para dar una mirada a su vida fuera del ámbito público. Los invitados van desde presidentes y destacados políticos internacionales hasta personalidades de la cultura. En su primera edición, Golinger mostró la vida del presidente boliviano, Evo Morales, y reflejó su lucha cotidiana y sus sueños, y dejó ver al "verdadero Evo", que desconocíamos.



¿Por qué?

RT en Español empezó a emitir en diciembre del 2009 y se convirtió en el primer canal de Rusia en emitir en lengua española en todo el mundo. Este acontecimiento fue reconocido con la nominación para el prestigioso Broadcast Digital Awards 2010 británico, en la categoría "Mejor Lanzamiento de un Canal de TV".



VISITE NUESTRO STAND 518

DURANTE EL CANITEC



LES VOIX DU MONDE



Un día con...

TV5 BUSCA LLEGAR A LOS OTT DE TODA LA REGIÓN

TV5 Monde ha logrado un fuerte posicionamiento dentro de las propuestas digitales de los principales operadores de México, con presencia en **Megacable**, **Cablevision**, **Sky**, **Totalplay**, **Cablemas** y acaba de anunciar un acuerdo con **PCTV**. Ahora, busca llegar con sus series y programas a toda la región a través de las ofertas de OTT.

En diálogo con **PRENSARIO**, **Frederic Groll-Bourel**, VP de desarrollo de negocio en TV5, confirmó su presencia en Canitec, donde presentará su oferta VOD que incluye un catálogo de programas sobre 'el arte de vivir a la francesa', además de series completas sobre gastronomía, moda, arquitectura y diseño, además de una serie sobre la historia de los castillos y los típicos pueblos del interior del país.

'Los programas vienen subtítulos, en

forma de capítulos para poder disfrutarlos en modo continuo y completan con nuestra señal 24/7. El objetivo es que este servicio "anytime-anyplace" esté disponible en los sistemas de TV paga del país, no sólo en cable, DTH o IPTV sino también en las ofertas de OTT disponibles en la región', comentó.

En cuanto a las preferencias de programación, manifestó Groll-Bourel: 'Los últimos estudios mostraron que el público disfruta ante todo de los documentales, del cine y del deporte. De hecho nuestra gerencia de programación ha renovado su contrato con la Liga 1, el Tour de France y el Top 14 para asegurar la difusión en vivo de estos eventos deportivos a nivel latinoamericano'. La empresa ha adquirido últimamente formatos de 52', de los canales **Arte** y **France Television**, además de películas premiadas y taquilleras y documentales. Entre sus novedades, adelantó que desde el 6 de mayo la señal dejó su anterior formato 4/3 para pasar a 16/9, 'es un ajuste pequeño con un efecto importante', manifestó.

Por último, comentó el lanzamiento de un feed especial para Brasil: 'Dentro de nuestra estrategia de mejorar el servicio y la programación, hemos decidido lanzar un feed especial para Brasil y separar el mercado hispano del mercado brasileño. Este paso nos va a permitir de agilizar nuestra política de adquisiciones para ambos señales, responder mejor a las implicaciones de la ley de **Ancine**, y en fin satisfacer más nuestros clientes y televidentes'.



Frederic Groll-Bourel, VP de desarrollo de negocio en TV5

En junio, ciclo de cine dedicado al francés Francis Veber, director de *El Placard*



En junio, ciclo de cine dedicado al francés Francis Veber, director de *El Placard*



En mayo, llega la programación especial por el Festival de Cannes



AL JAZEERA AVANZA HACIA EL CARIBE

La red global de noticias, **Al Jazeera English**, anunció la firma de un acuerdo con **Columbus Communication** para la expansión de la cadena en el Caribe. A través del acuerdo, Al Jazeera English estará disponible en Antigua, Barbados, Granada, Santa Lucía y San Vicente, territorios que se suman a Trinidad y Tobago y Curaçao, donde ya transmitía.

Amjad Atallah, director regional de **Al Jazeera Media Network The Americas**, remarcó: 'Esta expansión demuestra nuestro compromiso con las Américas y con sus diversas culturas y voces, además de que representa nuestro sólido crecimiento en El Caribe desde el lanzamiento en 2011'.

Recientemente, la red global de noticias cerró un acuerdo con el proveedor de TV paga vía satélite DTH **Serco** de Uruguay, para llegar con su señal a los operadores de cable que forman parte de su consorcio en Latinoamérica.

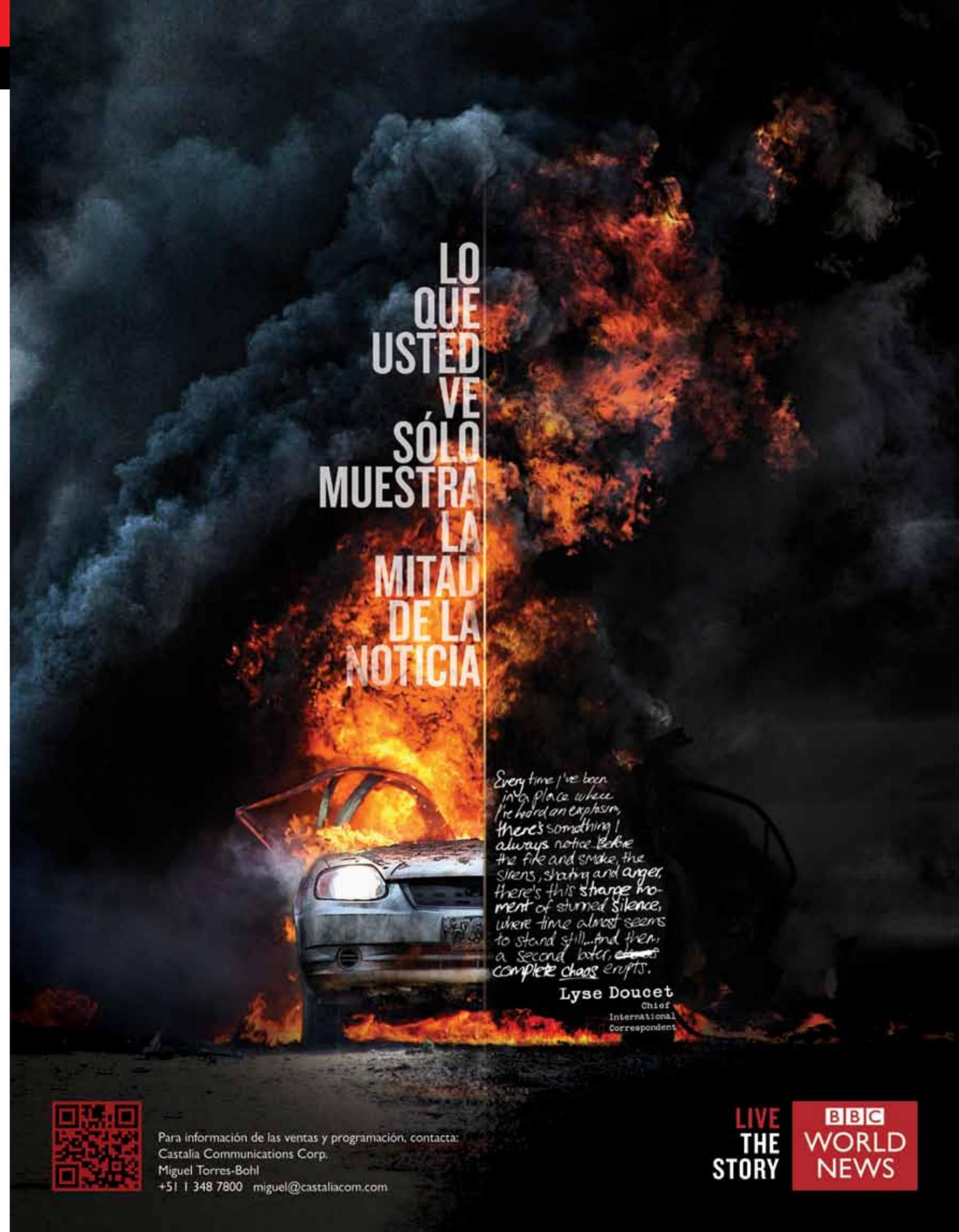
Con una expansión gradual en la agencia **Rigel** de Guatemala, la señal estará disponible en **TV Señal Innova** de Costa Rica, **Rigel Dominicana**, **Telcodisa** de Ecuador, **Televisión Satelital Centroamericana** de El Salvador, **Rigel Honduras**, **Nica Estrella** de Nicaragua, **TV Satelital Centroamericana** Panamá, **DTH** de Paraguay, **Shore** de Perú y **DTH Serco** de Uruguay.

Además, presentó *Viewfinder Latin America*,



Amjad Atallah, director regional para las Américas de Al Jazeera Inglés

el documental que fue finalista en la edición 2013 del International Documentary Association y cuenta con directores independientes de América Latina y de El Caribe retratando el impacto de los eventos globales en sus comunidades.



CONSTRUIR TV BUSCA CRECER EN LATINOAMÉRICA

EL CANAL DEDICADO AL MUNDO DEL TRABAJO

Construir TV es la señal lanzada hace tres años en Argentina para transmitir contenidos relevantes sobre el mundo del trabajo desde una mirada social, desarrollado por la **Fundación UOCRA** para la educación de los trabajadores constructores. **Alejandra Marano**, directora ejecutiva, conversó con **PRENSARIO** sobre el presente del canal que puede verse en todo el país a través de la TDA y los principales sistemas de TV paga del Interior, además de su plataforma digital para llegar a 3 millones de hogares.

Forma parte de la grilla de la Televisión Digital Abierta en el Canal 25.05, Canal 4 Abierto en la ciudad de Buenos Aires, Canal 520 de Telecentro Digital, Canal 22 de TeleRed, Canal 550 Supercanal, toda la red de Colescor, en algunos de los principales cable operadores de la Argentina, y mediante sistema de streaming en vivo

Los contenidos de Construir TV llegan a



Alejandra Marano

muchos países de la región a través de acuerdos de distribución, pero este año el principal objetivo será llegar con la señal a nuevos mercados.

‘Estamos abocados a la venta de contenidos. Un acuerdo con la distribuidora i-TV ha favorecido la llegada de nuestros formatos y enlatados en diferentes sistemas de la región. Así por ejemplo, cerramos acuerdos de intercambio con el canal educativo **Futura** de Brasil, y con **Canal 22** de México, del cual estrenaremos un nuevo ciclo en septiembre u octubre’.

Además, señaló que se están haciendo los ‘chequeos técnicos’ con el grupo **Film Box**, propietario de varios canales de TV paga en Europa, que quiere completar la adquisición de 18 horas de programación para la TV internacional y plataformas digitales.

A nivel tecnológico, la señal confirmó el cambio del servidor de transmisión por uno HD que permite salir en esta calidad en todos los sistemas.

‘El 90% del contenido se produce en HD’, completó Marano.

‘Estamos buscando las diferentes alternativas para llevar el canal más allá de Argentina. Primero con segmentos de programación, como el acuerdo cerrado con el canal de la UNAM, que tiene el 90% de la distribución en México, que incluye la transmisión de 30 minutos por día a partir de junio’, dijo la ejecutiva.

PROGRAMACIÓN

Sobre las novedades en programación, mencionó tres ciclos que ya están en el aire: *Trabajarte*, *Trabajo con Historia* y *Restauradores*, todos en formatos de 13 capítulos de 26 minutos. Además, estrena el capítulo 2 de *Industria Argentina*.

Además, en homenaje al **Día Internacional del Trabajador**, el canal emite cuatro especiales que destacan distintos aspectos del mundo laboral a través de la mirada de sus protagonistas: *De Sol a Sol*, *Melodías en Construcción*, *Cadena de Valor* y *Cada Uno en su Lugar*.



CASTALIA LANZA SEÑAL DE BIENESTAR MyZEN

MyZen es un canal de bienestar completamente en HD que transmite al espectador ejercicios para mejorar el estado físico, con un fondo de imágenes relajantes y terapéuticas.

Los espectadores pueden ver segmentos de masajes, yoga, tai-chí, estiramiento,

fit-boxing y otros ejercicios, grabados en los más espectaculares lugares del mundo, que dan a la audiencia una oportunidad perfecta de hacer sus propios ejercicios.

Miguel Torres-Bohl, VP de ventas y mercadeo de **Castalia**, empresa que representa a

MyZen, dijo: ‘En el mundo de ritmo acelerado de hoy, MyZen enseña a la gente a relajarse y nos muestra la manera de cuidarnos para protegernos del desgaste rutinario. El canal te relaja desde el inicio, el estrés se va rápidamente cuando observas las imágenes calmantes y escuchas la música armónica del canal’.

‘También es posible tomar un enfoque activo y seguir las instrucciones y sugerencias que se ven en la pantalla, en una manera emocionada de mantenerse sano. Lo que diferencia a MyZen es la calidad de HD del canal, que muestra los ejercicios y el paisaje en óptima calidad, otorgando otra dimensión al canal. MyZen ya ha tenido un gran impacto en Europa, y estoy seguro que a la audiencia latinoamericana le impactará también’.



MyZen

myZen.tv

tu canal de bienestar



el único canal de televisión enfocado en el bienestar y aptitud, grabado todo en HD!!

disfruta una gran variedad de programas de bienestar y aptitud, que se retransmiten todo el día, liderado por entrenadores profesionales.

quemar calorías:



modele su cuerpo:



descansar con myZen.tv...

descubra los programas de myZen de **masajes** y aprenda las mejores técnicas para desaparecer la tensión muscular.



relájese, enfóquese y duerma más profundo con nuestro gran variedad de videos de **meditación** y **relajación**.



Contact: Castalia Communications
M. Torres-Bohl, +51 1 348 7800,
miguel@castaliacom.com

ECUADOR: TVCABLE LANZÓ DTH

COMPLETÓ DIGITALIZACIÓN DE TODA SU RED

TVCable, el principal cableoperador de Ecuador, lanzó su propio DTH el 1 de mayo, según anunció en NCTA Jorge Schwartz, titular de la empresa y socio de Tepal, la federación latinoamericana de cableoperadores.

‘Hemos salido al mercado con algunos meses de demora porque la aprobación de la nueva Ley de Comunicaciones implicó nuevos requisitos, y parte del equipamiento demoró porque la plataforma satelital Tu Ves HD --propiedad de Inter de Venezuela-- cambió la homologación al utilizar un nuevo proveedor’.

En relación a la programación que ofrece su DTH, Schwartz señaló: ‘Ecuador es un país pequeño pero está a la vanguardia; somos el quinto operador en ofrecer DTH, existiendo ya DirecTV, Claro, CNT y Etapa, desde Cuenca. Nuestra estrategia es apuntar a un nicho de mercado más popular, con hogares de menores recursos y un producto a menor precio, con un básico y un “superbásico” entre los 12 y 15 dólares, 100% prepago, en tanto los otros proveedores tienen precios superiores a los 15 dólares por mes’.

‘Tenemos cobertura nacional y estamos ofreciendo, a través del mecanismo de prepago, programación atractiva a personas que podrían no tener todos los meses el dinero para pagar la suscripción, pero no por ello se

han de privar del acceso en forma constante, una vez pagado el costo del equipo, que ronda en los 100 dólares’, añadió.

Y aclaró: ‘Este DTH no compite con los otros servicios satelitales ni con el cable, y tiene dos canales gratuitos en HD como para que el usuario pueda familiarizarse con la alta definición’.

DIGITALIZACIÓN

En lo que hace al cable, dijo Jorge Schwartz: ‘Hemos logrado concretar la digitalización del 100% de la red, y también terminamos la reconstrucción de la doble vía, con lo cual permitimos la interactividad y ampliar la gama de servicios. Somos optimistas, dentro de un contexto altamente competitivo donde además las circunstancias cambian en forma’.

‘Hemos completado el proceso en todas las ciudades donde estamos operando por lo que la totalidad de nuestra base de suscriptores está bajo una plataforma digital recibiendo más opciones de programación, HD, menos piratería, etc.’, completó.

‘Estamos en la etapa final de completar la reconstrucción de nuestras redes para que sean bidireccionales. Al momento el 90%



Jorge Schwartz



del proceso está terminado y el 10% restante estará en el primer semestre del 2014, así a todos los abonados podrán contar con los servicios de Triple Play (TV, internet y telefonía), como ya tiene gran mayoría’.

‘También hemos implementado DOCSIS 3.0 en nuestras redes bidireccionales, brindando servicios de mejor calidad y de mayor velocidad en banda ancha con velocidades de hasta 100MB. Se han aumentado las señales en HD mejorando notablemente el servicio. Hoy tenemos la mejor oferta en el país de este producto con 60 señales’.

Y concluyó: ‘Evidentemente los límites están dados más que nada por la factibilidad económica que por la que técnica, por lo que las estrategias están basadas en mejorar constantemente las opciones técnicas dentro de esa factibilidad del mercado’.

TELEFE INTERNACIONAL ESTRENÓ MASTERCHEF



MasterChef Argentina



Telefe Internacional, la señal de TV paga de uno de los canales abiertos líderes de Argentina, estrenó el mes pasado el reality de cocina MasterChef, que premia al mejor cocinero amateur.

Todos los domingos a las 22.15, en simultáneo con la transmisión de Argentina, la señal internacional emite el programa, cuyo formato fue creado por Shine y se ha

emitido en más de 140 países.

Para el casting del ciclo argentino participaron 5.500 en el casting y sólo 16 fueron seleccionados para competir por el título de MasterChef. El ganador recibirá un importante premio de dinero, la edición de su libro de recetas y el primer trofeo de MasterChef en Argentina.

La conducción está a cargo de Mariano Peluffo, e integran el jurado los profesionales Donato de Santis, Germán Martitegui y Christophe Krywonis. Ellos elegirán qué participante debe abandonar el certamen en cada programa.

HUSTLER TV

¿NOS HAS VISTO POR AQUÍ?

HUSTLER LATAM.COM

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

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

SUN CHANNEL YA ESTÁ EN LOS PRINCIPALES SISTEMAS DE LA REGIÓN

'Sun Channel se expande en toda Latinoamérica y, gracias a la calidad de su contenido, ha sido incluida en los paquetes de canales latinos de importantes sistemas de Estados Unidos', dijo a Prensario, Jennifer Betancourt, VP Comercial de Sun Channel.

Y añadió: 'El crecimiento de la señal en HD sigue proyectándose en México con la incorporación de la señal en Cablevisión Monterey, en Colombia con el acuerdo alcanzado con Une y en Venezuela en la plataforma de Movistar TV Digital (Telefónica); también en Uruguay la aceptación ha sido excelente en los operadores que están en el proceso de digitalización'.

Sobre los contenidos de la señal SD respecto a la HD, manifestó: 'La señal en estándar y la señal en alta definición no son canales espejo; los sistemas de TV paga pueden ofrecer a sus abonados dos canales diferentes con contenido seleccionado y producción original de turismo

y entretenimiento. Esto se ha convertido en una ventaja diferencial en momento de alcanzar acuerdos permitiéndonos mantener e incrementar nuestra cartera de afiliados, lo que se traduce hoy en día en más de 13 millones de hogares en toda la región'.

En mayo, Sun Channel se presenta en Canitec de México, donde espera lograr un 'importante crecimiento'. Remarcó: 'México que es una de las plazas claves para presentar nuestra propuesta programática. Los planes de negocios han sido diseñados para asociaciones y particulares tomando en cuenta las posibilidades de inversión de cada operador y las oportunidades de negocio que pueden alcanzar al contar con la señal'.

En México, además de Betancourt está Jorge Meza, quien se encarga de la unidad de distribución internacional. Ambos estarán en la expo para atender personalmente a los



Héctor Bermúdez (presidente), Jennifer Betancourt (VP comercial) y Jorge Meza (coordinador de distribución)

clientes y visitantes.

En cuanto a las novedades de programación, señaló: 'En mayo estrenamos la tercera temporada de Sun News, un noticiero de turismo y entretenimiento que cubre actividades, novedades y propuestas para viajeros de todo el mundo. En estos momentos también se puede disfrutar en nuestra pantalla la segunda temporada de Beach Guide realizada en las más espectaculares playas de México y Colombia'.

Y concluyó: 'Sun Channel sigue presentando programas de estreno cada mes, en producciones creadas en formato de reality y con un enfoque vivencial que le permite al televidente ser parte de la experiencia'.

XTIME Y CINECLICK APUESTAN A LOS GRANDES OPERADORES

Luego de ver consolidada su presencia entre los operadores pequeños y medianos de Latinoamérica, XTime busca llegar a los grandes sistemas de TV paga de Centroamérica, algo que vale también para Cine Click, siempre con la representación de Signal TV, de Hortensia Espitaletta.

'Buscamos seguir reforzando el conocimiento e imagen de las señales y resaltar a aceptación que están teniendo en los diferentes mercados, buscando que los grandes operadores en cada mercado comiencen a vernos como una alternativa en su grilla. Durante estos años nos hemos concentrado en el mercado de los pequeños y medianos cableoperadores y creemos que es

el momento de que la señal comience a ser distribuida por los más grandes, pues les aporta el cine de Hollywood en el servicio básico y es alternativa a muchas señales de los grandes grupos', señaló Giovanbatista Galizia, uno de los responsables de XTime.

XTime es el canal especializado en cine y series, contenido de entretenimiento para toda la familia. En abril, los estrenos del mes fueron *Mi Mascota es un Zombie*, *Laberinto de Sexo y Muerte*, *Star Trek (Insurrección y Némesis)*, *Los Picapiedras en Viva Rock Vegas*, *Breathless*, *La Pasión de Cristo*, *El Empleo del Tiempo* y *Babe el Chanchito*.

Cine Click es un canal de series en español



Luis Francisco Rivas y Giovanbatista Galizia con Alfonso Guerrero y Marco Illescas de Satmkt, Piedad Martínez de Global Media

que puede implicar un alto valor agregado a cableoperadores ya que trae de regreso las series más exitosas de los últimos años. Se trata de las mejores producciones en español de cada país de habla hispana, y del cine americano e internacional con componentes de intriga, acción y romance, dirigidas a un público masivo y multitarget, ideal para dar una alternativa a los operadores de la región.

SEÑALES DE AZTECA SE AFIANZAN EN PERÚ

Azteca estuvo en la Cumbre APTC de Piura, donde aprovechó para presentar las novedades en programación de sus señales internacionales. En su stand, César Heredia comentó la fuerte presencia en Perú, donde cuenta con la representación de Signal TV de Hortensia Espitaletta.

Heredia habló de un 'gran crecimiento en el último año' y comentó que, como estrategia para los pequeños y medianos operadores, la empresa

ofrece sus señales empaquetadas, Azteca Internacional y Azteca Novelas.

En cuanto a los estrenos más importantes, Azteca Internacional acaba de lanzar con éxito la telenovela *Siempre Tuya Acapulco* y el show de entretenimiento para niños *La Hora de los Kids*. Además, anunció la transmisión en vivo de todos los acontecimientos relacionados con la Canonización de Juan Pablo II, desde el Vaticano.



Hortensia Espitaletta y César Heredia en Piura

EWTTN el canal del PAPA

El único canal
que le trae en
vivo y directo
todos los
eventos del
Papa Francisco
y el Vaticano.

EWTTN 
el canal católico

www.ewtn.com • iberoamerica@ewtn.com

THE CABLE SHOW 2014: "EL AUGE DEL WI-FI"



NUEVA EDICIÓN EN LOS ÁNGELES

Una nueva edición de The Cable Show, la expo convención organizada cada año por la **National Cable Telecommunications Association (NCTA)** de Estados Unidos, tuvo lugar del 29 de abril al 1 de mayo en Los Ángeles.

Durante la primera jornada, se realizó la reunión de la Junta Directiva de **Tepal**, con la presidencia de **Mauricio Ramos** de **VTR Chile**, y directivos de la industria como **Enrique Yamuni** de **Megacable México**, **Jorge Schwartz** de **TVCable Ecuador**, **Eduardo Stigol** de **Inter Venezuela**, y **Laura Lozes** de **Cablevisión Argentina**, con coordinación de **Humberto García**, secretario general de la organización. Entre lo tratado figuraron los temas a ser considerados en la Expo Convención que **Tepal** realizará en Panamá a mediados de agosto.

Uno de los principales acontecimientos fue el desayuno latinoamericano de **Arris**, que tuvo la participación de cableoperadores de México (ver nota aparte) y sirvió para confirmar que la industria del cable, tanto en Estados Unidos como en América Latina, se está volcando a ofrecer servicios Wi-Fi como manera de atraer y retener suscriptores.

LOS PROGRAMADORES AFINAN LA PUNTERÍA

Un lugar destacado tuvo el panel de programadores que debatieron sobre el "auge de los mercados emergentes", donde participaron dos directivos familiarizados con América Latina: **Enrique Martínez**, presidente de **Discovery Networks** para la región, y **Jim Samples**, quien durante muchos años fuera titular de **Turner** en Argentina y actualmente comanda las operaciones internacionales de **Scripps Networks**,

que desembarcará este año en Brasil.

Entre las conclusiones, se pudo definir que los programadores pasaron 'de un enfoque global a uno panregional y ahora están analizando las preferencias país por país'. Otra de las conclusiones se refiere a que hay programas de atractivo para países diversos.

En ese sentido, se mencionó el caso del programa *Camioneros en el Hielo*, de **A+E**, descrito por **Sean Cohen**, directivo de la cadena, que en Latinoamérica está asociada con **OleNetworks**. **Cohen** atribuyó el atractivo a que 'en todo el mundo, a la gente le gusta ver cómo se las arreglan otras personas para ganarse a vida cuando las condiciones son difíciles'.

Russell Wolff, de **ESPN**, se refirió el éxito de su programa *Sportscenter*, cuyo formato ha sido adaptado a distintos países y permite comentar sucesos deportivos aún cuando no se cuenta con los derechos para retransmitirlos en su totalidad.

Los panelistas coincidieron en que la TV paga está avanzando pero que existen aún obstáculos, como la relativamente fuerte presencia de los broadcasters de aire --como en el caso de Brasil y México--, la piratería y que todavía hay *feeds* satelitales que cubren país de muy distintas preferencias, con uno que cubre al mismo tiempo China e India. 'En América Latina, México y Argentina pueden tener preferencias opuestas', manifestaron.

EXPO COMERCIAL

La exposición comercial generó entusias-



Michael Powell, presidente de NCTA



Junta Tepal en NCTA 2014: Humberto García, de Tepal; Enrique Yamuni, de Megacable México, Laura Lozes, de Cablevisión Argentina, Mauricio Ramos de Liberty, y Jorge Schwartz, de TVCable Ecuador

mo entre los visitantes y expositores, aunque cada vez más en términos de negociaciones localizadas y menor tiempo de permanencia en el piso del centro de Convenciones. Una mayor proporción de los acuerdos se celebra en reuniones privadas y en los hoteles cercanos.

En el marco social, lo más relevante de ayer consistió en la recepción para los delegados internacionales, en el propio centro, y una fiesta ofrecida por **Discovery** en los altos del Museo Grammy, que cerca del Centro de Convenciones recuerda la historia de la industria fonográfica.

En materia de paneles y seminarios, la temática que más atrae la atención, además del auge del Wi-Fi como manera de atraer y retener a clientes, es la posibilidad de una futura conversión de la TV paga a 4K --imágenes con cuatro veces la definición del HD-- y pantallas de varios metros de extensión, de interés para retransmisiones de imágenes en lugares abiertos, y en menor medida la Copa del Mundo a jugarse en Brasil, que en Estados Unidos impresiona a



Enrique Martínez, Jim Samples, Russell Woff, Sean Cohen y Derek Thompson en el Panel de mercados emergentes



Alejandro Harrison de Chello, y Sergio Canavese de Discovery

ARRIS™

SOMOS MULTISCREEN

Estamos liderando la experiencia de video y entretenimiento del futuro. No tan sólo estamos facilitando la manera en que gente pueda descubrir y consumir contenido, sino que también lo estamos haciendo con soluciones flexibles y rentables para nuestros clientes.

SOMOS ARRIS

Les presentamos a **Andy Aftlek**, jefe de nuestro Centro de Investigaciones Aplicadas. Él está aprovechando de la poderosa I+D de **ARRIS**, enfocada en el usuario y plataformas de software distribuidos, para desarrollar nuevas innovaciones para la multipantalla personalizada. La experiencia única de **Andy** incluye ser 'Fellow' del Institute of Engineering and Technology, poseer 21 patentes, y participar en múltiples comités de normativas internacionales como el Wireless World Research Forum. Y él está aprovechando todo eso para ayudar a cambiar la forma en que el mundo entero descubra y consuma contenido.

LA GENTE DE ARRIS LIDERANDO EL FUTURO DE MULTIPANTALLA

¡Visítenos en Acapulco!

Para una demostración de nuestros productos visítenos por favor en nuestra suite en el Fairmont Acapulco Princess sala Pirámide IV, o en CANITEC Booth 303.

ARRIS ORGANIZÓ ENCUENTRO LATINOAMERICANO EN LA NCTA

Durante la NCTA, Arris organizó el Desayuno Latinoamericano, que formó parte del ciclo "Mercados Emergentes" que incluyó también Europa y Asia, en el que profesionales de la región pudieron encontrarse y actualizarse en la problemática de la industria, con panelistas de México, Brasil y Aruba.

La conducción de la sesión que acompañó al desayuno estuvo a cargo de Alex Swan, VP de Comunicaciones de Arris, y participaron Raymundo Fernández, de Megacable de México; Raúl Ponson, de Setar N.V. de Aruba, y Samuel Possebon, periodista especializado del grupo Converse de Brasil.

Con respecto a la cobertura de la Copa del Mundo de Fútbol, Fernández señaló que, además de las transmisiones de los diferentes canales lineales, Megacable contará, a través de PCTV --de la que es accionista-- con el derecho a transmitir segmentos de los partidos. Ponson afirmó que, siendo el suyo un sistema pequeño con 30.000 suscriptores, la cobertura se hará vía ESPN y las principales acciones del operador serán realizar convenios con restaurantes y locales públicos, vender publicidad y enfocarse a quienes sintonicen las transmisiones a través de dispositivos móviles. Possebon comentó que, 'se espera una venta de 40 millones de receptores de TV, la mayoría con HD'.

Con respecto al Wi-Fi, uno de los temas calientes de la convención, Fernández afirmó que existe mucho interés, y que las dificultades técnicas (no el ancho de banda) que el usuario encuentra al instalar el Wi-Fi en su hogar son la mayor causa de quejas: 'Hay incompatibilidades entre el IP provisto y los equipos que se quieren instalar'.

Ponson coincidió en que 'pasamos la mayor parte del tiempo instruyendo a nuestros técnicos para que los usuarios no nos echen la culpa a nosotros. Y, en el campo, preferimos actuar con una red de telefonía móvil antes que Wi-Fi'.

Possebon afirmó en que los telcos brasileños han desplegado redes 3G y 4G, el DTH Sky ofrece comunicaciones terrestres donde tiene concesión y Netes el mayor proveedor de Wi-Fi, con 6,5 millones de suscriptores, a la vez que aporta su infraestructura para el transporte de



Seminario de Arris para América Latina: Raymundo Fernández de Megacable, Raúl Ponson de Setar N.V. Aruba, y Samuel Possebon de Converse, con el mode-

datos de Claro, la telco que también pertenece a América Móvil.

En cuanto a OTT,

Fernández comentó que ha sido lanzado por Megacable en noviembre pasado, y que se trata de llevar la experiencia VOD al OTT, 'para proteger a nuestros suscriptores y conservarlos. La gente en México es sensible a los precios; cuando Netflix tenga que pagar impuestos, tal como nosotros lo hacemos, las cosas van a cambiar, en los próximos cinco años tenemos que cambiar y proveer capacidad desde ahora para pasar de TV lineal a no lineal sin sobresaltos'.

Possebon evaluó que 'el OTT crece pero no es un éxito todavía; Globosat Premier ha sido un application'amos tanto tiempo por hora. No somos grandes generadores de señales, y la publicidad no es para nosotros una killer éxito con partidos de fútbol, Y Sky piensa ofrecer OTT, pero Brasil sigue siendo un gran mercado de telefonía móvil, con 17 millones de usuarios 3G y 2 millones de 4G. De todos modos, Net informa que su VOD es un suceso, más como elemento de retención que de captación de suscriptores: la mitad de sus usuarios actuales lo usan'.

En relación al contexto regulatorio, Fernández manifestó la necesidad de 'un terreno competitivo, hoy hay jugadores dominantes en muchos sectores, no sólo en telecomunicaciones. Si queremos competir en Wi-Fi, la única empresa que tiene eso es Telmex, tenemos que poder ofrecer el servicio. La nueva regulación nos permite un precio adecuado de interconexión y el acceso a zonas hasta ahora exclusivas de un único proveedor; Pay TV no fue considerado un segmento.

Además, tenemos must-carry y must-offer, lo cual nos deja libre dinero que veníamos pagando por retransmitir TV abierta'. Con respecto

a TV abierta, 'En julio el Congreso tratará la legislación "secundaria" de la Reforma de la Constitución: No hemos conseguido todo lo que pedimos pero creemos que el gobierno está haciendo un buen trabajo. En telefonía móvil saldrá beneficiada Telefónica'.

Ponson acotó que 'la legislación caribeña tiene puntos positivos y negativos. Quisiera que hubiera mayor regulación, eso nos ayudaría. Pero tenemos regulación de precios, y no podemos pasar los aumentos que nos imponen los programadores. También me gustaría que hubiera legislación sobre Neutralidad de la red, hay distintos criterios entre la Unión Europea y los Estados Unidos'.

Possebon afirmó que 'se esperaba que la nueva legislación lograra mayor inversión extranjera, que aumentaría el interés extranjero por la TV paga. Ahora esperamos que los proveedores de Internet ofrezcan TV paga pero hay temas legales que lo hacen difícil'. Por otro lado, 'la separación entre productores y distribuidores de contenidos ha sido muy exitosa, y la expectativa de mayor producción local de contenidos también se ha cumplido. Hace algunas semanas se aprobó el Marco Civil, nombre que tiene la ley que regula la neutralidad en la Red, ahora hay discusión acerca de cómo reaccionarán los proveedores, hay muchas disputas'.

A la pregunta final '¿Qué se puede mejorar?', Fernández contestó 'Depende de lo que se tenga; tenemos que aprovechar al máximo lo que tenemos. No podemos seguir en lineal, hay que hacer no-lineal. No hay nada que sea dramático, pero el público está cambiando y tenemos que proveer lo que ellos van a querer en diez años'.



Your services, your subscribers, any device

Pace's marriage of hardware and Elements software creates compelling, future-proofed TV services, from linear TV to advanced hybrid and multiscreen.

- Maximise payTV investments with Tungsten device software to deliver TV services today and tomorrow
- Drive video discovery and consumption with Cobalt enabled Over-The-Top (OTT) solutions
- Deliver engaging user experiences with Oxygen's flexible User Interface (UI) framework
- Protect and securely distribute content at lower total cost with Titanium Unified Rights Management (URM)
- Ensure customer satisfaction and retention with ECO Service Management and integrated applications

This is thinking beyond the box

Visit us at booth #619 at Canitec Expo
Expo Mundo Imperial, Acapulco, Guerrero
May 28 - 30, 2014



BRINGING TECHNOLOGY HOME
www.pace.com

¡HOLA! TV YA DISPONIBLE EN ESTADOS UNIDOS

Desde el 1º de mayo, el público de Estados Unidos puede sintonizar el *feed* dedicado a ese país por ¡HOLA!TV, ya disponible en América Latina a través de DirecTV y cableoperadores.

Ignacio Sanz de Acedo, titular del canal en América Latina y Estados Unidos, señala a PENSARIO que ‘estamos muy entusiasmados, viendo la huella, y creemos que habla bien de nosotros el que hayamos logrado entrar en un mercado tan competitivo como es el de los Estados Unidos’.

‘Estamos actualmente en DirecTV y llevamos adelante una negociación con Comcast y Dish, para seguir aumentando nuestra distribución en este mercado. Aportamos a un buen porcen-

taje de producción propia, a través de nuestros estudios en Miami, y como conscientes de que el mercado latino de la Unión Americana es diferente a los mercados de América latina, por lo cual vamos a ir diferenciando los enfoques, para adaptarlos a las preferencias específicas de cada audiencia y tener para Estados Unidos una señal ajustada al mercado’.

La estrategia general de ¡HOLA!TV es coherente con la de un canal *lifestyle*, un género de fuerte demanda en toda la región, combinando referencias a la realeza europea con *Travel in Style*, programa dedicado a los viajes de lujo, y periodísticos como *En Exclusivo*, serie de reportajes de Lana Montalbán con figuras relevantes en América Latina.



Rolando Figueroa, Fernanda Merodio e Ignacio Sanz De Acedo, de ¡HOLA! TV

¡HOLA! TV es una iniciativa conjunta para televisión de Atresmedia Televisión, de España y la revista ¡HOLA!, que publica 30 ediciones con distribución en 120 países de todo el mundo.

INTRAWAY: SOFTWARE PARA EL MUNDO

‘Uno de los elementos clave para una empresa de desarrollos de tecnología es poder vender sus soluciones a los mercados de Estados Unidos y la Unión Europea’, definió para PENSARIO Patricio Latini, SVP Broadband Communications de Intraway, que lo está logrando.

Latini describió estos adelantos durante una conversación en el stand que Intraway tuvo en The Cable Show en el Centro de Convenciones de Los Ángeles, Estados Unidos, el mes pasado: ‘Cuando se logra desarrollar software avanzado, cualquier país del mundo puede beneficiarse de estos avances, pero cada mercado --sea de TV paga, banda ancha o telefonía como de otra actividad-- tiene en la actualidad un grado de desarrollo determinado, algunos están ya maduros. Así, hay cosas que nosotros proponemos que ya están implementadas, de modo que, para conquistar esos mercados, lo que proponemos es modularizar nuestras funciones, de modo de poder aprovechar aquellas donde ofrecemos ventajas sobre lo existente en los mercados hacia donde vamos’.

‘De esa manera, por ejemplo, hemos logrado acceso a Mediacom, MSO de cable de Estados Unidos que valoró nuestra solución, a través de la modularización de los componentes que proponemos, y que se integran a lo ya existente, logrando una optimización tanto técnica como

de los recursos que necesitan asignar al tema’.

‘Esta evolución en nuestra estrategia nos permite estar avanzando en varios aspectos del software que son mucho interés para los sistemas de TV paga y acceso a Internet en los diferentes países de Europa y los Estados Unidos’. Como ejemplos, cita la Gestión de Firmware, el sistema operativo de los cablemodems instalados en el hogar de los suscriptores; la detección de fraude, que protege al cableoperador de los esfuerzos para uso de los servicios sin autorización; el *portal cautivo*, que permite informar al cliente acerca del estado de su cuenta con la empresa, y advertirle cuando está vencido, y la migración a IPV6, ante el inminente agotamiento de las direcciones IP bajo la norma IPV4, con motivo del expansivo crecimiento que ha tenido el uso de Internet en los últimos años.

‘En 2014 hemos lanzado en forma exitosa los módulos de autoaprovisionamiento, que ayudan a solucionar los problemas que puedan presentarse durante la instalación de dispositivos, y el monitoreo de la *quality experience*,

la calidad de servicio que aprecia el usuario desde su punto de vista’.

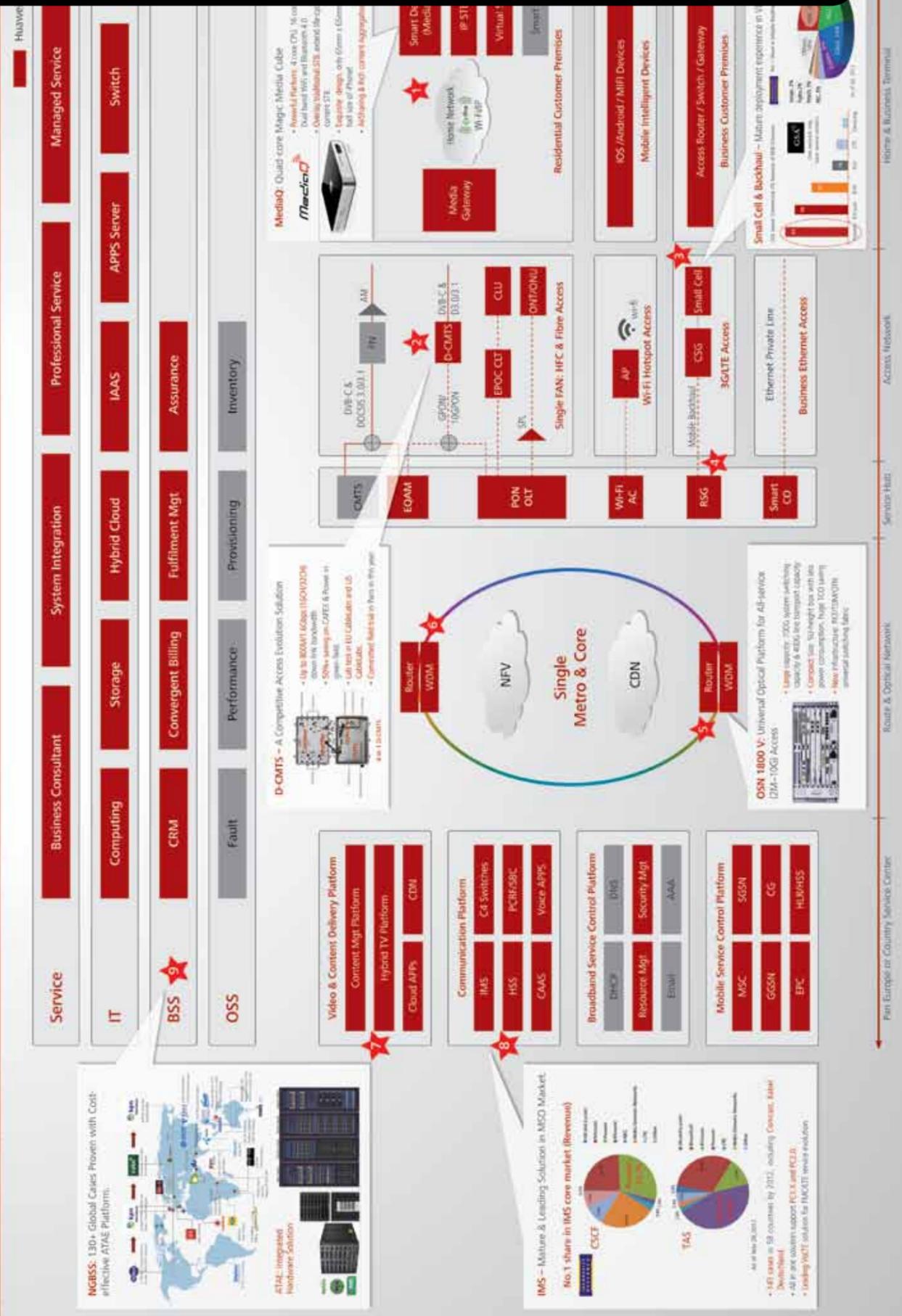
‘En América Latina vendemos la suite *Full Solution*, pero en los Estados Unidos y Europa somos competitivos y aportamos novedades a través de la oferta de aquellos módulos que cada cliente realmente necesita’.

Y concluyó: ‘Otra tendencia significativa es la relacionada con Service Activation, que permite reducir los plazos de instalación y puesta en funcionamiento de los nuevos servicios que pueda requerir el usuario al cableoperador, como agregado de telefonía o Internet al servicio de televisión por cable. El software analiza la interacción de lo nuevo con lo existente y reduce dramáticamente los plazos de instalación necesario, lo cual redundará en una mayor satisfacción del cliente con respecto al conjunto de los servicios que se le están brindando, y lo incita a seguir solicitando más servicios entre los disponibles’



Leandro Rzezak, José Luis de Gracia, Patricio Latini y Matt Torchinsky, de Intraway en The Cable Show

Huawei E2E MSO Solution



**XTIME Y
CINECLICK**



**LO MEJOR DEL
ENTRETENIMIENTO EN TU CASA**

DEXTER

GALACTICA

burn
notice

TRUJERON

NUMBERS



cineclick

¡LAS MEJORES SERIES!

cineclickchannel.com cineclickc cineclickchannel

¡TU CINE EN CASA!

xtimechannel.com xtimechannel xtimechannel



Headquarters 1362 NW 78th Avenue, Miami, Florida 33126 - U.S.A +1 (305) 463.84.82 ventas@barronscorp.com

TALK NOVELAS HUMOR TALK SHOWS VARIEDADES TELENOVELAS

Televisión que habla latino!

Contacto:
ventas@llladas@cisneros.com
121 Alhambra Plaza Suite 1400
Coral Gables, Florida, 33134
Ph. 305-4156250

DISCOVERY EN CANITEC 2014: EL CANAL TURBO COMO CENTRO DE ATENCIÓN

‘En estos días, vamos a hablar mucho en Canitec de la repercusión actual y futura de nuestro canal Turbo en el paquete básico de los sistemas de TV paga’, señalaron a Prensario Enrique Martínez y Alan Navarrete, de Discovery Latin America.

Martínez es presidente de esta poderosa división de Discovery Communications que comprende también el mercado latino de Estados Unidos, y viene de ser panelista en la convención de la NCTA sobre mercados Emergentes. Navarrete está a cargo de la empresa en México y acredita, como Martínez, una larga trayectoria en la industria. Turbo es uno de los canales que Discovery ha diseñado para apelar a los gustos de la audiencia masculina; la idea tiene sus orígenes en el canal Velocity de la Unión Americana, y ya está disponible en Brasil, Colombia y Centroamérica, así como en DirecTV. ‘Es

un género que despierta mucho interés: autos, lanchas, motos, aviones, motores, velocidad, todo lo relacionado. Vemos que existe mucho interés y lo estamos posicionando como marca’.

Agrega que ‘Cada uno de los canales que tenemos es considerado como un *asset*, un activo, y analizamos cuáles son los que tienen mayores posibilidades en cada mercado. En este caso apelamos a gente joven, un segmento que funciona bien en Discovery desde un principio, cuando descubrimos que los jóvenes sintonizan programación que en otras regiones apunta a un público de mayor edad’.

Navarrete aporta que en Canitec se dará relieve también a los nuevos canales HD lanzados por Discovery: *Home & Health* y *Discovery ID*, que se suman a *Discovery Kids*, *TLC* y *Discovery HD Theatre*. ‘Tenemos una muy buena distribución de los canales, y el show nos permite ver,



Enrique Martínez y Alan Navarrete, en The Cable Show

con la gente que maneja los distintos temas en cada plaza, el marketing de día a día’.

Habrà una celebración especial: una torta de veinte pisos festejando el 20º aniversario de Discovery en América Latina, que se compartirá con los visitantes. En resumen, ‘Turbo es un tema estratégico, a *Home & Health* se han agregado programas de cocina y es número 1 en *lifestyle*, *Discovery Kids* va muy bien con los más pequeños, y para esta temporada hemos agregado dos especiales de *Doki*’.

EL PORTAFOLIO DE DISCOVERY ALCANZA LOS MAYORES RATINGS DE SU HISTORIA EN EL PRIMER TRIMESTRE



Carolina Lightcap

Discovery Networks Latin America/U.S. Hispanic anunció que su portafolio de canales alcanzó los ratings más altos en su historia en el primer trimestre del año, con un crecimiento en su audiencia de +12% respecto al año anterior en horario estelar entre personas de 25-54 años.

Carolina Lightcap, Head of Content del portafolio de 11 señales de DLA/USH en América Latina, destacó: ‘El continuo éxito en los ratings y la posición de liderazgo de Discovery en América Latina confirman y destacan nuestra estrategia de contenidos en la región, que se enfoca en entender y satisfacer las necesidades de nuestros consumidores’.

El informe distribuido por la compañía señala que su canal insignia, **Discovery Channel**, que inició el 2014 ubicado como la señal factual #1 por decimotercero año consecutivo, mantuvo su liderazgo a nivel panregional entre las señales factuales en el primer trimestre. Además, continúa mostrando un crecimiento de doble dígito en Brasil y Argentina respecto al año anterior.

También en Brasil, mercado clave para la empresa, el crecimiento del canal ha consolidado el posicionamiento de Discovery entre las 10 principales señales de TV Paga por segundo trimestre consecutivo.

En México, Discovery continúa incrementando su audiencia masculina con un aumento en ratings de +12% respecto al año anterior, que lo ubican en la tercera posición entre todas las señales de TV Paga en el primer trimestre.

Para el caso de la señal de estilo de vida de mujeres **Discovery Home & Health**, tuvo un primer trimestre con un crecimiento en

ratings de +41% a nivel panregional durante el horario estelar, respecto al año anterior. El canal continúa ubicado como la señal de estilo de vida #1 entre mujeres de 18-49 años a nivel panregional y en todos los mercados que reportan ratings en América Latina y que incluyen a Argentina, Brasil, Chile, Centroamérica, Colombia México y Perú.

En el segmento infantil, **Discovery Kids** continúa posicionado como la principal señal para preescolares a nivel panregional, entre niños de 4-11 años, con incrementos de audiencia respecto al año anterior en Brasil y México. Además, sigue siendo la señal de TV paga #1 entre mujeres de 25-49 años de edad.

Por último, **Investigation Discovery** contribuyó también al crecimiento general del portafolio de canales de DLA/USH, con un incremento de audiencia de +40% a nivel panregional respecto al año anterior, entre adultos de 25-54 años, y de más de +20% en Argentina, Brasil, Colombia y México.

La mejor programación en francés en VOD.

El arte de vivir de los franceses se adapta al estilo de vida de los espectadores.



Ahora a nuestra programación habitual sumamos la opción VOD con los mejores programas comprometidos con la gastronomía, viajes, lujo y todo lo mejor del “arte de vivir”.

TV5MONDE

VEMÁS TV: CRECE LA DISTRIBUCIÓN EN LATINOAMÉRICA

Cosme López, director general de las señales de TV paga de **Venevisión**, comentó que el objetivo para este año es 'crecer todavía más' en distribución. En Colombia, hubo un acuerdo con **Global TV** de **Juan Gonzalo Ángel**, para mudar el canal **VemásTV** cerca de los canales abiertos **RCN** y **Caracol**, debido a su buen rendimiento. 'Para nosotros es muy positivo y validador de los altos niveles de rating que ya teníamos en **Claro**'. En Colombia se tiene el 65% de penetración en el mercado.

En Perú, donde tiene disponible el canal **VePlus TV** con el mismo concepto de los otros, está en conversación para incrementar su distribución con **Movistar TV**, con el cual ya han iniciado conversaciones. López explicó que, si bien 'están muy apretadas las grillas', el contenido tiene buena receptividad con material propio de los canales abiertos. 'Esta-

mos seguros de que ahora en **VeplusTV** dará el mismo rendimiento que está dando en Dominicana, Colombia y Venezuela'. Se busca presencia en las plataformas no sólo lineales.

El ejecutivo agregó sobre los desafíos para este año: 'Estamos enfocados con **VeplusTV** en consolidarnos en Centroamérica con un 40% de presencia, en el Caribe con más del 80% y es un reto entrar en Chile y Argentina pero no dejan de ser territorios de gran interés. Buscaremos además penetrar fuerte el mercado mexicano, pues gran parte de nuestra programación está hecha para **Univisión** con grandes talentos mexicanos que hace que el canal sea muy adecuado para México. Los otros



Cosme López y Caro Lavado en Andina Link

mercados es más un tema de consolidación, pero México requiere un esfuerzo adicional y lo vamos a hacer. Estamos enfocados en encontrar una fuerte venta conectada con el mercado tercerizada o propia pero local, no desde Miami. En Canitec ya asistiremos con lo que hallamos decidido' completó.

HUSTLER UNIFICA SUS PRODUCTOS BAJO LA MISMA MARCA



Alexander Behrens en APTC

Desde su aparición en 1974, Hustler se ha consolidado en el mercado de entretenimiento adulto, bajo el liderazgo de su fundador **Larry Flynt**. La marca llegó a Latinoamérica a través de sus señales **Hustler TV**, **XTSY**, **Juicy**, **Quickies**, **Girlfriend Films**, **Manhandle** y **His**.

'A finales de 2012, la empresa **LFP Broadcasting** (dueña de Hustler), compró a **New Frontier**, al fusionarse ambas compañías surgió la proveedora de canales adultos más importante del mundo', destacó a **PRENSARIO** **Alexander Behrens**, VP regional de mercadeo y ventas de Hustler.

'Con 15 canales en el mundo y más de 3.500



horas mensuales de contenido adulto, Hustler posee una variada oferta que hoy se encuentra disponible en los principales operadores de 20 países de la región. Tenemos cuatro canales lineales, con la posibilidad de ofrecer algunas señales más en el norte de la región, ya que la pisada de los satélites del Norte nos permiten ampliar esta oferta'.

'A partir de este año hemos desarrollado una nueva estrategia de marketing y distribución unificada nuestra estrategia de comunicación todo a través de la marca Hustler, bajo la cual circularán todos los productos', comentó.

'La gente sabe que paga para ver contenido adulto, lo va a tener en nuestra señal. A nivel imagen también estamos reforzando todo este trabajo enfocándonos en la fuerza de la marca. Con algunos operadores en particular estamos haciendo promociones y queremos reforzar nuestra nueva imagen para que sea conocida por todo el público', completó.

'Estamos trabajando para ofrecer un breve una señal en HD, como la que se ve en Estados Unidos, ese será seguramente nuestro siguiente paso. Queremos seguir mostrando nuestra inmensa selección de contenido adulto con excelente calidad y productos diversos y novedosos. Nuestra gama va desde canales lineales por suscripción, contenido PPV, VOD, SVOD, y OTT (TV Everywhere)'.

'En TV Everywhere estamos lanzando en estos meses una oferta con **DirecTV** y nuestro canal **XTSY**. La idea es seguir creciendo, nos hemos propuesto aumentar un 15% nuestra presencia en la región para este año. Estamos trabajando muy fuerte con asociaciones y agrupaciones de operadores pequeños, para poder acercarles una oferta diferencial por volumen que sea conveniente para ambas partes'.

Finalmente, explicó: 'Nuestras señales se caracterizan por tener talentos de todo el mundo. Incluso, parte importante de **Hustler Honey** provienen de Colombia, México y Argentina, pero la búsqueda nunca termina, porque la idea es tener el mejor talento a disposición de la audiencia'.

Una señal, para todo el mundo.



Conectividad
Información Entretención Cultura

Contacto :
 alexis.piwonka@tvn.cl
 +(562) 2707-7240

Síguenos en :
 /TVChileTVN @TVChileTVN

Comercializado por :

FOX International
 Channels
 LATIN AMERICA

ARGENTINA: (541) 4103100 / CENTROAMERICA: (502) 2247 2700 / CHILE: (562) 750 6600
 COLOMBIA: (571) 610 7044 / MEXICO: (5255) 9138 6808 / VENEZUELA: (58212) 820 3200

MÉXICO: INVERSIÓN PUBLICITARIA EN TV ALCANZÓ LOS USD 1.400 MILLONES

REPORTE DE DATACHECK

La inversión publicitaria en televisión, tanto abierta como de paga, recibió en México un total de 1.400 millones de dólares en el primer trimestre del año, de acuerdo a un informe de SpendCheck+, la herramienta de monitoreo de medios de DataCheck.

De este total, casi USD 1.350 millones, un 94%, fue para la televisión abierta, que se dividió entre los canales de **Televisa** y **TV Azteca**. En el primer caso, los canales los canales 2 y 5 captaron el 58% de la inversión, tanto en prime time, como en día total, mientras que **Azteca 7y Azteca 13**, recibieron el restante 42%.

Para el caso de TV paga, que recibió un 6% de la inversión total en televisión, unos USD 93,4 millones, el informe destaca que seis canales concentraron el 36% de lo invertido en el medio en le primer trimestre del año.

La lista, que considera la inversión a lo largo de 24 horas al día los 7 días de la semana por canal, la lidera **Unicable**, de Televisa, que recibió USD 6,7 millones, seguido por **Fox**, con 5,6 millones, **War-**

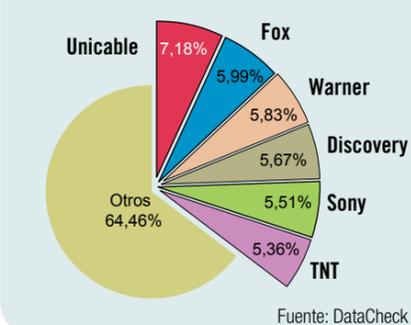
ner, con 5,45 millones, **Discovery Channel**, con 5,3 millones, **Sony**, con 5.14 millones, y **TNT**, con 5 millones. Luego se ubicaron **Golden**, **History**, **Nat Geo** y los deportivos **ESPN** y **Fox Sports**.

Lourdes Espinoza, fundadora y CEO de DataCheck, explicó en conferencia de prensa que 'el dato al primer trimestre se debe a que siempre en los primeros meses del año se observa cierta baja en las inversiones, las cuales van acelerándose en el transcurso del año', por lo que estimó que, por ejemplo, en el segundo trimestre la inversión en TV se incrementará entre 20 y un 30%, impulsada por los festejos en el país del Día de las Madres y el Día del Niño, y la llegada del Mundial Brasil 2014.

Al analizar la inversión por rubros, SpendCheck+ destacó que entre los principales anunciantes de la televisión se ubican ONGs y organismos gubernamentales, seguidos por el segmento de tiendas minoristas y departamentales, el sector farmacéutico y de cuidado personal.

En TV abierta, las organizaciones y el Gobierno, los minoristas y el sector farmacéutico, son quie-

INVERSIÓN PUBLICITARIA POR CANAL EN TV PAGA – PRIMER TRIMESTRE 2014



nes mayores inversiones realizan: la **Fundación Televisa** (USD 38,46 millones), el Gobierno de la República (30,6 millones), **Wal-Mart** (37,06 millones) y **Sam's West Inc** (70,8 millones) son las entidades que más gastaron en publicidad dentro de cada rubro.

Para el caso de TV paga, las mayores inversiones corresponden a telecomunicaciones (telefonía móvil), minoristas-departamentales y compañías de entretenimiento. En la primera categoría, Grupo Televisa invirtió 7,8 millones y **Telcel (América Móvil)** 1,75 millones, lo que representa 92% del total.

ENTRETENIMIENTO SIN FRONTERAS



NUESTRA TELE

Somos la ventana que conecta a los hispanos, haciéndolos sentir como en su propia casa. Te traemos lo que estabas esperando. Grandes series y novelas, lo mejor del deporte en directo, magazines, noticieros, chismes de farándula, eventos en vivo y mucho más para que no te pierdas ni un segundo de NUESTRA TELE.



HAZ PARTE DE ESTE GRAN CAMBIO
HAZ PARTE DE NUESTRA TELE

contactocanalnuestratele@canalrcn.com

www.canalnuestratele.com



¿Quiere expandirse a mercados FTTx?

Incognito Auto Configuration Server aprovecha el poder de TR-069 para que:

- 1 Logre la activación y aprovisionamiento zero-touch de dispositivos para acelerar el lanzamiento de nuevos servicios
- 2 Obtenga visibilidad detrás del gateway residencial y tenga mayor control sobre los dispositivos de los suscriptores
- 3 Mejore la calidad de la experiencia al identificar rápidamente los problemas en los dispositivos.



Eche un vistazo a lo que TR-069 puede hacer por usted

Contáctenos: sales@incognito.com

TELEFÓNICA, UNA OFERTA PAY TV MULTIPANTALLA

BUSCA REPLICAR EL MODELO ESPAÑOL EN AMÉRICA LATINA

Ignacio Fernández Vega, director del Área de Contenido Global de Telefónica España, explicó a PENSARIO que esta división desarrolla la estrategia global de contenidos para los países donde se ofrecen servicios Pay TV, así como la viabilidad de implantarlos en los países que actualmente no los tiene.

‘La Unidad de Contenido Global ejecuta la negociación y adquisición de derechos deportivos y de entretenimiento, así como la producción y co-producción, esta última a

través de Telefónica Studios. También apostamos a proyectos OTT de video’, destacó.

La compañía ofrece servicios VOD en España (Movistar TV) y América Latina. En Brasil y Chile están relacionados con los servicios de Pay TV, pero en Argentina es un servicio OTT únicamente, On Demand. ‘En 2014 está previsto ampliar estos servicios a otros países de la región’, comentó Fernández Vega.

El ejecutivo indicó que se ofrece contenido de los principales estudios de Hollywood y mundiales (BBC, etc.), y también de distribuidores independientes. ‘En muchos casos, este tipo de contenido nos permite reforzar el sabor local de nuestra oferta, y una diferenciación frente a nuestros competidores’, resaltó.

‘Telefónica apuesta por una completa oferta multipantalla de Pay TV, en la que conviven los canales lineales con el VOD, tanto en SVOD en TVOD —con una fuerte apuesta por el contenido en vivo—, y tiene como misión replicar la oferta que hay en el hogar, fuera del hogar. Este proyecto se ha iniciado en España con bastante éxito, y durante el



Ignacio Fernández Vega, director del Área de Contenido Global de Telefónica

2014 tenemos como objetivo lanzarlo en otros países’, subraya Fernández Vega.

El objetivo del Grupo Telefonía es ir hacia una “video company”. ‘Hemos desarrollado coproducciones de cine y TV: en España coprodujimos Isabel con TVE, y también Víctor Ros, sobre un detective español, que tuvo una ventana exclusiva en VOD antes de su estreno en abierto, previsto para este año en La 1. Nos gustaría ampliar este sistema con otros socios para 2014’.

‘En España, por ejemplo, apostamos a Fórmula 1 y Moto GP, que son una confirmación de que no sólo somos una compañía de video sino que estamos apostando por contenidos exclusivos y experiencia diferencial. Ambas estrategias tienen que desarrollarse en paralelo, por que los clientes más jóvenes demandan consumo no lineal y multidispositivo. Y en ello tenemos una ventaja exponencial, tanto en banda ancha como en DTH’, completó el ejecutivo.



Victor Ros es una serie de detectives que tuvo su premier en exclusiva en VOD, y espera por su estreno en TV abierta en La 1

ATRES SERIES DESDE JUNIO, DISPONIBLE EN LATINOAMÉRICA

Atres Series, la nueva señal internacional del Grupo Atresmedia, estará disponible para toda Latinoamérica a partir del 1 de junio. La programación será completamente en HD y estará compuesta de series en español.

El catálogo de contenidos tiene series históricas (Hispania, Imperium, Toledo) y de época (Gran Hotel, El Tiempo entre Costuras), románticas (El Secreto de Puente Viejo, Amar es para Siempre), juveniles (Física o Química), comedias (La Familia Mata, Aquí no hay quien Viva) y series familiares (Los Protegidos, Vive Cantando).

Atresmedia Televisión de España produce más de 600 horas al año, ya vende sus series en más de 30 países. Estuvo presente en la última edición de MIPTV de Cannes, la mayor feria de contenidos audiovisuales del mundo y en el

informe The Wit Guide to Scripted Formats 2014, que sitúa a España entre los cinco países que más series y formatos de ficción venden en el mundo.

En distribución de programación, confirmó la emisión de Velvet en TV abierta de Italia y Francia; y El Tiempo entre Costuras, una adaptación de la obra homónima de María Dueñas, se estrenará en Alemania, Italia, Rumanía, Filipinas y Latinoamérica.

ÉXITO INTERNACIONAL

Atresmedia cuenta con una presencia de casi dos décadas en Latinoamérica a través de la señal Antena 3 Internacional, que llega a más de 14 millones de hogares y que también se encuentra entre los canales más vistos.

Además, desde septiembre pasado, el grupo de



El Tiempo entre Costuras



Velvet

medios español dispone de ¡Hola! TV, un nuevo canal fruto de la alianza con la emblemática revista ¡HOLA!, que en un tiempo récord ha logrado consolidarse como una de las ofertas de referencia en el mercado hispano.

VIVÍ TODO EL MUNDIAL BRASIL 2014



12 de JUNIO al 13 de JULIO

Evento exclusivo para la República Argentina

Contacto Ventas Afiliadas:
Hernán Chiofalo, hchiofalo@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3531.

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

www.tycsports.com



FIFA WORLD CUP
BRASIL

TyC Sports

HUAWEI LLEVA A LOS MSOs HACIA A UNA OPERACIÓN FULL-SERVICE

Dado que los servicios de banda ancha al hogar continúan mostrando un rápido crecimiento, B2B, banda ancha móvil y servicios Wi-Fi serán los puntos de crecimiento clave para el negocio de los MSO en los próximos años. El gran desafío para los MSO será cómo construir una red de servicios múltiples que pueda proveer los servicios que se requerirán a futuro.

La estructura de ingresos de los operadores de servicios múltiples (MSO) está cambiando. Mientras que los servicios de televisión tradicionales siguen siendo un ingreso importante, los nuevos ingresos serán principalmente por los servicios de comunicación: voz, banda ancha, incluso inalámbrica. Es decir, los MSO deberán diversificar sus servicios a través del quad-play (televisión, voz de telefonía fija, banda ancha y servicios móviles), para mejorar sus ingresos y mantener la lealtad de sus suscriptores.

Al estar experimentando una caída en el valor de los servicios tradicionales de televisión, similar a la disminución de los servicios de voz de línea fija de las compañías de telecomunicaciones, los MSO buscan ofrecer más contenido (VoD), lo que a su vez conduce a una mayor utilización del espectro. El OTT también está teniendo un gran impacto.

La capacidad de ancho de banda insuficiente se ve reflejada en el rápido crecimiento de los servicios OTT que consumen canales DOCSIS. Esto tendrá un gran impacto en el servicio de banda ancha al compartir canales DOCSIS. Otro desafío que enfrentan los MSO son las redes FTTH construidas por los operadores de telecomunicaciones que pueden

proporcionar mucha más capacidad de ancho de banda que las redes de cable.

DÉBIL CAPACIDAD MULTI-SERVICIO

La competencia entre los operadores se define cada vez más por ofrecer servicios múltiples. Los servicios de gran ancho de banda, basados en la nube, requieren un ancho de banda de enlace ascendente mayor, que es la desventaja de la tecnología DOCSIS. El crecimiento de los servicios de banda ancha en el hogar continúan creciendo, los servicios B2B, banda ancha móvil y Wi-Fi serán puntos de crecimiento claves para el negocio de los MSO en los próximos años.

Para satisfacer las necesidades del usuario, los MSO deben ajustar la estructura de su negocio. Huawei ofrece soluciones E2E para la operación Full Service de los MSO. Estas soluciones han servido con éxito en la transformación del negocio de más de 30 MSOs.

Huawei también ofrece la solución U2NET dirigida a aplicaciones basadas en la nube para ayudar a construir los servicios E2E con redes de ultra banda ancha con capacidades de acceso de 100M.

Los backbone tradicionales y las redes Metro de los MSO tienen una arquitectura de red simple. Con la operación de servicio completo y con todas las redes IP, las capacidades de la red se han vuelto insuficientes. Esto se hace evidente en el hecho de que los MSO necesitan soportar más servicios, implementar IPv6, y poner en práctica la gestión de redes E2E. Las soluciones de Single Backbone y Single Metro de Huawei están diseñadas para proporcionar a los Data Center Core Switches y a los productos de seguridad, un alto rendimiento para la red troncal y las redes metro de los MSO. El Router 400G NE de Huawei se ha comercializado con éxito y puede evolucionar a plataformas de 1Tb. Soportando varias soluciones IPv6 incluyendo DS-Lite, DS+, NAT444, 6RD; estos routers han hecho frente a los problemas que rodean a la reutilización de las redes actuales.

UNIFIED ULTRA - BANDA ANCHA DE ACCESO POR CABLE

Huawei desarrolló un CMTS DOCSIS 3.0 basada en (D-CMTS) que es una solución de acceso coaxial bajo la arquitectura de un Single



Fan. Terminales de línea óptica (OLT) se están instalando en los HUBs como dispositivos agregados, mientras que los convertidores de medios coaxiales (CMC) se despliegan en el nodo óptico para procesar protocolos DOCSIS.

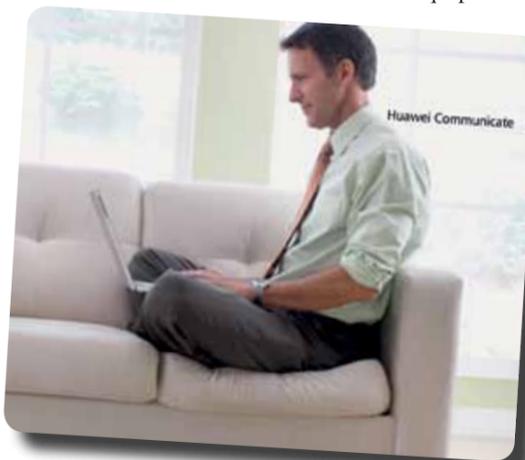
Hybrid Video Platform: Huawei también ha desarrollado una plataforma de video híbrido cable/OTT que cuenta con la ventaja de ser un ecosistema abierto y unificado, y a su vez una plataforma de aplicación de cooperación y operación.

EMPRESA DE COMUNICACIONES INTEGRADAS

La solución IP Multimedia Subsystem (IMS) de Huawei permite a los MSO ofrecer servicios integrales de comunicación a nivel de empresa. Esta solución se basa en la gran capacidad de cálculo que posee la arquitectura de avanzada (ATCA), soportando millones de suscriptores.

TRANSFORMACIÓN DE REDES INALÁMBRICAS Y MVNO

Como los MSO adquieren más y más espectro y despliegan numerosos puntos de acceso Wi-Fi, la demanda de backhaul móvil (MBH) es cada vez mayor. Huawei puede proporcionar múltiples soluciones MBH utilizando tecnologías OTN/PTN/GPON/DCMTS. Con los recursos existentes de cable en poder de los MSO, simplemente eligiendo D-CMTS para backhaul móvil y Wi-Fi se puede reducir en gran medida el costo por unidad de ancho de banda y el costo total de propiedad (TCO). Los MSO pueden entrar al negocio de telefonía móvil a través de operaciones de redes virtuales móviles (MVNO). La Solución MVNO E2E de Huawei proporciona una guía de diseño para BSS/OSS, VAS, hasta la red principal, y es compatible con varios modelos de cooperación MVNO. Su plataforma especial MVNO permite que la misma red sea compartida por varios operadores al mismo tiempo, garantizando la separación de sus respectivos datos. La solución soporta entrega rápida y personalización para permitir que los MSO obtengan un rápido crecimiento de su base de suscriptores y sus ingresos. La Solución MVNO de Huawei ha sido utilizada con éxito por varios MSOs europeos.



RCN: BUEN POSICIONAMIENTO DE NUESTRA TELE TRAS EL CAMBIO DE IMAGEN

Desde el 1 de abril, **TV Colombia**, la señal internacional de **RCN**, se ha convertido en **Nuestra Tele** con nueva imagen y renovación, logrando en marzo un crecimiento del 32% promedio en todas las franjas horarias, comparado con igual mes del año anterior.

‘No podríamos estar más satisfechos con los resultados. El incremento es más notorio en prime time donde el crecimiento ha sido del 63%. Los fines de semana el crecimiento de los televidentes ha sido del 21%’, destacó a **PRENSARIO** el director de ventas internacionales, **Julián Giraldo**.

‘Estamos muy felices de que la audiencia haya recibido tan bien los cambios. Éramos conscientes que los primeros meses podrían ser difíciles porque a veces cambiar horarios habituales genera una reacción ambigua pero por fortuna en nuestro caso la gente recibió de inmediato y de manera positiva la nueva oferta

de programación’, añadió.

‘Quizás lo más difícil era el cambio de la hora del noticiero de la noche que tradicionalmente se emitía a las 7 pm de Colombia, y ahora la estamos emitiendo a las 6 pm. En esa franja el crecimiento de la audiencia es del 51% luego quiere decir que la gente recibió bien el cambio, que además se acomoda mucho más a los horarios para ese tipo de programación en Estados Unidos y a las 7 pm ya pueden disfrutar de la famosa serie *El Capo*. A las pm nuestro crecimiento fue del 95%’, señaló.

De la nueva programación, se destaca *Viva la Tarde*, magazine que conducen **Carlos Calero** y **Janeth Waldman**, con invitados especiales, música en vivo, el cubrimiento de la farándula local; *Tenemos que Hablar*, que presenta **Alfonso Díaz** y está dedicado a la farándula en Estados Unidos, también nuestro programa de deportes *Charla Técnica* con todas las noticias y últimos

acontecimientos en el deporte mundial. En la mañana *América se Entera* presenta un resumen de las principales noticias del mundo hispano.

Por último, Giraldo manifestó: ‘Vamos a seguir presentando un amplio calendario de eventos especiales, estuvimos transmitiendo en directo desde el Carnaval de Barranquilla y más recientemente desde Valledupar el Festival Vallenato. Desplazaremos un equipo especial de periodistas a Brasil para el cubrimiento del Mundial de Fútbol, especialmente en las ciudades sede de los equipos latinoamericanos. Continuaremos el resto del año cubriendo los más importantes eventos para mantener a nuestra audiencia al día con lo que pasa en Colombia y en el resto del continente’.



Julián Giraldo



Amparo Pérez

EWTVN: EL AÑO DEL PAPA

La señal católica **EWTVN** estuvo una vez más en la Cumbre APTC de Piura, donde **Amparo Pérez**, gerente de

mercadeo internacional, destacó el gran interés que han despertado las transmisiones en vivo desde el Vaticano, desde el nombramiento del primer Papa latinoamericano.

‘Es el año del Papa. Además, en abril tuvimos transmisiones especiales en vivo por las canonizaciones de Juan Pablo II y Juan XXIII’, señaló Amparo. Además, la señal tiene en su programación documentales, películas

series educativas, dibujos animados noticias y programas de entrevistas.

Su llegada es a todos los países de la región, incluyendo Brasil donde se transmite con audio doblado al portugués. En Perú, como todos los años en APTC, hay un creciente interés de operadores que buscan llevar la señal, o bien regularizarla y están quienes abren nuevas operaciones y buscan su autorización.

ENLACE Y ENLACE JUVENIL SE CONSOLIDAN EN LATINOAMÉRICA

Enlace es la señal internacional de TV satelital con contenido cristiano en español, con 25 años y oficinas en 20 países y más de 6000 puntos de transmisión entre canales abiertos y TV paga. Puede ser vista a través de 15 satélites en toda América Latina, América del Norte, el este de Europa y el norte de África.

En México, Enlace está en los principales

sistemas de TV paga como **Cablevisión**, **Cablemas**, **Cablecom**, **Megacable**, **Telecable** y **Sky**. Como en todo el mundo, también puede verse por Internet y las plataformas de televisión móvil.

El canal busca ‘comunicar el mensaje Cristo a todo el mundo’ a través de medios de comunicación, usando tecnología de punta,



transmitiendo contenidos específicamente diseñados para cada segmento poblacional.

En la misma línea pero orientada al público joven está la señal

Enlace Juvenil, una red cristiana de televisión vía satélite que transmite un mensaje de ‘motivación, espiritualidad, amor y fe’. En México se transmite por 625 puntos.

CONSTRUIR TV

A CHANNEL DEVOTED TO WORK AND WORKERS

QUALITY ENTERTAINMENT WITH SOCIAL FOCUS

SHORT FORMATS - DOCUMENTARY SERIES

LIFE STORIES - SOCIAL - GREEN
INDUSTRY - CRAFTS - EDUCATIONAL

watch it online

www.construirtv.com

More info & requests: internacional@construirtv.com

ConstruirTV
 @construirTV
 construirtv
 construirtv

NexTV Summit South America: MÁS CERCA DE LA PRÓXIMA GENERACIÓN



SERÁ EL 20 Y 21 DE MAYO EN EL HOTEL MELIÁ DE BUENOS AIRES

NexTV Summit South America, que organiza Dataxis con la dirección de Ariel Barlaro, volverá a realizarse en Buenos Aires el 20 y 21 de mayo en el Hotel Meliá de Buenos Aires. Se trata de la Conferencia y Demo enfocada en el despegue de la TV de próxima generación especializada en OTT-VOD, estrategias multipantallas, IPTV híbrida, SmartTVs y TV apps y TV interactiva, que se viene desarrollando todos los años en Argentina, desde hace tres años en México y desde el año pasado también en Brasil y Colombia, siempre con los mismos postulados.

En definitiva, atiende un segmento de avanzada que no es el que se ve en los eventos de cable, pero al mismo tiempo también habla concretamente de televisión para las empre-

sas que vienen de otras industrias de telecomunicaciones o eléctricas. En el caso de Argentina, estas conferencias han sido el primer lugar para que se puedan reunir y expresar las cooperativas que están llegando a la industria. En esta edición volverán a estar presentes las principales que parten con servicios de video dentro de Catel, la organización que preside Darío Oliver.

Según anuncia Dataxis, los nuevos negocios de la TV, la producción de contenidos para los for-



Ariel Barlaro



Juan Alberto Vásquez Córdova, de VTR; Gonzalo Hita, de Cablevisión; y Javier Ruete, de TCC

matos emergentes y las estrategias multipantalla, son los principales temas a abordar en este evento con conferencias académicas y demos de nuevos productos y servicios. Se espera la asistencia de más de 350 ejecutivos de TV de paga, satélite, telefonía, OTTs, grupos de medios nacionales e

AGENDA NexTV Summit South America

DÍA 1 MARTES 20 DE MAYO

09.30 hs. **Panel Ejecutivo I:** Nuevos modelos de competencia en Pay TV. La estrategia competitiva en Pay-TV. Prepagos

Javier Ruete, CEO TCC Uruguay
Mariano Kon, VP & General Manager, A&E Latin America
Angelo Cerda, Gerente General, Mundo Pacífico

10.40 hs. "Convenience" the new King
Ezio Sanchez, General Manager South America, Conax

11.20 hs. **Proporcionando un servicio de TV Paga robusto**
Sandra Conejos, Director of Sales Latam and the Caribbean, Amino

11.40 hs. **El nuevo modelo de negocios en TV Paga en Argentina**
José Luis Jacquet Matillon, Gerente General, Canal 4 Jujuy/ Unicable

12.00 hs. **Haciendo del hogar conectado una realidad**
Thierry Martin, VP Sales Latam, NAGRA Kudelski

12.20 hs. **Mundial 2014:** Retos y Soluciones en la Monetización Avanzada de Contenidos Premium con Publicidad y Pagos
Nicolás Amado, Director of Media, Southern Europe & Latin America, Brightcove

12.40 hs. **Los OTT y los Contenidos Premium**
Diego Rodríguez, TVE Manager, Fox Latin America
Fernando Poch, Senior Manager, Business Development, Turner Broadcasting System Latam
Ezequiel Ardigó, Director, TV Everywhere, A&E Television Networks

15.00 hs. **TV Abierta con estrategias multipantallas**

Fabian Cabral Guillama, Marketing y Comunicación, Monte Carlo TV, Uruguay

15.50 hs. **OTT: A tu manera**
Sefy Ariely, EVP Americas, Viaccess- Orca

16.10 hs. **La TV es "Everywhere"**
Nuevas experiencias de TV. Estrategias de TV Everywhere.
Jerónimo Macanás, Vice President Southern Europe and Latam, Accedo

17.10 hs. **El desafío de construir una red FTTH para nPlay con transporte de 3 distintos de TV (analógica, digital SD y HD y a posteriori IPTV)**
Raul Malisani, Socio Gerente, San Vicente Cable, Argentina

17.30 hs. **El desafío del negocio de VOD**
Gustavo Castro, Marketing y Contenidos - Servicio On Video, Telefónica de Argentina

DÍA 2 MIÉRCOLES 21 DE MAYO

09.30 hs. **Panel Ejecutivo II:** El futuro de la industria: Media Groups/Pay TV. ¿Hacia dónde va el negocio de la TV?

Gonzalo Hita, Gerente Comercial, Cablevisión
Juan Alberto Vasquez Cordoba, VP Planeamiento Estratégico, VTR
Marisa Piñeiro, Country Manager for Argentina & Head of HR Regional, Chello Latin America

10.30 hs. **Argentina Conectada:** TDT con servicios OTT
Emmanuel Jaffrott, Secretario Técnico y Académico, Plan Nacional de Telecomunicaciones "Argentina Conectada"

11.20 hs. **Live Linear Streaming:** el acelerador de TV Everywhere para operadores de TV paga

Sergio Silva, Sales Manager - Latin America, Elemental Technologies

11.40 hs. "El nuevo papel del OTT Video en el mercado de las telecomunicaciones"
Javier Guevara, Chief Marketing Officer, Qubit Corporate

12.00hs. La experiencia del usuario: a un par de clicks del contenido "ilimitado" de los Smart TV. Smart TV y la nueva generación de entretenimiento
Manuel Altman, Contents & Solutions Business Manager SmarTV, LG

12.20hs. **Panel Ejecutivo III:** Nuevos modelos de competencia en Pay TV. Operadores entrantes en un mercado cada día más competitivo
Ariel Fernández Alvarado, Gerente General, Telviso
Darío Oliver, Presidente, Catel
Gustavo Lapid, CEO, IP Tel
Javier Antonio Foresi, Gerente, Coop. Serv. Púb. Colonia Caroya y Jesus María

14.30hs. **Panel Ejecutivo IV:** Modelos de negocios OTT: estrategias ganadoras en OTT

15.30 hs. **TV e Internet convergen a través del estándar abierto HbbTV**
Romain Moyne, Regional Manager Latam, HDTV

17.10 hs. **Panel Ejecutivo V:** El impacto de los Smart TVs en el negocio de la TV. ¿La unión de smart TVs y OTTs afectará la TV paga? ¿Cómo crece la penetración de smart TVs?

Manuel Altman, Contents & Solutions Business Manager SmarTV, LG
Ezequiel Brusco, TV & IT Marketing Manager Sony Argentina / Uruguay

17.50hs. **Sorteo SmartTV y cierre de la Conferencia & Demo NexTV Summit South America 2014**

Graphic advertisement for Toolbox Cloud Hub. It features a central white cloud with a green logo and the text "TOOLBOX CLOUD HUB EN UN SOLO LUGAR". Surrounding the cloud are icons for "MUSIC", "MOVIES", "SPORTS", and "AND MORE...". Below the cloud, there are images of various devices: a smartphone, a laptop, a desktop monitor, and a tablet, all displaying a play button icon. At the bottom, the text reads "DONDE QUIERAS. CUANDO QUIERAS." and "#1 CLOUD PASS PLATAFORMA DE VALIDACIÓN N° 1 EN LA REGIÓN". The Toolbox logo and contact information are at the bottom left.

toolbox
CLOUD TV SOLUTIONS

+1 (305) 777-7998
contact@tbxnet.com
www.tbxnet.com

#1
CLOUD PASS
PLATAFORMA DE VALIDACIÓN
N° 1 EN LA REGIÓN

NEXTV SUMMIT SOUTH AMERICA: MÁS CERCA DE LA PRÓXIMA GENERACIÓN

internacionales y fabricantes de SmartTVs a la conferencia líder en América del Sur.

Entre los que exponen, como se ve en la agenda que figura más abajo, sobresalen **Gonzalo Hita**, director comercial de **Cablevisión** de Argentina, **Javier Ruete** como CEO de **TCC**, **Raúl Malisani**, **Angelo Cerda** de **Pacífico** de Chile y **Juan Alberto Vázquez Córdoba** de **VTR**. Del lado de los programadores, **Mariano Kon** de **A&E Latinoamérica** y **Marisa Piñeiro** de **Chello**

Latin America, y del lado de tecnología los SmartTVs con **Manuel Altman** de **LG** y **Jerónimo Macanás** de **Accedo**, la compañía que está haciendo posible la **TV Everywhere** a los operadores Tier 1.



Manuel Altman, de LG



Gustavo Lapid, de IP-Tel; Dario Oliver, de Telpin; y Mauricio Benítez, de Cotecal

ACCEDO LLEVA TV EVERYWHERE A LOS PRINCIPALES OPERADORES DE LA REGIÓN

LA INDUSTRIA MULTIPANTALLA DE LATINOAMÉRICA A LA VANGUARDIA

Accedo facilita a operadores de TV, TV Networks y compañías OTT líderes de la región su incorporación al ecosistema **TV Everywhere** y multipantalla. **Jerónimo Macanás**, VP para Latinoamérica, señaló: 'En los últimos dos años nos hemos convertido en líderes en la región como facilitadores multipantalla y **TV Everywhere** a las empresas regionales del sector'.

'Como compañía de capital europeo, el objetivo fue posicionarnos como líderes, primero invirtiendo localmente en la región incorporando expertos ingenieros y personal de ventas locales para sumarlos a nuestra experiencia en mercados internacionales como Estados Unidos, Europa y Asia. La mezcla de posicionamiento local y experiencia global son sin duda la pieza angular de nuestra estrategia de desarrollo en la región', añadió Macanás.

'Latinoamérica demandaba una compañía con la cual los principales jugadores de la TV de pago y contenidos premium pudieran desarrollar sus proyectos multipantalla de manera integral, decidida y con la seguridad de un líder internacional que piensa en local', completó.

GRANDES CLIENTES ACTUALES

Accedo ha instrumentado la **TV Everywhere** de **Moviecity Play** dentro del grupo **Fox International Channels**. Con **América Móvil**

también trabaja junto con **DLA** como partner para dispositivos de la plataforma multiscreen de **ClaroVideo**, al igual que con **ESPN Brasil** para las aplicaciones de SmartTVs, y de la misma forma con **Telefónica** en los países donde tienen pensado desplegar sus productos OTT.

DOS ENFOQUES

Señaló Macanás: 'Respecto al mercado de **TV Everywhere** y multipantalla, hay diferentes modelos estratégicos que están siendo desplegados por operadores de TV y TV networks de la región y todos vamos a aprender mucho en los próximos 12 meses acerca de lo que realmente el usuario final acepta con mayor grado de satisfacción. Frente a lo que algunos consideran la industria **TV Everywhere** en Latinoamérica, está sin duda más avanzada que Europa o Asia, y marca en muchos casos el camino a seguir en estas otras regiones'.

'La TV de pago es fuerte en la región y si a eso le sumamos un desarrollo económico interesante frente a momentos más complicados en otros continentes, el escenario es perfecto'. Sobre la rentabilidad de los nuevos servicios, agregó: 'Depende mucho de las estrategias de cada compañía, pero pueden resumirse en dos principales. Video bajo demanda monetizado bajo un modelo de suscripción, transaccional o publicitario y el modelo de **TV Everywhere**



Jerónimo Macanás, presente en NexTV Summit Buenos Aires

ligado al servicio de paquetes Premium de un operador de TV para fidelizar clientes mediante valor agregado a un negocio que no quieren que decrezca'.

'Actualmente ambos modelos están conviviendo bien de manera complementaria en la región y mi visión es que modelos híbridos y otros más disruptivos aparezcan en los próximos 12 meses aumentando mucho más la presión competitiva de todos los jugadores de la región. En **NexTV Summit Buenos Aires** se verán muchos enfoques y como en los próximos dos años van a convivir varios modelos donde finalmente será el usuario quien defina el concepto de "valor" de estos servicios', remarcó el ejecutivo.

ESTRUCTURA REGIONAL

Accedo cuenta con una oficina de ingeniería y delivery en Santiago de Chile, liderada por **Gorka Ordeñana**, además de presencia local más orientada a ventas en Sao Paulo con **Paloma Santucci**, quien trabajó anteriormente en LG en el área de SmartTV y en Ciudad de México con **Roberto Muller**, que estará presente en Canitec 2014. Todos ellos reportan a Macanás como VP para la región de Latinoamérica y el



PERFECCIONANDO LA EXPERIENCIA DE CONTENIDO

Soluciones de procesamiento de video para distribución multipantalla

HEVC EN TIEMPO REAL HOY

Experiencia galardonada en soluciones de procesamiento de video HEVC de Elemental

CONTÁCTENOS PARA ENTERARSE DE MÁS

www.elementaltechnologies.com

info@elementaltechnologies.com

VEA NUESTRAS SOLUCIONES EN

NexTV Summit South America 2014
20 - 21 de mayo | Buenos Aires, Argentina

Expo Canitec 2014
28 - 30 de mayo | Acapulco, México

TOOLBOX, INVERSIÓN Y CRECIMIENTO EN SOLUCIONES OTT

Toolbox, proveedor de soluciones para OTT, registró un importante crecimiento en el último año donde la cantidad de usuarios que acceden a sus plataformas se multiplicó por cinco. Esto, gracias al nivel de inversiones que ha mantenido la empresa, tal como afirmó **Luciano Cavalieri**, partner de la empresa, quien añadió: 'Los socios nos corrimos hacia la dirección estratégica para dejar un poco la parte operativa'.

Consolidada en la región, Toolbox mudó sus oficinas de Buenos Aires para incorporar 15 personas más al staff. Debido a la demanda de nuevos clientes en Centroamérica, abrió una nueva filial en Miami para avanzar en Estados Unidos; y busca representantes en Asia para acompañar sus trabajos con **Fox**.

Sumado a esta expansión, se preparan también para sostener la gran demanda que generará el primer *Mundial de Fútbol multiplataforma*. 'Cerramos contratos con los dueños de los derechos de las transmisiones del Mundial 2014. Comenzamos a proveer a cableoperadores con las mismas soluciones de CDN y validación que veníamos brindando a los proveedores de contenido adelantándonos al

crecimiento de las plataformas que vendrá con el Mundial'.

CLOUD HUB Y CLOUD PASS

Ante la problemática que enfrentan los programadores para distribuir contenidos en distintas plataformas, Toolbox adaptó su solución *Cloud Hub* también para ellos. 'Unificamos *Cloud Hub* bajo una misma seguridad y plataforma, para permitir que el la distribución hacia otros cableoperadores, plataformas de OTT o de terceros. Sigue siendo el dueño, sigue teniendo el control', explicó Cavalieri.

Las principales ventajas de la Solución *Cloud Hub* para content providers radican la seguridad en la protección del contenido, la posibilidad de saber si fue visto y por quién, y la reducción de costos -como por ejemplo de CDN-.

Este boom supuso también un gran paso para *Cloud Pass*, el módulo de validación de usuarios multiplataforma propio y exclusivo de Toolbox que maneja hoy el 90% de TVE.



Luciano Cavalieri

Actualmente trabaja con 50 MSO en América Latina y 15 en Asia y es utilizado por Turner, Fox y Moviestar entre otros. 'El tráfico crece tan rápido que los cable operadores no tienen cómo responder, por eso salimos al mercado administrando también soluciones de validación para ellos. Ya utilizan *Cloud Pass 3* de los mayores cable operadores de la región', señaló.

La solución *Cloud HUB* permite llevar las señales en vivo a diferentes plataformas e integrarlas con contenidos *On Demand*. 'Sumamos dos patas más a la plataforma: el *live content* y el contenido del usuario. *Cloud HUB* ahora reúne contenidos en vivo, contenidos de afiliados, contenidos de la propia OTT y contenidos propios del usuario. Nos gusta que el usuario pueda armar su propia televisión', concluyó el ejecutivo.

BOLD: SOLUCIÓN END-TO-END PARA OTT Y VOD

INTEGRADA CON CONAX Y CUBIWARE

Ariel Droyeski, representante comercial de **Bold**, destacó que la marca de origen uruguayo existe desde hace tres años y surgió de **Servinfo**, que tiene más de 10 años de trayectoria en telecomunicaciones e IP.

Con la experiencia de los que fundaron Bold desde mundo web, se enfocó en soluciones de IP y Streaming para industria de contenidos. Así creó herramientas propias end to end para que medianos y pequeños operadores puedan ofrecer OTT y VOD.

Incluye un CAS de **Conax** y un middleware de **Cubiware**, empresas con las que van a estar en NextTV, junto a una serie de componentes de desarrollo propio como un MAM y redes de servidores para VOD.

Los dos clientes más fuertes que están lanzando en estas semanas son **Montecable** y **Nuevo Siglo** de Uruguay. Se tiene además una docena de operadores en Brasil, un cliente en Centroamérica que está en etapa de Trial y dos en Argentina también en etapa en proyectos. Todos tendrían la solución completa con Bold.

El factor diferencial es lo competitivo del costo, pero también que es una solución probada y que funciona exitosamente. No hay que olvidar que está integrada con marcas de primera línea como los mencionados. La ventaja que funciona en la región tiene el valor agregado que ya está certificada para todos los proveedores de contenidos. Otros OTT, en la implementación, tienen que cumplir muchos pasos para homologar la plataforma, mientras

aquí esto ya está resuelto. Remarcó Droyeski que desarrollo de software en el mundo hay múltiples, pero operando y con éxito en la región hay pocas.

Además, la solución en el concepto end-to-end viene acompañada con servicio local con una línea permanente de asistencia en su cabecera y todo el soporte se da en español.

Finalmente, que sea una solución completa implica que el operador para desplegarla no tiene que desarrollar una gran estructura, que es otra barrera para este tipo de soluciones. 'Consideramos que hemos logrado el nivel de operatividad y éxito que buscábamos. Estamos en etapa de crecimiento y creemos que vamos a poder en este año y los próximos cubrir la demanda que se genere en toda la región' completó.



CREANDO UN MUNDO DE SOLUCIONES DE SEGURIDAD MULTI-RED



Verimatrix se especializa en proteger y mejorar los ingresos para servicios de TV digital multi-red y multi-pantalla alrededor del mundo. El premiado e independientemente auditado sistema Video Content Authority System (VCAS) y las soluciones ViewRight de Verimatrix permiten a los operadores de DVB cable, satélite, terrestre, IPTV y OTT extender sus redes de forma rentable y permitir nuevos modelos de negocio.

www.verimatrix.com

Visítenos en Canitec 2014
28-30 de Mayo • Acapulco • Stand #721



INEOQUEST TECHNOLOGIES: MONETIZANDO SERVICIOS DE VIDEO EN UN MUNDO DE TV EVERYWHERE

Los consumidores tienen muchas más formas de mirar video que nunca antes. Con estos cambios en el comportamiento de visualización, los proveedores de servicio que entregan video están siendo forzados a repensar sus modelos de negocio y plataformas de tecnología para retener a los suscriptores, asegurar experiencia de video de alta calidad y concretar un retorno de inversión para nuevas redes.



**POR KIRK GEORGE,
DIRECTOR DE MARKETING**

mejor calidad de experiencia posible cuando miran contenido de video. Para hacer esto, los CSPs necesitan ganar el control sobre la experiencia de visualización completa, desde los encoders head-end hacia los usuarios finales.



ENTENDER A LOS SUSCRIPTORES

Es crítico para los CSPs tener un claro entendimiento de lo que sus suscriptores están haciendo, tanto en tiempo real como en el análisis histórico. Sólo mediante la combinación de las dos piezas de información, los CSPs pueden ver el cuadro completo y utilizar el conocimiento para retener y alcanzar incluso más suscriptores. Teniendo visibilidad de la forma en la que los suscriptores están mirando video, se pueden tomar decisiones de negocio más inteligentes.

INCREMENTAR EL RETORNO

A partir de la dramática verificación y optimización de la distribución de contenido y la promoción publicitaria, los CSPs tienen la oportunidad de incrementar el retorno de las inversiones. Específicamente, los CSPs deberían:

- Confirmar impresiones a partir de la verificación y colocación de entrega de video on demand

- Predecir la oportunidad a partir de la identificación y correlato de patrones de comportamiento en la visualización y tendencias

- Optimizar la promoción a través de publicidad dirigida

- Asegurar el cumplimiento con SLAs y políticas de gobierno

INCLUIR LAS MÉTRICAS EN EL MIX

Para lograr éxito en estas áreas, los CSPs necesitarán combinar la inteligencia de las métricas operacionales y de comportamiento recogidas en sus redes, y transformar esta información en ítems procesables para lograr mejores decisiones de negocio.

Las métricas operacionales dan a los CSPs

una visión holística de las operaciones de redes, incluyendo cuáles regiones rinden mejor, la disponibilidad de canales y programas y más. Las métricas operacionales pueden dar a los CSPs las herramientas necesarias para mejorar las operaciones existentes y aportar nuevas ideas para tomar mejores decisiones sobre la gestión de servicios de video y mejorar la gestión del rendimiento. Además, los CSPs necesitan un firme control del comportamiento del suscriptor incluyendo el entendimiento de quién mira qué, desde dónde lo están mirando, por cuánto tiempo y en qué dispositivo.

Combinando las métricas operacionales y de comportamiento, los proveedores consiguen una vista completa sobre sus redes y comportamiento de los abonados, aportando un claro panorama de qué es lo que está pasando exactamente dentro de sus redes. Haciendo esta correlación, los CSPs pueden identificar oportunidades para monetizar sus servicios de video.

CONSEGUIR ÉXITO EN LA MONETIZACIÓN DEL VIDEO

Mientras el video se vuelve cada vez más importante para los consumidores y es mirado a través de múltiples dispositivos y desde diferentes lugares, los proveedores de servicios deben actualizarse para mantenerse vigentes. Invirtiendo en una plataforma capaz de recoger tanto las métricas operacionales como las de comportamiento y convertir esa información en acciones reales que puedan tener un impacto significativo en el negocio, los CSPs tienen una excelente oportunidad para detener las pérdidas de ingresos e incluso incrementar la monetización de sus servicios de video.

DESAFÍOS CLAVE PARA LOS PROVEEDORES DE VIDEO

El dramático giro que ha dado la forma en la que el contenido es consumido y necesita ser entregado, ha creado un número de desafíos a los proveedores que deben ser atendidos antes de avanzar con sus planes de monetizar sus servicios de video. Estos desafíos clave incluyen:

- Conservar los actuales suscriptores, dada la gran cantidad de opciones
- Entender y mantener la calidad alta de la experiencia de visualización
- Maximizar el retorno de la inversión

CÓMO INCREMENTAR LA MONETIZACIÓN DE VIDEO

Monetizar video es un proceso difícil dado la variedad de redes de video y el vasto número de dispositivos finales disponibles. Sin embargo, los proveedores pueden superar estos obstáculos y estar mejor posicionados para monetizar los servicios de video.

ASEGURAR SERVICIOS

El primer y más importante paso hacia el incremento de la monetización del video es asegurar que los suscriptores tengan la



Plataforma de Pruebas Masivas para Cable Módems y EMTAs

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

Cable Modem Test Platform

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

Soluciones para datos, voz y video sobre cable

3PLAY MÉXICO: TECNOLOGÍA PARA TV CABLE Y TELECOMUNICACIONES



3 Play México es una empresa dedicada al desarrollo de proyectos y distribución de equipamiento de alta tecnología para televisión por cable y redes ópticas de telecomunicaciones. Fundada en 2006, inició como desarrolladora de proyectos integrales y posteriormente, con la parte de distribuidora de equipamiento, aprovechando la experiencia adquirida en el mercado por parte de su personal en más de diez años.

La experiencia de sus profesionales y su filosofía de trabajo en equipo, hicieron a la empresa capaz de realizar complejos proyectos de construcción de sistemas de cable a medida, haciendo redes más eficientes incluso reduciendo los consumos de energía eléctrica. Entre los desafíos de las telecomunicaciones la empresa se ha estado ajustando a las necesidades e implementando nuevas tecnologías para brindar a las redes mayores capacidades y anchos de banda operativos, con las bondades que la tecnología

y sus avances nos ofrecen.

‘Nuestro inventario es amplio y consta de equipos ópticos, activos, pasivos y de cabecera, por mencionar algunos: Fuentes, Amplificadores, Nodos, Taps, Conectores, CMTS, Herramientas, Accesorios, Herraje, etc’, expresa la marca.

Además, cuenta con un equipo de asesores comerciales e ingenieros de soporte capaces de responder a las inquietudes del mercado en todo

momento. 3Play ofrece la opción de desarrollo de proyectos, iniciando desde lo más básico que puede ser digitalización o medición, hasta con la venta y asesoría de la instalación de los equipos en los sistemas de CATV de redes HFC.

‘La experiencia y buenos resultados de trabajos anteriores nos respaldan, así como la calidad de nuestra tecnología y equipos. Se ofrecen también los servicios de asesoría, reparación y taller de equipos, garantizando el funcionamiento óptimo de sus sistemas de cable.’

APPEAR TV

Dice Sergio Rentería que **AppearTV** está siendo en Latinoamérica una opción de primer orden para integraciones de cabeceras de cable e IPTV en México, Argentina y Brasil, con una plataforma flexible y modular. Acaban de hacer una importante integración con **Telecable** de Guadalajara con transcodificación de canales en 5 sitios, en México y la idea es repetir el stand en ABTA de Brasil.



Sergio Rentería

BOLD

MEDIA SOLUTIONS SUPPORT

OTT: Permite a operadores de PayTV y otros, alcanzar suscriptores fuera de la frontera de sus redes, optimizando anchos de banda externos en redes cerradas.

VOD SERVER: Disponibiliza contenidos para ser entregados a demanda a través de Internet, provee la posibilidad de almacenar contenido de forma escalable.

CAS: Integrado a los sistemas de acceso condicional y de manejo de derechos de contenido Conax, CryptoGuard, Verimatrix y Playready.

MAM: Permite almacenar sus activos digitales en un servidor local así como en la nube, integrado con BOLD - CDN y otros.

STB: BOLD tiene integrada sus soluciones con algunas de los mejores fabricantes de STB, son compatibles con nuestros sistemas y han aprobado los protocolos de certificación.

MIDDLEWARE: Middleware CubiTV y CubiNet TV, distribuyen contenidos a través de IP y DVB, explotando las mejores ventajas, pudiendo trabajar en sistemas híbridos así como exclusivos IP o DVB.

DIGITALIZACIÓN BOLD-HEADEND: Desarrollada íntegramente por BOLD MSS, permite digitalizar totalmente operaciones de PayTV en la región, excelente relación costo calidad cumpliendo con los más altos estándares de la industria.

MULTIPLATAFORMA:
Windows PC / OS Mac
iPad / iPhone / iPod
Teléfonos Android
Tabletas Android.

CONTACTO
Mail: adroyeski@boldmss.com
clientes@boldmss.com
Mob.: +5491169421745

Dirección: Y1 1485 / Tel.: +598-2903-0382
Montevideo - Uruguay / www.boldmss.com

MEDIA PARTNERS:

TU SOCIO GLOBAL EN CONTROLES REMOTOS Y ACCESORIOS.



UEI diseña, desarrolla y entrega soluciones innovadoras que habilitan a los consumidores controlar sus dispositivos de entretenimiento, reproductores de multimedia y sistemas para el hogar - todos ellos a nivel mundial.



PARA MÁS INFORMACIÓN EN CÓMO PODEMOS SER SOCIOS, VISITE:
VISIT: WWW.UEI.COM/LATAM

PICO DIGITAL: SOLUCIÓN CÓNDOR PARA PEQUEÑOS Y MEDIANOS OPERADORES



Damián Narguirner

Damián Narguirner, nuevo Sales Manager de Latinoamérica de soluciones digitales en Pico Digital, comentó a Prensario sobre la nueva solución Cándor, que se desarrolló especialmente para cableoperadores medianos y pequeños, contemplando sus necesidades y realidad económica. Se verá en el stand de la compañía presidida por Carlos Shteremberg en Canitec.

‘Permite digitalizar señales HD y SD, trae un servidor para películas, CAS y una Guía en Pantalla, todo con equipos fabricados en San Diego y con tres años de garantía’, remarcó Narguirner, y añadió: ‘Los operadores pueden optar por una solución total o escalable. Si están 100% analógicos, con un único equipo en una unidad de rack, el PD1000, pueden digitalizar ocho señales en HD. Todo viene en un chasis con ocho encoders escalables, comprensión en MPEG-2 y /4, en SD y HD con un multiplexor y tres moduladores con una salida RF.

Otro equipo más accesible y aplicable es el

SDQ6 para señales SD y MPEG-2, que permite digitalizar hasta seis señales con un multiplexor y un modulador con salida RF. Puede empezar con uno e ir sumando más equipos para seguir digitalizando su grilla de señales. Lógicamente estos equipos tienen un costo accesible y permite ir incorporándolos por etapas debido a su escalabilidad, podría sumar luego el CAS y otros servicios para completar toda la solución’.

Dentro de la plataforma Cándor, otro producto de entrada es Cinebox. En un sólo chasis permite incorporar hasta seis canales de películas sin cortes publicitarios. Hay varios paquetes y tiene EPG propia como canal guía. Hay canales para adultos en HD y el resto de los canales tiene el 25% de contenido en HD. El contenido viene en el Cinedrive, directo de Hollywood.

‘La arquitectura de la solución es toda IP, maneja múltiples compresiones en simultáneo y es importante la reducción de tamaño con la concentración de funcionalidades en cada chasis. Además, la encriptación utiliza la tecnología SOC (secure on chip) dentro del STB, al igual que los DRMs más modernos, eliminando el costo de las smartcards’, completó.

ESTRATEGIA COMERCIAL

‘La estrategia comercial es reclutar dos distribuidores por país en Latinoamérica. Con cada uno tiene un plan de capacitación, se le brinda las herramientas comerciales y un precio especial de distribuidor con premios por ventas. También trabajamos con reserva de cuentas para que no

se pisen unos con otros. Ya tenemos definidos los distribuidores en la mayoría de los países’, comentó el ejecutivo.

Y añadió: ‘No estamos planteando la solución Cándor solo como venta de equipamiento, sino como una solución integral acompañando a nuestros clientes en el proceso de entender para qué y por qué van a digitalizar sus cabeceras, motivos como son el recupero del manejo de su negocio o la optimización del mismo. Además buscamos que perciban un rápido recupero de la inversión’.

Si bien desde hace algo más de un año se viene comercializando productos digitales, la solución Cándor se presentó completa por primera vez en Andina Link (Cartagena), luego en la APTC en Piura, y ahora en la Expo Canitec en México.



FURUKAWA REALIZÓ SU CONVENCION ANUAL EN BRASIL

PARTICIPARON 500 EJECUTIVOS DE LA REGIÓN

Furukawa realizó una nueva edición de su Convención Iberoamericana, donde reunió a 500 ejecutivos de la región del 7 al 10 de mayo en el Iberostar Resort Hotel de Praia do Forte, Salvador de Bahia, Brasil.

Participaron los principales canales de distribución, solution providers, diseñadores y centros de entrenamiento de toda América Latina. Hiroyuki Doi, VP comercial de Furukawa Brasil, presentó las estrategias y los nuevos planes de Furukawa para los próximos meses,

las tendencias tecnológicas que y sus desarrollos para cada uno de los mercados.

Además, anunció la inauguración de una nueva fábrica de cables ópticos y centro de distribución en Colombia en este semestre, y de una nueva unidad de negocios en México. Este año, la empresa cumple 40 años de presencia en América Latina, 130 años de historia en Japón y seis años de la planta industrial en Argentina.

Entre los invitados, estuvo Durgesh S. Vaidya, gerente Senior de búsqueda y jefe del depar-

tamento de soluciones de conectividad óptica y fibra multi-modo de Furukawa en Estados Unidos. Se brindaron conferencias sobre los diferenciales de los Data Centers Ópticos, casos de aplicación de la solución LaserWay, cableado en Categoría 8 para redes 40 Gbit/s; y las Redes Ethernet Aplicadas en Ambientes Industriales.



NUEVA LÍNEA DE PRODUCTOS DE ALTO RENDIMIENTO MULTICOM SCTE



CALIDAD BAJO LOS ESTÁNDARES DE SCTE, A PRECIOS DIRECTOS DE FÁBRICA
VALOR SUPERIOR!

PRÓXIMAMENTE: MULTICOM SALT-SPRAY Y CABLE TRONCAL RESISTENTE A LA HUMEDAD - ESPECIALMENTE DISEÑADO Y PENSADO PARA APLICACIONES DE ISLA Y COSTERAS

Multicom: un arco iris de la calidad y el valor

Soluciones diseñadas para satisfacer las necesidades específicas de América Latina

La línea de componentes activos y pasivos Fibra
Optica de Multicom provee video HD, voz y
datos de distribución para todas las redes



Cable de fibra optica
ADSS • Armada • Tubo Suelto (Loose Tube)

Nodo optico de 4-puertos exterior
RG-59, 6, 11 & Cable troncal • Cable con mensajero • Tri-Shield • 60, 90% Braid



Cables coaxiales y conectores
Equipos de CATV analogos & digitales

Cables de audio y video



Llame ahora a Multicom, donde podemos ayudarle con equipos de cabecera, redes de distribución hasta el usuario final. Siempre los mejores precios.



Multicom mantiene en stock mas de 13000 productos provenientes de los 270 fabricantes principales de la industria. Estos productos se utilizan para adquirir, procesar, y distribuir señales de television, data, voz, seguridad y señales inalámbricas, a través de fibra optica, cobre y coaxial.

www.multicominc.com 407-331-7779

CUMBRE APTC 2014: MÁS RECLAMOS CONTRA LA INFORMALIDAD Y LA PIRATERÍA EN PERÚ

En su sexta cumbre en Piura, la **Asociación Peruana de Televisión por Cable (APTC)** volvió a mostrar preocupación por el crecimiento de la piratería en el interior del país, y continuó reclamando el derecho a transmitir el fútbol peruano, actualmente en manos de Telefónica en su acuerdo exclusivo con Gol TV.

En conferencia de prensa, el presidente de la asociación, **Ovidio Rueda**, y el vicepresidente, **Demóstenes Terrones**, expresaron enfáticamente que la situación de piratería continúa y que se han incrementado las empresas 'informales' que ofrecen el servicio a precios sustancialmente menores que ellos.

Ante esta problemática, los miembros de la APTC manifestaron que se sienten 'desmotivados' porque no tienen ayuda de las empresas programadoras. 'Si siguen desoyendo nuestro reclamo, nosotros también terminaremos siendo informales. Esto no es lo que queremos', afirmaron. Por su parte, los programadores consultados por **PRENSARIO** afirman ser estrictos con la legalidad de los operadores con quienes comercializan sus servicios y, en todo caso, consideran que el ente regulador local debería procurar que no crezca este fenómeno.

Sobre la transmisión del fútbol peruano, los ejecutivos de la asociación comentaron la mala relación vigente con la señal **Gol TV**, de **Francisco Casal**, que reclama un mínimo de 700.000 abonados para permitir transmitir la señal, una cifra descabellada para los pequeños y medianos operadores nucleados en la APTC, que pueden aspirar a 300.000 usuarios.



Jesús Angulo de Cablevisión, Ovidio Rueda, Rigoberto Picón de Cable Sur, y Jorge Vargas de Econocable



Gonzalo Ruiz, presidente del consejo directivo de Osiptel

OSIPTEL RESPONDIÓ A LOS OPERADORES

La última jornada inició con la esperada participación del ente regulador Osiptel, representado por Gonzalo Ruiz, quien reconoció la existencia de retransmisión de señales en Perú, pero no profundizó en el tema de la piratería ni la competencia desleal.

Ruiz, presidente del consejo directivo de **Osiptel**, explicó que la retransmisión ilegal de señales 'es un asunto de propiedad intelectual' y por ende, debe ser manejado en primera instancia por **Indecopi** (el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual). 'Efectivamente, se ha detectado la retransmisión de señales en algunos casos pero, por tratarse de una cuestión de propiedad intelectual, debe ser el Indecopi el primero en recibir el reclamo de los operadores para que Osiptel pueda actuar', manifestó.

No aclaró el panorama respecto a lo que los operadores consideran una 'competencia desleal' en referencia a los precios excesivamente bajos (menos de 40 soles) que cobran algunos proveedores de TV paga a sus clientes, ni sobre la proporción de informalidad. La jefa de relaciones institucionales, **Lenka Zajec Yelusic**, reconoció más tarde la existencia de un 'vacío legal' que impide a Osiptel tomar medidas en dicha cuestión.

Numerosas preguntas y reclamos fueron presentados por los operadores que colmaban la sala de conferencias en el Hotel Río Verde. Uno de los principales temas que consultaron fue el referente a los costos y reglamento de compartición de infraestructura.

'La Ley De Acceso y Uso Compartido De Infraestructura De Telecomunicaciones fue creada pensando en empresas privadas. Las públicas sólo requieren un permiso del Ministerio de Transporte. Osiptel puede buscar propuestas para ayudar a reducir los costos. Hoy, las empresas

públicas aplican altos montos para compartir, incluso mayores a las empresas privadas. Nos comprometemos a intermediar y buscar propuestas conjuntas para mejorar en este aspecto', dijo Gonzalo Ruiz.

'En la parte de cabeceras, la ley de compartición permite definir los costos adecuados. Si hay discrepancias, si no se ponen de acuerdo en el cierre de los contratos, Osiptel puede actuar por medio del tribunal especializado, que se encarga de dirimir estas cuestiones', añadió.

DE CABLEROS A OPERADORES DE TELECOMUNICACIONES

En lo que respecta a la convención, el foco está puesto no sólo en la digitalización, sino también en cómo invertir para que las redes les permitan brindar servicios de telecomunicaciones más allá de televisión por cable. Tal es el caso de **Visión Perú**, la empresa dirigida por **Ananias Escamilo**, que lanzará el servicio de Internet por banda ancha el 1 de mayo, con el soporte y respaldo de **Internexa** y **Level 3**. 'Decidimos cambiar nuestro nombre, de **Cable Visión** a **Visión Perú**, porque a partir de ahora queremos ser considerados como un proveedor de telecomunicaciones', dijo Escamilo. El sistema, que cuenta con una cabecera para seis distritos de Lima Este, ya ofrecía TV digital con ofertas de hasta 20 señales en HD.

Otra empresa que ya cuenta con cabeceras digitales es **Best Cable**, una de las más grandes dentro de la asociación. Su gerente general, Demóstenes Terrones contó que la migración la hace con tecnología de **Safeview**. Sin embargo, no todas las empresas pequeñas y medianas están en condiciones de hablar de Internet. Algunas recién se están adentrando en la tecnología necesaria para ser digitales.

Conferencias técnicas como las que **Juan García Bish** y **Tomás Delgado** dieron a sala llena, ayudan a los técnicos y gerentes de las empresas del interior del país a migrar a redes bidireccionales y FTTH, otro de los temas clave de esta VI Cumbre.



Soluciones, Productos y Servicios End-to-End



TVC
Communications
A DIVISION OF WESCO DISTRIBUTION, INC.

Entregando Productos, Conocimiento, Servicio y Experiencia

- OTT
- Voz
- Video
- Data
- HFC
- FTTx
- VOD
- Aprovisionamiento
- Herramientas
- Equipos de Prueba y Monitoreo
- Soluciones Video Multi-Pantallas - y mucho mas...

Algunos de Nuestros Suplidores de Clase Mundial



Tel. Mexico 52-55-5639-2926 Tel. Miami - 305-716-2160
salescala@tvcinc.com www.tvlatinamerica.com

TVC Communications, A Divisions of WESCO Distribution, Inc.



Rosa Carrasco, el Ing. Tomás Delgado, Edgar Carrasco, otro de los



Demóstenes Terrones y el equipo de Corpetel / Best Cable

ARCOM: HERRAMIENTAS PARA MANTENIMIENTO DE REDES HFC

FUERTE PRESENCIA EN LA CUMBRE APTC DE PIURA

Arcom Labs lleva 20 años de trayectoria en el mercado peruano de TV paga, donde promueve con éxito sus filtros. El mercado local está creciendo, con los pequeños y medianos operadores avanzando necesariamente hacia la digitalización. Es ahí donde Arcom pone el foco con sus nuevas soluciones para el mantenimiento de redes HFC.

En la Cumbre de Piura, Gabriel Larios, VP de ventas internacionales de Arcom, presentó junto a la ingeniera María Alejandra Galindo,



Ovidio Rueda, presidente de APTC, y Gabriel Larios, en la fiesta de cierre auspiciada por Arcom

los sistemas QAM Snare y Hunter para el mantenimiento de redes HFC digitales.

Dijo Larios: 'Desde 2013, se integró la Ing. Galindo a la empresa para colaborar en el desarrollo de estos sistemas. Ella está a cargo de México, Panamá y el Caribe'.

'Es la primera vez que traemos estas herramientas a Perú, que ya tiene éxito en otros países, como el México con Megacable, y Panamá con Cable Onda. Si bien son soluciones amigables para los técnicos, en Perú representa inversiones a futuro, pero venimos a mostrar la tecnología de avanzada que pueden tener más adelante', añadió.

Galindo estuvo a cargo de una de las conferencias técnicas en la segunda jornada, donde explicó que Hunter provee las herramientas que 'demuestran ser los más rápidos' en la identificación y localización de problemas de la red HFC, a la vez que permite el monitoreo inteligente sin falsas alarmas. 'Es la única he-



Gabriel Larios y la Ing. Alejandra Galindo

rramienta que encuentra CPD y da la distancia a la fuente', afirmó. Por su parte, QAM Snare 'es la única herramienta con sensibilidad que permite ser probada en redes para LTE'.

Ambos ahorran tiempo en la búsqueda y corrección de problemas, lo que se traduce en ahorro de costos y recursos. 'Estamos creciendo, buscamos llegar a los operadores y que sepan que existen elementos para fortalecer sus redes', dijo Galindo y adelantó que se están haciendo pruebas en Chile y están en conversaciones con Cablevisión y Cablemás de México, con algunos de Colombia y presencia en Europa.

Ahora se presentan en la feria ANGA de Alemania, donde lanzarán la nueva versión QAM Snare Isolator Plus, que funcionará con Wi-Fi.

INTERNEXA: SERVICIOS A LA MEDIDA DE LOS OPERADORES PERUANOS

Internexa, la empresa del Grupo Isa que administra la conexión dorsal de telecomunicaciones e infraestructura de conectividad en toda Latinoamérica, tuvo fuerte presencia en la Cumbre APTC de Piura, donde organizó una fiesta para operadores para dar a conocer sus soluciones personalizadas para el mercado peruano.

Su gerente general, Luis Gamero, dialogó con Prensario explicó que la empresa se presentó en Perú con su portafolio de productos tradicionales, personalizados para los peruanos.

El especialista en línea de negocios de Internexa, Héctor Tamayo, añadió: 'Ofrecemos tres líneas de servicios para los operadores peruanos: Pop Virtual, Remote Hands y IP Access

NG. Contamos con nodos de transacción en la región permiten que el acceso a Internet sea más rápido porque no busca el contenido en Estados Unidos, sino que está alojado en las redes de Latinoamérica. Brindamos acceso a múltiples cables submarinos para conectarse con todo el mundo'.

'Tenemos entre 20 y 25 operadores interconectados. En Perú es difícil llegar a algunos sitios, pero cada año logramos llegar a cinco o seis nuevos operadores. Estamos desde el 2007, llegando con 5000 km de fibra a 40 poblaciones. En la región tenemos siete países con 34.000 km de fibra terrestre'.

En Argentina, la red va desde San Pablo a Caracas, ofreciendo datos e Internet. Desde hace tres años cuenta con una red de CDN que



Héctor Tamayo y Luis Gamero, de Internexa

reduce el tiempo de consulta de los usuarios de Internet, por la disminución del delay.

La empresa viene creciendo con firmeza. 'El año pasado cerramos con crecimiento del 150%, y este año se perfila bien. En los últimos tres años multiplicamos por diez nuestros ingresos y clientes, que se incorporaron 110. Solo hay un carrier que no es cliente, tenemos gran reconocimiento y seguimos enfocados en el desarrollo del mercado'.

Infraestructura de Redes Furukawa presentes en los Estadios del Mundial de Fútbol.

FURUKAWA. Multinacional Japonesa presente en todo el Mundo.

DE ENTRE LOS DOCE ESTADIOS DE LAS CIUDADES SEDES DEL MUNDIAL 2014, DIEZ SON CONECTADOS CON INFRAESTRUCTURA DE RED FURUKAWA. Un sistema de red planeado para proveer voz, datos e imagen al público que estará presenciando los juegos del Mundial y los futuros eventos, que ocurrirán en estos estadios. Una infraestructura óptica y de cobre totalmente integrada y adecuada a los estándares técnicos de la FIFA, brindando accesibilidad tecnológica, comodidad y seguridad al público durante las competiciones. FURUKAWA. TECNOLOGÍA QUE HACE LA DIFERENCIA EN SU VIDA.

DISTRIBUIDORES:

• MASNET: Capital Federal - Tel.: 11 4553-5900 - Córdoba - Tel.: 351-473-0804 • MICROCOM: Capital Federal - Tel.: 11 6091-8585 - Santa Fe - Tel.: 341 437-5777 • NUEVO SUR: Chubut - Tel.: 0297 446-6025 - Santa Cruz - Tel.: 02966 43-8278 • RELET: Capital Federal - Tel.: 11 4779-0999 • SOLUTION BOX: Capital Federal - Tel.: 11 6091-1216 • TRIELEC: San Juan - Tel.: 0264 421-3595 Mendoza - Tel.: 0261 424-8082

FURUKAWA
0800 800 9701
www.furukawa.com.ar

TCA: MAYOR IMPULSO A PRODUCTOS PARA FTTH



Hernán Villa, Ing. Vicente Mereci y Patricio Nolla Denegri, de Latino TCA

El stand de **Latinoamericana TCA** fue uno de los más visitados por los operadores. Si bien la marca sigue con sus productos para coaxial y conectores, está impulsando cada vez más el segmento de FTTH.

Los productos promocionados en la expo fueron los conectores "Splice on" de **Seikoh Giken**, las cabeceras digitales de **Wellav** y los productos para Internet por EoC de **KT**. **Los productos más buscados son los conectores y la tecnología para EoC, porque los operadores saben que tienen que**

comenzar a dar Internet para no morir. KT y Seikoh son las novedades de mercado.

Hernán Villa, gerente comercial de TCA, dijo: 'Apuntamos a operadores pequeños y medianos, con una fuerza de ventas en todo el territorio peruano. Damos apoyo técnico, con cursos y capacitación de ingenieros especializados. Perú es un mercado ávido de conocimiento, que está evolucionando del coaxial a nuevas tecnologías, y esto a veces puede asustar a los técnicos'.

TVC: TECNOLOGÍA DE AVANZADA AL ALCANCE DE LOS PEQUEÑOS OPERADORES

DISTRIBUYE ANTRONIX Y PPC EN LA REGIÓN

TVC estuvo en Piura con sus dos principales representadas, **Antronix** y **PPC**, empresa del grupo Belden que trabaja con TVC desde el año pasado. 'Este año trajimos PPC al grupo para su distribución exclusiva en Latinoamérica', expresó **Luis Felipe Ulloa**, director de ventas regional de TVC.

PPC es proveedor de tecnología de conexión de alta calidad para dar servicios de TV por cable, telefonía e Internet, principalmente en los grandes MSOs. La empresa complementa sus productos con capacitaciones y entrenamientos especialmente diseñados para los técnicos a través de su exitoso *Programa Integral de Calidad*.

'La elección de TVC no fue al azar. Ellos son integradores, y a través de ellos comenzamos a dar la opción de tener acceso directo a estos

productos y capacitación y soporte a través del Programa Integral de Calidad', dijo Wilfredo Rodas, de PPC, quien además ofreció una conferencia técnica para los operadores en la Cumbre.

'Tanto PPC como Antronix dan productos de alta calidad, que son utilizados a nivel global por los MSOs. Ahora estamos trayendo a los pequeños y medianos operadores la misma plataforma y servicios de valor agregado', dijo Ulloa.

A nivel global, TVC tiene la solución completa para un sistema Triple Play, desde el conector a la cabecera digital y *soft switcher* de telefonía, que incluye integración de proyectos inherentes con esta tecnología.

Añadió sobre Perú: 'Juntamos a varios operadores pequeños miembros de APTC que pueden acceder a estas soluciones de manera grupal, con



Wilfredo Rodas de PPC, y Luis Felipe Ulloa de TVC

financiación especial y facilidades económicas adaptadas a cada realidad'.

Finalmente, dijo: 'Pondremos mayor énfasis en el mercado peruano y estamos implementando CMTs con operadores en la región. Recientemente se cerró un proyecto global de cabeceras digitales en Sudamérica. Estamos por lanzar proyectos importantes.

FYCO: LÍNEA COMPLETA DE SOLUCIONES PARA FTTH

Fyco tuvo nuevamente su stand en la Cumbre APTC, donde presentó sus principales novedades en acuerdos de distribución para completar su línea de productos para FTTH.

Desde abril, la empresa lleva adelante un acuerdo de distribución exclusiva con **Dasan**, fabricante de activos para FTTH y proveedor del principal operador coreano **Korea Telecom** que da servicio a 35 millones de usuarios.

Con Fyco tiene distribución exclusiva en toda Latinoamérica, desde México hasta Argentina. Por otra parte, cerró un acuerdo con **3dnet**, fabricante de pasivos para la red de FTTH.

'Con esto completamos la gama de soluciones para FTTH, y nos convertimos en el primer proveedor integral con stock en Perú. Brindamos soporte y capacitación de todas las soluciones, con facilidades de pago y stock



Luis Ramírez y José Carlos Dionisio de Fyco, junto a operadores de Chiclayo

disponible desde mayo', dijo **Luis Ramírez Cano**, gerente general de la empresa en Perú, quien además remarcó un 100% de crecimiento en el último año.



PRISMA
PASSIVES
GAINMAKER
CONTINUUM
POWERVU
DEMODULATORS
STEREO ENCODERS



- Centros de reparación de talla mundial
- Rápido, confiable, sin demoras
- Expertos con el conocimiento
- Servicio personalizado

1-918-251-2887

1221 East Houston St. Broken Arrow, OK 74012
www.tulsat.com tcameron@tulsat.com

Cuando Se Trata De Su Sistema, La Industria De Redes De Cable Del Mundo No Toman Riesgos.

Ellos Llaman a Tulsat.

Ya sea que su sistema se encuentra a través de la ciudad o a través del país, Tulsat es su fuente de equipos de sistemas, reparación técnica, y el más rápido y confiable servicio preferido por los operadores de cable de todo el mundo.

- Equipos nuevos, de exceso y refabricados
- El más grande inventario de Cisco disponible
- Muchas líneas de productos disponibles

Como una de las empresas de ADDvantage Technologies Group, Tulsat es su punto de conexión a nuestro sistema nacional de productos, expertos y equipos el cual no escatima recursos.

Esto significa que usted no tiene que correr riesgos con su sistema.

Conectase con Tulsat.



Tulsat NCS Industries ComTech Services Tulsat-Nebraska
Tulsat-Texas Tulsat-Atlanta

MIC: NOTORIO CRECIMIENTO, CON UN SERVICIO 360°

Fue notorio el crecimiento logrado por **Manager International Channels (MIC)**, con **Katya Sagastizabal** y **Patricia Uribe**, que ya tiene ocho señales bajo su representación en Perú y se diferencia con un servicio 360°, que incluye marketing, post venta y hasta gestión de redes sociales.

Recientemente incorporó **Fashion One** y **Agrotendencia**, que tuvieron buena recepción 'por su contenido variado y facilidad



Patricia Uribe

des de pago', según manifestó Uribe, y añadió que están en negociaciones con **Telefónica** por la señal de contenido agrario.

TVE, con la que MIC comenzó hace ocho años, ya está asentada en el mercado peruano, donde tiene un 90% de penetración. 'Por eso, nuestro foco está en las promociones y la programación'. Ahora estrena **MasterChef**, y en septiembre se lanza la tercera temporada de la serie **Isabel**, que será presentada en Jornadas de Argentina.

DHE entró en Claro, fue la señal que logró mayor penetración; entre agosto y diciembre de 2013 duplicó la facturación. **Canal Adulto** es bien recibido en Perú, donde está en **Claro** y los pequeños operadores del interior.

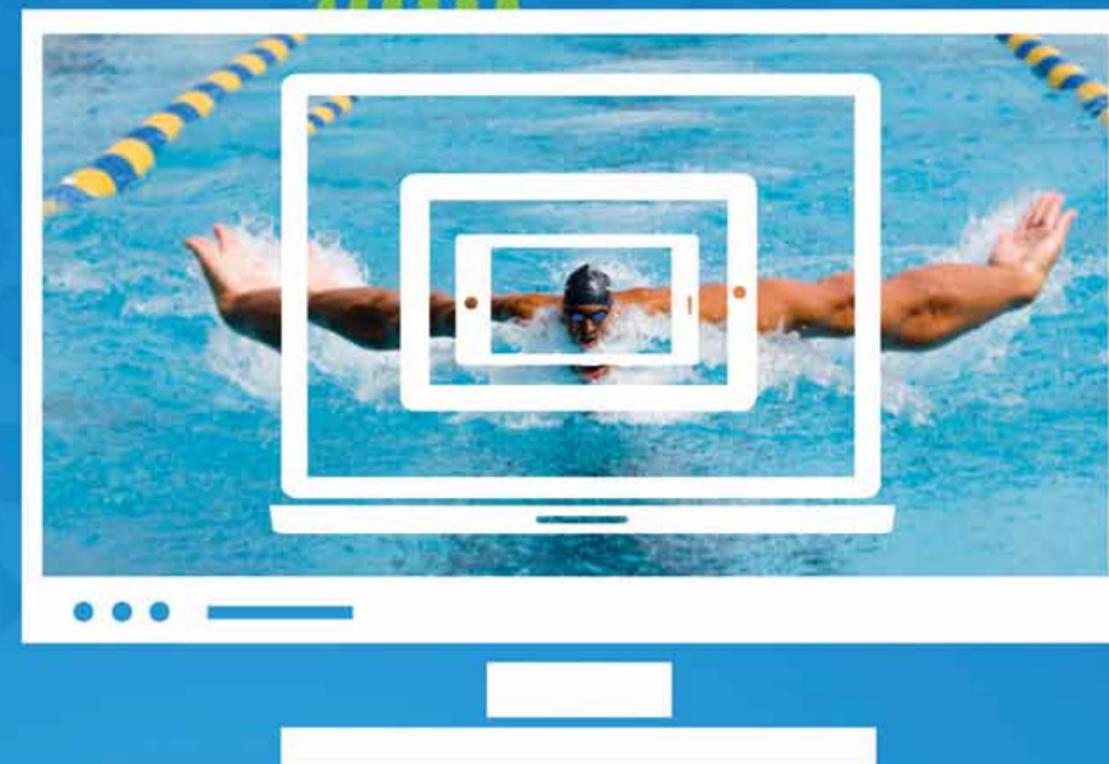
Dijo Uribe: 'Venimos a la APTC porque siempre encontramos clientes nuevos. Brindamos información y tratamos de diversificar



Katya Sagastizabal, general manager de MIC, y Ananias Escamilo, gerente general de Visión Perú

los géneros de nuestras señales. Cada una tiene su calidad y por eso no empaquetamos'.

MIC ha tenido un notorio crecimiento, se va haciendo conocido como distribuidor de señales de calidad en Perú. Además llevó TVE a Ecuador y Bolivia, donde está en los principales operadores.



Every Screen, Every Device, Everywhere.

RGB Networks is the leading provider of scalable multiscreen IP video delivery solutions with products deployed by over 400 operators in over 40 countries. Partnering with RGB enables operators to accelerate the deployment of new revenue-generating services enabling them to maximize the opportunities for monetizing their TV Everywhere deployments.

Learn more now: www.rgbnetworks.com



Transcodificación Versátil con Calidad Profesional - Excepcionalmente Económico

NUEVO



Porque pagar mas?

VERSATIVE PRO

Características Principales:

- Amigable al Presupuesto
- Denso & Compacto
- Licenciamiento Único y Flexible
- Soporte de ABR para OTT & Multi-Pantallas
- Gestionable como un Sistema o Cluster
- Versión Software Disponible para Todo Tipo de Hardware del Cliente

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



FOX INTERNATIONAL CHANNELS: NUEVA OFICINA EXCLUSIVA EN PERÚ

Fox International Channels tuvo a su nueva general manager para Perú, **Franca Moreno**, quien dejó de cubrir Venezuela y el Caribe para mudarse a Lima, donde se inauguró una oficina exclusiva y permanente. Con esta nueva organización, FIC Perú deja de reportar a Chile.

Sobre la presencia en el país, Moreno expresó: 'Esta feria es importante porque vemos a los principales clientes y se inician conversaciones con los prospectivos. Ofrecemos el paquete completo con todas las señales que generamos, desde deportes hasta lifestyle. Cada año logramos

incrementar la penetración de FIC en el país'.

El grupo trajo a Perú sus novedades que incluyen el cambio de imagen de **Fox Life** y el lanzamiento de **MundoFox**, cuyas series en español están teniendo mucho éxito en toda la región. 'La audiencia busca series de calidad y creadas especialmente para su cultura. Cada año aumentamos la llegada y el número de suscriptores', afirmó.

Sobre el tema de piratería, la ejecutiva reconoció que 'el problema es muy grave' y explicó que el Grupo cuenta con empresas auditoras



El equipo de Fox International Channels Perú: Gonzalo Villamar, Mauro Tolosa, Franca Moreno, Fernando Leigh y Ana Fang

que apuntan a formalizar la recepción de las señales.

Finalmente, anunció la separación de los canales **Fox** y **Nat Geo** en alta definición, que hasta el momento estaban bajo una misma señal HD, con lo que sumarán cinco canales en total transmitiendo en esta calidad. 'En Perú, hay un 8% de penetración de HD', añadió.

MBA NETWORKS: 'BUENAS OPORTUNIDADES EN PERÚ'

MBA Networks estuvo presente en la reciente Cumbre APTC de Piura, donde trajo 15 señales incluyendo las dos últimas incorporadas, **¡Hola! TV** y **Atres Series**.

Mónica Espitia y **Alejandra Quiroga**, de ventas a afiliados en MBA, comentaron a PRENSARIO que este año la oferta para Perú viene en paquetes con diferentes géneros para permitirles a los pequeños y medianos operadores armar la grilla según sus necesidades.

¡Hola! TV, la señal de lifestyle aspiracional impulsada por la marca **Hola!**, fue lanzada en la región en septiembre de 2013 y ya está en **DirectTV**. 'Ha tenido éxito, ubicándose entre los primeros diez canales de entretenimiento

más vistos dentro del operador DTH en Latinoamérica', señalaron. En Perú, ya se encuentra en más de 30 sistemas de TV paga grandes y pequeños.

Por su parte, Atres Series es el canal de TV paga del grupo **Antena 3** de España, que tiene en su programación las mejores series en español. 'Estamos en negociaciones para su emisión en la región', confirmaron.

Como beneficio para el mercado peruano, MBA ofrece la posibilidad de adquirir varias señales con equipos en comodato, que se entregan sin costo a modo de préstamo a los clientes.

Finalmente, expresaron sobre el mercado local: 'Nuestras señales tienen una penetra-



Alejandra Quiroga y Mónica Espitia, ventas afiliados de MBA Networks

ción acelerada en Perú, donde la mayoría de los operadores son pequeños y medianos. Buscamos duplicar las ventas y cerrar nuevos acuerdos. En APTC buscamos generar negociaciones de manera conjunta, vemos buenas oportunidades. Es un mercado con alto nivel de competencia y precios bajos'.

Fortaleza su Red

Los Gateways de Lindsay Broadband fortalecen las redes HFC para ofrecer servicios IP productivos y rentables.

Los Gateways DOCSIS y Ópticos de Lindsay habilitan una amplia gama de nuevas aplicaciones basadas en IP para ofrecer en su red HFC u Óptica existentes. Las soluciones Gateway de Lindsay incluyen el despliegue de aplicaciones como Cámara IP de Seguridad y Tráfico Vehicular, Señalización Digital, Celdas LTE, DAS, Acceso WiFi y mucho más. Inicie hoy el fortalecimiento e incremente la productividad de su red.

Contactus@lindsaybroadbandinc.com

● CARTELERA

Daniel Gonzalez, de Chilevision, Eduardo Rivera, de Omnisat, y Mauro Zamora, de Telecable



Augusto Marroquin de Internexa, Rigoberto Picón de Cable Sur, José Romani Miranda de Electromecánica El Detalle, Luis Gamero de Internexa, y Jesús Angulo de Cable Vision

Adelia Sánchez de Forcatel, Lucio Yovera Sandoval de Best Cable, y Fredy Romero Chafalote de CTV Cable

Elizabeth Larios de Universal Communications Solutions, Ananias Escamilo de Vision Perú, y Manuel Mendoza Granados de Wisi



Andrés Sánchez y Manuel Reveiz MTV Networks Colombia, con Demóstenes Terrones de Best Cable



Marcelo Bresca, de Televisa Networks



Ariel Katz, de Telefe Internacional



Shirley Nadjar, de Royal Media, con Hortensia Espitaletta y Nivia Montenegro de Signal TV Group



Paola Ayala Guerrero y William Muñoz, de Maxmedia



Alejandro Kember y María Florencia Geoghegan, de Chello Latin America



Telecommunications
and CATV Products

Supply Chain
Management
Experts

People You Can
Depend On

eCommerce
Solutions

Global
Distribution
Network

Las grandes marcas que nos respaldan

CATV

Alpha Technologies
Arcom
Arris /Regal /Motorola
ATX Networks
Belden /Thomas & Betts
Cable AML
CISCO /Scientific Atlanta
Gilbert
Harmonic
Holland Electronics
IBBS
SMC
Lindsay Broadband
Opterna (AM Networks)
Pico Digital
RGB Networks
Stereon Electronics
Wellav
Viewteq
Viking Satcom /GalAmp/Patriot

ELECTRONICS AND TELECOMMUNICATIONS

Adtran
Amino
Comtrend
CXR Larus
Dotix
Enersys
Fujitsu
GarrettCom
Hai-Vision
iNovo
MikroTik
Netgear
Sitelle
Telco Systems
TKH Security
Transition Networks
Ubiquiti

WIRE AND CABLE

AFL
Belden
Corning
General Cable
OCC
Perfect Vision
PPC
Prysmian /Draka
Submarine Cables
Sumitomo
Superior Essex
Times Fiber Communication (TFC)
Defang

HARDWARE AND MISCELLANEOUS

A.B. Chance
Allied Bolt
Canusa
Central Wire
Dura-Line
HellermannTyton
Louisville Ladder
Maclean Power Systems /Senior
National Strand
Preformed Line Products (PLP)
Starline
Telecrafter Products
USA Band
Werner Ladder
Wire World

OSP AND INFRASTRUCTURE

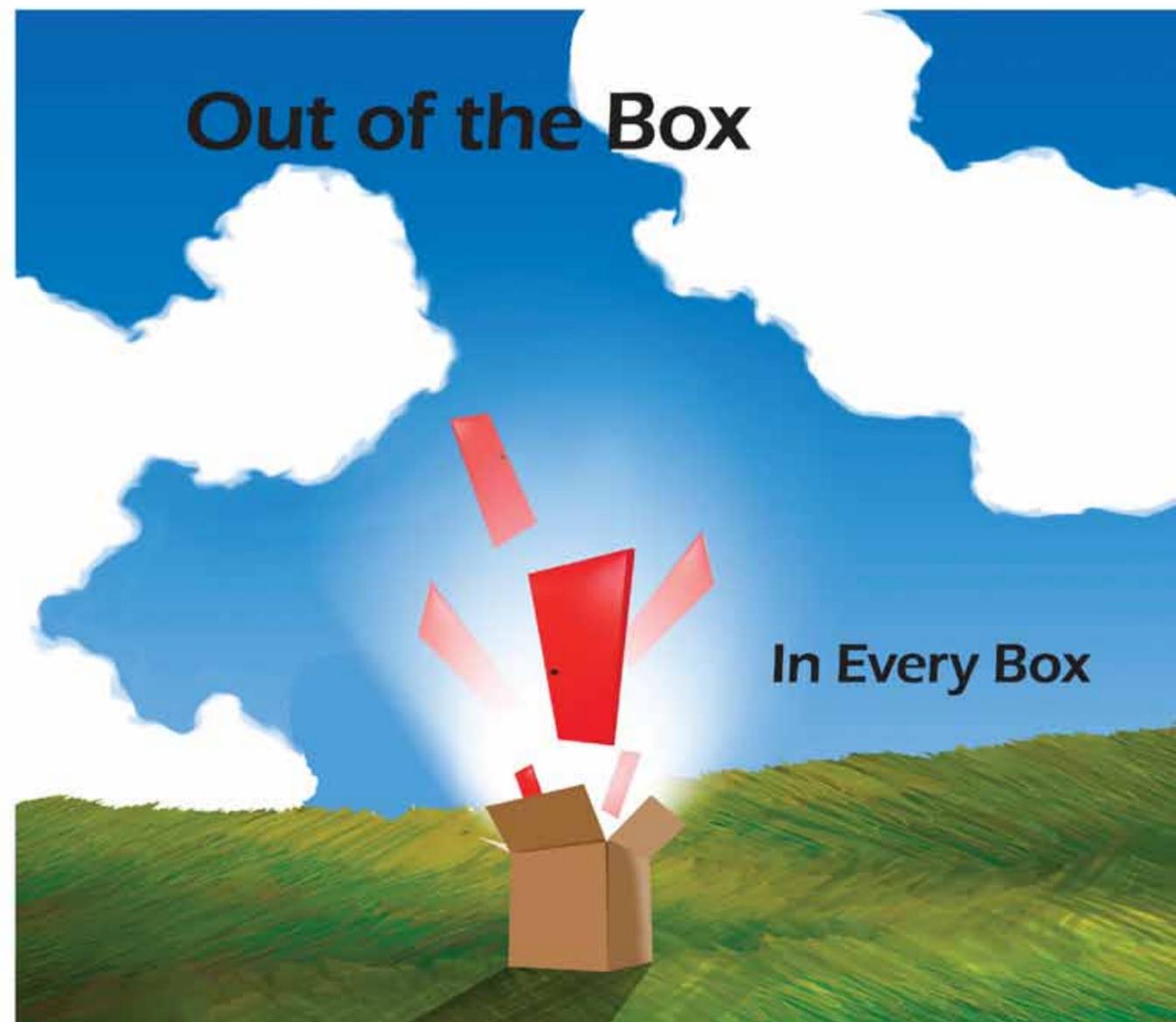
3M
Alpha Technologies
Argus
Bourns
Channell
Charles Industries
Clearfield
Corning
Electric Motion
Enersys
Erico
Haze Battery
L-Com
Multilink
Newton
Opterna
PLP
Rettal
Siemon
Suttie
TE Connectivity
Telect
TII Network / Porta Systems
Transition Networks

TEST EQUIPMENT AND TOOLS

AFL
Anritsu
Fitel
Fluke
GMP
Greenlee Communications
JDSU
Klein Tools
Lemco Tool Corporation
Ripley
Sumitomo
Sunrise
Trilithic

Out of the Box

In Every Box



Cost effective innovations are the hallmark of every Antronix design. More than 30 years of expertise in designing and engineering are in every product we build, whether it's our industry leading splitter designs, advanced MoCA and VoIP optimized residential amplifiers, or our Reverse Conditioning E-Option Taps and Faceplates.

Our "Design for Manufacturing" philosophy ensures high yield production at minimal costs. Proven field reliability and excellent reputation for quality positions Antronix as a leader in developing industry-leading products that meet the challenges of today's and tomorrow's HFC Networks.

At Antronix **creating value is just part of the package.**



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

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



440 Forsgate Drive, Cranbury, NJ 08512 • 609-860-0160 • www.antronix.com

VERIMATRIX: LLEVANDO LA PROTECCIÓN DE INGRESOS A LA NUBE

POR STEVE CHRISTIAN, VP MARKETING & PRODUCT MANAGEMENT



La creciente proliferación de servicios de video basados en la nube obligará a los operadores a revisar su estrategia de seguridad para poder optimizar la protección de sus ingresos a la vez que reducen costes operacionales. La seguridad, en todas sus formas, sigue siendo una preocupación para los operadores de video a medida que migran a un modelo centrado en software. Existe incluso una mayor preocupación en cuanto a la introducción de servicios de contenido Premium con una resolución más alta, como son UHD/4K, para los cuales se necesitan una seguridad mejorada utilizando técnicas de nueva generación.

Armonizando la Protección de Ingresos

Armonizar los sistemas de back-end hace que sea posible el paradigma de servicios híbridos centrados en la nube. A medida que los operadores trabajan para implementar

dichos servicios, deben prestar especial atención a lo siguiente:

Codificación de archivos/streaming y recursos que sean lo suficientemente flexibles para soportar la gran variedad de protocolos de entrega existentes hoy en día – desde MPEG-TS a HLS – y que puedan ser reprogramados para soportar futuros protocolos como MPEG-DASH.

Soporte para gestión de contenidos que acomode la gran variedad de requisitos de preparación de contenido en vivo y bajo demanda tratando los resultados de forma unificada.

Una solución de seguridad que pueda proteger todos los protocolos de distribución de contenidos y pueda gestionar los derechos de forma armonizada a través de diferentes redes.

Un conjunto de herramientas de distribución y análisis

que puedan tratar complejos servicios multi-red como una entidad unificada y proporcionar datos de comportamiento del consumidor de diferentes dispositivos cliente.

El operador no solo debe considerar la protección de contenido que se distribuya a través de la nube. También debe considerar la protección de contenido almacenado en diferentes formatos y bases de datos del suscriptor. Un ecosistema de socios tecnológicos dentro de un sistema multi-pantalla beneficia a aquellos proveedores de servicios que buscan implementar tal acercamiento de seguridad unificada.

El hecho de que varias tecnologías individuales utilicen estándares abiertos de forma frecuente, hace fácil para los operadores integrar infraestructuras de seguridad dentro de cualquier workflow con múltiples vendedores que se considere. Verimatrix es un claro ejemplo en el que se puede ver como la colaboración con vendedores específicos facilita la implementación de soluciones incluyendo una infraestructura de seguridad completa.

El Poder del Análisis de Datos del Suscriptor

Tener una mayor visibilidad de los patrones de utilización de los datos en los dispositivos de video. Los operadores y propietarios del contenido obtienen información de gran valor en cuanto a las preferencias de los suscriptores y su actividad cuando consumen contenido. Un análisis de datos multi-red integrado proporciona a los operadores la oportunidad de generar nuevas fuentes de ingresos, aumentar la lealtad de los suscriptores y reducir los costes a través de:

Rendimiento en tiempo real, identificación de errores y resolución – Los operadores pueden mejorar mucho la satisfacción de los suscriptores a través de una respuesta proactiva hacia un bajo rendimiento.

Viene de la página 108

Defang Technology es un fabricante y distribuidor líder de productos de cables y fuentes de suministros de OEM. Nos especializamos en el diseño, fabricación y comercialización de diversos cables (cable HDMI, CAT5 / 6 cable, cables de audio y video, cables de computadora), fuentes de equipos de alimentación de instalaciones, cables y productos de telecomunicaciones. La mayoría de nuestros productos se venden en América del Norte, América del Sur y la región EMEA. Nos hemos ganado la alta reputación de nuestros clientes por la excelente calidad de los productos así como el servicio al cliente, y el coste total de propiedad más bajo.

Nuestra Casa Central se encuentra en Shanghai, China donde además tenemos varias instalaciones de fabricación, todas cumplen con las normas ISO9001: 2000. Somos miembros de la Asociación de HDMI y tiene HDMI ATC certificación 1.4. Todos nuestros productos son 100 % compatible con RoHS. Nos enorgullecemos de nuestro sistema de control de calidad y servicio al cliente. Nuestro objetivo es proporcionar productos de alta calidad con bajo costo de propiedad y con un servicio superior. Queremos ser una adición socio responsable, flexible y el valor de su negocio.



VERIMATRIX: PROTECCIÓN DE INGRESOS EN UN MUNDO MULTI-RED

Viene de la página 106

Historial de la utilización de contenidos y análisis de tendencias del suscriptor – Los operadores pueden planificar mejor sus redes basándose en las preferencias de los clientes y en los datos de los servicios.

Mejora de las Redes – Los operadores pueden enviar información personalizada a los clientes de forma más eficiente con una mayor visibilidad del rendimiento.

Integración de Redes Sociales – Los operadores pueden aprovecharse de las características de las redes sociales más populares. Los clientes pueden suscribirse y crear perfiles personalizados que permiten activar notificaciones en tiempo real del contenido que están visualizando con preferencias y recomendaciones para sus amigos.

Seguridad Mejorada a través de Unificación

Con una gran diversidad de cajas y dispositivos electrónicos como parte de un servicio basado en la nube, es casi imposible confiar en que cualquier dispositivo cliente este equipado con algo más que no sea el hardware básico sin poder ser mejorado para soportar una seguridad robusta. El acercamiento de los sistemas de acceso condicional tradicionales en confiar en los subsistemas de hardware de seguridad propios de cada dispositivo está claramente anticuado. Las implementaciones tradicionales que todavía confían en una lógica del lado del cliente para la manipulación de claves y almacenaje continuo, crean un entorno vulnerable de amenazas centradas en

los enlaces más flojos de las diversas implementaciones de los clientes.

La respuesta natural a este problema – especialmente

teniendo en cuenta la amplitud de las tendencias de sistema de arquitectura identificado en el párrafo anterior – es asegurarse que las funcionalidades de seguridad centrales y la gestión de derechos de contenido resida en la mayor medida posible en la cabecera de los subsistemas de la nube. Cuando las reglas de toma de decisiones y gestión de derechos pasan a la nube por razones de seguridad, los sistemas se hacen mucho más dinámicos y tienen una respuesta más rápida hacia los patrones de uso y eventos inesperados. La unificación de la seguridad también hace que los consumidores puedan disfrutar de una experiencia mejorada.

Unificar la infraestructura de seguridad a través de diferentes redes y dispositivos ofrece muchas ventajas, incluyendo la habilidad de revocar clientes y renovar seguridad de clientes en base a la certeza o sospecha de amenazas en dispositivos concretos. Parece que el dispositivo más importante en cuanto a fuentes de ingresos es el que es atacado primero; haciendo posible el revocar y renovar la seguridad en ese dispositivo para poder resolver cualquier amenaza puede ayudar de forma significativa a proteger los ingresos de los operadores.

La base de esta renovación y revocabilidad en comunicaciones centradas en software está



construida sobre una base de firme de estructuras jerárquicas de certificados – la cual es la base principal de la seguridad establecida en Internet desde hace tiempo. En cada dispositivo cliente hay un mínimo número de subsistemas necesarios para asegurarse una protección de contenidos adecuada, proporcionando claves criptográficas, código de verificación de claves e identificadores de dispositivos seguros.

Entre los avances más recientes se incluye la seguridad de los núcleos de hardware dentro de los chipsets de las cajas, proporcionando funciones de protección de contenido avanzadas personalizables. Este acercamiento trae importantes ventajas arquitecturales y de seguridad, y en el caso de ser combinado con un entorno de software de seguridad probado, se crea un régimen robusto de protección de ingresos.

Se avecina el final de las soluciones de video de un solo vendedor que vimos en el pasado. El futuro es mucho más brillante para los vendedores de tecnología especialistas que han probado componentes de integración – muchas veces centrados en estándares – con otros miembros del ecosistema de un mismo despliegue. El resultado obtenido son más opciones de producto, menos exclusividad de vendedores y la promesa de reducir de forma drástica el coste de los despliegues.

Para más información descargue el e-book ejecutivo: **Rise of the Software-Empowered Video Operator** en www.verimatrix.com/

VEAS EN CANITEC

Veas estará en Canitec destacando sus soluciones de FFTTH, wireless y Docsis 3.0, junto a productos para PPV y servidores de Ad Insertion para IP bajo estándar SCTE 3.0. El mes pasado estuvo en NAB y SCTE, e irá a Telemundo, Caper y ABTA de Brasil.

De la línea Veas presentará su línea de servidores para canales con el hard y soft más avanzado. Hay soluciones de IPTV y OTT con las que vienen trabajando desde hace 2 años, desde Middleware hasta la onu y STB del cliente para IPTV. Este año sumaron más de 40 servidores VEAS, y más de 12 servidores de administración de usuarios y cacheo para redes

de datos. El **Veas Black** es el más poderoso de los servidores de Payout, por sus características de simultaneidad, Multiple Payout, Transcoding, Stream Out, Multiple Input, Switch included, Recording, edit on the fly, CG, multiformato. Han instalado múltiples servidores de Ad Insertion en IP, y servidores para aplicaciones de Pay Per View multichannel en SD y Full HD.

En el área de servidores de administración y cacheo han agregado más features a sus aplicaciones, permitiendo la mejor operación y optimización de ancho de banda. Este año instalarán más de 15 servidores en conjunto con instalaciones completas de infraestructura.



Jorge y Enrique Gandulfo, con su equipo de Velocom junto al Ing. Eduardo Rodríguez Lubary, del INVAP y Florencia Szyrle, del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto

Están trabajando con Headend para RF, e IPTV, como así OTT, aplicando Sumavisión y productos Digital Broadcasting Devices, como de otras marcas en OLT, Onus, Fibra óptica, accesorios de red tanto para HFC como para fiber to the home.



Nos enorgullece ofrecer servicios y productos que ayuden a nuestros clientes a expandir sus ingresos y mantener sus redes al tiempo que genera importantes ventajas de costes.

Creamos soluciones de redes y telecomunicaciones que cubren las complejas necesidades de configuración desde la fase de diseño hasta la implementación.

*Servicio y Calidad
Certificados*



TL9000/ISO 9001:2008
Quality Management System Certified



Francisco Rodriguez
Chief Technology Officer

3 Rogers ST, Nashua, NH 03064 - Tel 973.823.6400 / Fax 973.823.6475
Tel 978.302.1108 Cell / Direct 603.882.3002
011 57 318 2404 094 Bogota, Co (Cell) - 011 52 155 2572 6474 Mexico (Cell)
Tel. 011-52 55 5291 9925 (Office) - Blackberry pin number 33047F67
Email: frdriguez@worldwidesupply.net - www.worldwidesupply.net

MÉXICO: TELEVISA DESPLIEGA OTT CON TECNOLOGÍA HARMONIC

Harmonic anunció que Televisa ha utilizado sus herramientas para el despliegue de Veo, su nuevo servicio de VOD por suscripción y VOD transaccional.

Televisa adquirió la suite ProMedia para producción multipantalla y preparación de aplicaciones, y el sistema de almacenamiento compartido MediaGrid. Ambas herramientas permiten optimizar su servicio de distribución de video OTT.

‘Harmonic es proveedor de broadcasters Tier-1 tales como Televisa, con una completa solución que incluye software, arquitectura y el soporte necesario para lanzar sus servicios multipantalla para todos los dispositivos de manera efectiva. Con la arquitectura de video de Harmonic, Televisa pudo expandir rápidamente sus servicios para incluir ofertas competitivas de acuerdo a la demanda de los clientes, tanto en VOD como TV Everywhere’, expresó **Alvaro Martin**, director de

ventas regionales para México de Harmonic.

La instalación de Televisa representa el primer sistema multipantalla desplegado en México y Latinoamérica, y será utilizado por las diferentes plataformas de la empresa para distribuir eventos en vivo como conciertos o



Alvaro Martin

PERFECT VISION: NUEVA ESTRUCTURA EN MÉXICO



Fernando Meza y Joel Quiñones, de Perfect, con Juliana Ariza de Andina Link, en Cartagena

En la última edición de Andina Link Cartagena, **Joel Barradas** confirmó a Prensario que **Perfect Vision** acaba de sumar a **Gerardo Zamorano** en México para robustecer aún más su estructura regional.

Es una manera de consolidar la entrada en México donde se empezó con herramientas a la espera de poder entrar ya con el cable fabricado en Argentina. Ya se están haciendo nuevos embarques de insumos y se hacen los ajustes de máquinas en la flamante fábrica de Buenos Aires.

PRESENCIA EN BRASIL

Por otra parte, la operación de Brasil concretó importantes proyectos desde su lanzamiento en ese país, en 2012. En 2013, se iniciaron las actividades comerciales a través de transacciones FOB y EXW. Actualmente, PerfectVision do Brasil está importando y nacionalizando productos desde marzo; estableciendo un gran paso en la distribución de cables coaxiales, conectores de compresión, Taps y Splitters como productos principales.

CABLE PROVEEDORA S.A.

El Precio se olvida cuando la Calidad perdura

Av. Universidad # 1927, Col. Oxtopulco, Delegación Coyoacán, México, D.F. 04318
 Tel: (5255) 56 62 06 62 con 30 líneas - Fax: (5255) 56 63 94 09
 www.cableproveedora.com.mx - Ventas: ventas@cableproveedora.com.mx
 Personal: aletayf@cableproveedora.com.mx

Todo para la Industria de la TV

CNA es una compañía emprendedora e innovadora, Líder del mercado en América Latina que fabrica una variedad de cable coaxial 100% personalizable, con una capacidad global

Nuestra división de distribución se ha consolidado como una elección de confianza, gestionando más de 1.000 referencias de las marcas líderes del mercado.

DirectTV

- Cablevision** Argentina
- Cablevision** Mexico
- Megacable** Mexico
- Cable Mas** Mexico
- Tigo** (Costa Rica, El Salvador, Honduras, Guatemala, Paraguay)
- Cable Onda** Panama
- Tricom** Republica Dominicana
- Aster** Republica Dominicana
- TV Cable Ecuador**
- TeleCable Económico** Costa Rica
- Telered** Argentina
- Telmex Argentina, Colombia**
- UNE** Colombia
- ONO** España
- R** España



A giant lead for mankind



PROMEXAR CUMPLE SEIS AÑOS EN EL MERCADO BROADCAST

‘Este año, **Promexar** cumple seis años en el mercado, habiéndose consolidado como una empresa joven donde la edad promedio se encuentra en los 35 años. Nuestra meta principal es, y siempre ha sido, impactar al mercado mexicano con una actitud de alta eficiencia y compromiso, gracias al increíble empuje que nos brindó **Harris Broadcast** --ahora **Imagine Communications**-- en un inicio’, **Christian Fragoso**, gerente general de Promexar.

Entre las principales alianzas, mencionó: ‘Conforme los años fueron pasando --y con ellos las integraciones más grandes y complicadas-- fuimos haciendo alianzas estratégicas con varias marcas como **Nevion**, **Superior Electric**, **APC**, **Envivio**, **DVEO**, **TE**, **Triveni**, **Media Proxy**, **Quintech** y **Audemat**. Siempre manteniéndonos alejados de la mentalidad de supermercado donde se ofrecen 3 productos

idénticos, en los fabricantes que tenemos traslape de línea de producto siempre hemos dejado claro como se tratarán estos asuntos y nos apoyamos mutuamente’.

Sobre el desempeño del 2013, Christian Fragoso dijo: ‘Fue un año de excelentes proyectos, como la integración de un nuevo head-end para principal cableoperador de México o la venta de 40 encoders de contribución para una dependencia gubernamental en el mismo país o la integración en Tabasco de un control maestro del tipo *glass to glass*’.

‘Hemos trabajado con los principales fabricantes de cable coaxial para ofrecer novedades en cableados avanzados y de alta densidad y hemos crecido a lado de nuestros clientes desarrollando técnicas para este fin de proveer un servicio integral que va desde el diseño con cámaras térmicas de pasillos fríos y calientes



Christian Fragoso

para data centers hasta cableados para CMTS de muy alta densidad’, añadió.

Además, expresó: ‘Para este año hay muchas cosas moviéndose, desde nuevas cadenas de TV, nuevos jugadores en los sistemas de cable, hasta nuevos estándares de compresión. El mercado está viviendo un momento muy interesante’. La marca estuvo en la NAB de Las Vegas donde manifestó que es un mercado interesante que permitirá abrirse a muchos más mercados. ‘Queremos levantar la mano y mostrar que Promexar es el integrador correcto para realizar su proyecto’.

SES: MÁS CAPACIDAD PARA LA REGIÓN CON EL SES 10

PARTICIPA ADEMÁS DE *MÉXICO CONECTADO* PARA LLEGAR A 11.000 ESCUELAS



Dolores Martos y Elias Zaccack

PRENSARIO se reunió en NAB con **Dolores Martos**, VP de ventas para Latinoamérica y Caribe y **Elias Zaccack**, SVP de ventas para Américas de **SES**. La compañía tiene una serie de anuncios importantes y logros para nuestra región, donde lo más novedoso es la disposición del SES 10, que determina la chance de dar más capacidad a la región entera. El SES-10 es un nuevo satélite que se emplaza en la órbita de 67grados, con alto

grade de elevación, que actualmente operan el AMC-3 y el AMC-4, que proveen servicios de DTH, empresariales y comerciales. Cuenta con 50 transpondedores en la banda KU, con lo cual nuestra comunidad de Naciones tiene una oportunidad adicional de crecimiento y capacidad. Tendrá tres regiones de alto poder en América Latina, y particularmente en México, América Central y Sudamérica. Estará disponible en 2016. El foco de SES es mantenerse al frente en las regiones emergentes del planeta y por eso esta apuesta a Latinoamérica, mientras Europa y Estados Unidos están estables.

Vale agregar a esto el muy importante acuerdo realizado con **Telecomm México** para conectar con banda ancha de alta velocidad zonas rurales que han estado desconectadas. Se trata de la empresa del gobierno mexicano, que estará usando 5 transpondedores en Banda KU para 11.000 escuelas y centros comunitarios con acceso

de Internet y servicios de voz bajo el programa **México Conectado**. Está también el crecimiento del DTH que se puede canalizar de gran forma, el final de la implementación del HD en todos los mercados y empezar con la transmisión en 4K en ese país.

SES también se prepara con todo para la Copa del Mundo en Brasil, con un acuerdo especial de *Usos Ocasionales (OU)* de capacidad con diferentes broadcasters líderes de todo el mundo para cubrir 30.000 horas adicionales del Mundial.

Para los que vuelan entre continentes también se hizo un acuerdo mundial para conectividad en los vuelos con el servicio de **Gogo**.

Entre los acuerdos sobresale también el que hicieron con **Telefónica** en el Amazónico y, finalmente, vale recordar el acuerdo con el DTH **Oi de Brasil** que compró toda la capacidad en el SES-6 para extender su llegada a todo el territorio.

VEAS



AUN NO COMERCIALIZA PUBLICIDAD EN SUS CANALES SATELITALES ?

insersión de comerciales IP bajo standard SCTE 30/35 (compatible con Cisco, RGB Networks, Thompson y otros)

insersión de comerciales IP/ASI para todos los Head Ends digitales

insersión de comerciales análoga cue tones análogos/digitales

- PLAY OUT MULTIFORMATO
- DELAY
- GRABACION TESTIGO
- ADMINISTRACION CENTRALIZADA DE CONTENIDOS
- MONITOREO ONLINE
- NVOD SERVERS

LINDSAY: RED DE RETORNO DE PEQUEÑAS CELDAS; EL CASO PARA EL CABLE

POR DAVID ATMAN, PRESIDENTE DE LINDSAY BROADBAND

La oportunidad redes de retorno de pequeñas celdas parece hecha a medida para la industria del cable. Pero la industria mobile tiene otras opciones, y los cableoperadores tendrán que ganar este negocio con soluciones que satisfagan la necesidad precisa de forma económica.

Los Operadores Móviles Virtuales (MNOs por sus siglas en inglés) están buscando incrementar la capacidad y extender la llegada de sus redes. Una forma es con pequeñas celdas, también conocidas como femtocells, picocells o microcells. Estos nodos de acceso de baja energía tienen un alcance de entre diez y cientos de metros, contra decenas de kilómetros para una macrocelda típica desde una torre celular.

Los cableoperadores están bien posicionados para satisfacer las necesidades de los MNOs, habiéndose convertido en expertos en el backhauling del tráfico MNO desde las macrocelda. El Despliegue continuo de puntos de acceso WiFi les da mayor credibilidad en el acceso inalámbrico. La arquitectura HFC ubicua de la industria también ayuda a operadores de redes móviles a resolver uno de sus más grandes preocupaciones de celdas pequeñas: encontrar sitios adecuados.

COMPETENCIA POR LA RED DE RETORNO

La planta física de la industria del cable ofrece a los MNOs un ilimitado número de locaciones que, con el correcto tipo de puertas de enlace, puede manejar redes de retornos de pequeñas celdas a través de DOCSIS o fibra. Pero el cable no es la única respuesta a este desafío.

Los proveedores de tecnología inalámbrica han estado poniendo la mirada en esta oportunidad por muchos años. Las soluciones incluyen sistemas Line-of-Sight (LOS) con microondas o "millimeter wave regions"; las tecnologías non-LOS que funcionan en frecuencias portadoras menores a 6 GHz;

satélites de transmisión LOS; y nueva tecnología que utiliza espectro sin licencia en los denominados espacios blancos de TV.

DRIVERS, OBSTÁCULOS

La industria mobile está en una curva empinada de despliegue. De acuerdo a Informa Telecoms & Media, para principios de 2013 los MNOs habían instalado globalmente casi 11 millones de pequeñas celdas. La firma espera que ese número pueda llegar a 92 millones en 2016.

Un driver son las constantes mejoras en las redes de la industria mobile. Pequeñas celdas complementan las tecnologías 2G y 3G, pero son parte integral de la arquitectura 4G/LTE. Algunas mejoras de 4G están completas, y en otras aun se está trabajando. Los esfuerzos actuales para combinar 3G, 4G/LTE y tecnología Wi-fi en una pequeña unidad de celda simple pueden bajar la velocidad de despliegue.

Durante el despliegue de pequeñas celdas (ya sean híbridas o no) los MNOs deben tomar en cuenta numerosos factores, tales como la mejor locación de la pequeña celda para alcanzar el máximo de penetración y cómo alimentarlos, donde la forma tradicional de alimentación puede no estar disponible. Mientras los MNOs tratan de impulsar sus radios a locaciones más granulares en intersecciones, autopistas o parques, la alimentación parece ser uno de los principales obstáculos a superar.

Mientras la industria móvil prueba las pequeñas celdas multi-modo y continúa buscando formas de profundizar la penetración general de pequeñas celdas, es un buen momento para que los cableoperadores vuelvan a presentar su caso. Aquí, algunas consideraciones:

El cable puede competir. Las soluciones de



redes de retorno inalámbricas pueden tener una ventaja, pero el cable es un contendiente viable. Los operadores deben jugar sus fortalezas, que incluyen una extensa presencia física, fibra y velocidades DOCSIS 3.0, fuente de energía conveniente desde la planta HFC y las unidades de negocios de servicios ya comprometidas en el tráfico backhauling desde las macroceldas.

LA FLEXIBILIDAD ES UNA VIRTUD

Mientras los MNOs están tratando de especificar y validar las pequeñas celdas multi-modo, también tienen demandas particulares sobre el backhaul de las pequeñas celdas. En Lindsay, nuestra habilidad de integrar los componentes ya aprobados nos permite ayudar a los cableoperadores a moverse rápidamente mientras este mercado se desarrolla.

VÍAS PARA EL ÉXITO

En Lindsay, nuestra fortaleza es la habilidad para reforzar e integrar cable módems, conversores de media, unidades ópticas de networking PON (ONUs) y demarcación NIDs con SLAs de diferentes fabricantes dentro de recintos que trabajan tanto en interiores como en exteriores.

Estos gateways de DOCSIS y fibra están diseñadas para ayudar a la industria a impulsar sus fortalezas y apoderarse rápidamente de las oportunidades de backhaul de las pequeñas celdas.

datman@lindsaybroadbandinc.com



MONETIZING THE VIDEO EXPERIENCE™

with Video Analytics & Service Assurance

Operators are looking to monetize video services in order to reduce churn, increase their subscriber base, reduce capital and operational expenditure and optimize investments. In order to effectively monetize video, providers need to have end-to-end visibility into their subscribers' video experience. Without this visibility, providers lose control of network quality and, as a result, miss out on the opportunity to monetize video.

IneoQuest's suite of video analytics and service assurance solutions help providers Monetize the Video Experience by:

- Assuring video services so that customers are provided video quality that is worth paying for;
- Understanding subscribers by analyzing viewership, through behavioral analytics, to help reach and serve more subscribers;
- Verifying and optimizing content distribution and advertising promotion to grow their returns.

Come see IneoQuest's video analytics and service assurance solutions that provide end-to-end visibility for Multiscreen & OTT and Linear Broadcast TV services at:

- Expo Canitec 2014 – May 28-30, 2014 in Acapulco, Guerrero
- Broadband & TV Connect Latin America 2014 – June 3-4, 2014 in Amcham, São Paulo

Visit Us at
Expo Canitec 2014 &
Broadband & TV Connect
Latin America 2014

NAGRA-CONAX AUMENTA SU LLEGADA TRAS LA INTEGRACIÓN

En el primer reportaje con Nagra tras la adquisición de Conax, **Christopher Schouten** y **Christine Ouvry** expresaron a Prensario que hay una 'complementación importante entre ambas empresas', pues Conax había sido muy exitoso en la venta de su solución de CAS con Middleware, STB y receptores a sistemas medianos de todo tipo, mientras que Nagra había tomado ventaja en grandes integraciones con operadores regionales.

Es así que ahora tienen una escala general mucho más importante, quedando como la número 1 del mundo en market share de CAS, y se van a hacer sinergias como que los numerosos clientes de Conax tendrán descuento en las soluciones avanzadas de Nagra para ayudarlos a adoptarlas.

DRM PARA STREAMING PREMIUM

El último desarrollo de la empresa es el DRM, MediaAccess PRM, que fue aprobado por el Administrador de Licencias de Transmisión Digital

(DTLA) para el streaming de contenido DTCP-IP a los dispositivos habilitados para PMR.

Esta tecnología permite a los proveedores de servicios implementar soluciones de red doméstica que cumplan los requisitos de seguridad más estrictos, haciendo cumplir las reglas aplicables al negocio.

Nagra MediaAccess PRM fue previamente aprobado por DTLA para el almacenamiento de contenido DTCP y ahora se convierte en el único DRM controlado por el operador de televisión de pago que está autorizado también para su retransmisión.

'Esta última aprobación pone a NAGRA en una lista muy corta de proveedores homologados en tecnologías DRM de redes domésticas en el mundo y es otro voto de confianza en nuestra solución', dijo **Philippe Stransky**, jefe de arquitectura de Nagra.

'Ya sea permitiendo acceder desde cualquier dispositivo



Christine Ouvry y Christopher Schouten

móvil al contenido almacenado en un DVR o vía streaming en directo desde una puerta de enlace, el MediaAccess PRM permite a los consumidores actuales el uso de redes domésticas flexibles, lo que en definitiva ayuda a los operadores de televisión de pago a ganar y mantener a sus clientes, al tiempo que les garantiza la seguridad del contenido a través de una solución robusta aprobada por los estudios de Hollywood'.



THOMSON VIDEO NETWORKS: EL MEJOR AÑO EN LA REGIÓN

A LA PAR DEL CRECIMIENTO DEL DTH

Fue el último uno de los años de mayor crecimiento para **Thomson Video Networks**, a la par del crecimiento del DTH, según precisó su director regional para Latinoamérica **Dino Muñoz**. 'Tenemos el 75% del mercado en Latinoamérica, con tres de los operadores principales de DTH y tv paga y la cuarta cerca. Se cree además que hasta 2018 se puede duplicar la cantidad de suscriptores en Latinoamérica, pues ISDBT o DVBT2 se ha convertido en una opción clara para la región y hasta los gobiernos están promoviendo que se emita por aire. Son clientes nuevos operadores que solicitan licencias con su propio uplink, y otros como **Media Networks** o **TuVes** ofrecen cantidad de servicios mayoristas. También la parte política se suma en Latinoamérica, pues se lanzan sistemas del gobierno como en Venezuela.

Para el consumo de DTH hubo cambio pues mientras antes el público era Premium, ahora se ganó a los de bajos recursos con y sin la opción de prepago'.

'Nuestros equipos como el M4000 tienen todas las codificaciones o configuraciones para HD y MPEG4, y traen integrado el software de audio level control líder como **Jünger**, respondiendo a las crecientes regulaciones. Tenemos equipos de alta densidad que incluyen también aplicaciones como el subtítulo e inserción de logos sobre la misma unidad. Nadie tiene todo eso en solo equipo en una unidad de rack. El M4000 permite meter más canales ante una demanda mayor. Así es como el último año metimos 1000 equipos más en Latinoamérica; tan sólo Telefónica tiene 36 transponders con equipo nuevo. Muchos lo



Dino Muñoz y Crystele Trevisan

usan en SD, listos para luego pasarse a HD'.

Y agregó Dino: 'Este año el objetivo es seguir creciendo en satélite, pero también en la parte de contribución con nuestro CP6000 y ahora con el CP6100, para maximizar el costo. Es media unidad de rack más eficiente a nivel de costo y funciona para fly away. En Brasil el tema de contribución ha sido crítico, y en Argentina las compañías principales tienen en contribución la parte de juegos que vienen'.

Completó: 'Seguimos enfocados en dar la mejor post-venta y servicio en el idioma local, siendo top of mind. En Brasil ya tenemos para eso 5 personas, en Perú 4 personas y en Miami cinco en una estructura totalmente importante para la región'.



Especialistas en equipos profesionales para video y audio broadcast



- Ventas de equipo para Televisión y Radio
- Diseño de estudios y plantas transmisoras modalidad Llave en mano
- Servicios profesionales de cableado
- Implementación en Media Data Centers
- Pioneros en TV ANYWHERE
- Especialistas en video comprimido



Nuestras marcas de confianza



www.promexar.com

PROMEXAR

Valle de Bravo #32, Tlalnemex La Loma, Tlalnepantla Estado de México, CP 54070

¿BUSCA EXPANDIRSE A REDES FTTX?



TR-069 DE INCÓGNITO LE DA VISIBILIDAD MÁS ALLÁ DEL GATEWAY

El ancho de banda a través de fibra, está en un gran momento en América Latina. De 2,2 millones de casas con este servicio en 2013, se espera un gran incremento a 11,8 millones en 2018 como lo indica un reporte de Pyramid Research, el cual nombra diferentes factores como las nuevas regulaciones, urbanización, demanda empresarial y competencia. No es de sorprender que aplicaciones como video o servicios en la nube estén ganando seguidores y sean quienes lideran el aumento en la demanda por mayor ancho de banda y menor latencia en las redes de banda ancha. En la carrera de entrar en el mercado de FTTx, los proveedores se encontrarán con el reto de gestionar la gran cantidad de nuevos y poderosos gateways – no es que esto sea algo malo. Pero aún más complicado, estos gateways seguramente contarán con capacidad de ofrecer VoIP, datos y video HD de manera integrada, ayudando a los proveedores a desarrollar los servicios multi-play que los suscriptores demandan. Pero estos dispositivos necesitan también mayor administración, por ejemplo, actualizaciones de firmware y cambios en sus parámetros. Adicionalmente a este reto, está el dominio del *networking* en el hogar, el incremento en el número de dispositivos IP dentro del hogar y las expectativas de tener la experiencia multi-pantalla. No sólo los proveedores tienen que manejar una gran cantidad de gateways a la vez, ahora los suscriptores quieren ayudarlos a gestionar sus propias redes y dispositivos.

Aquí es donde TR-069 entra en acción. Tomado de un grupo de estándares del Broadband

Forum que especifican la comunicación entre un CPE y un servidor de autoconfiguración, TR-069 permite el aprovisionamiento, gestión y monitoreo remoto de los CPE. 'No estamos hablando de administrar uno o dos dispositivos, lo cual es enteramente posible, estamos hablando sobre actualizaciones de firmware a STB, teléfonos IP y más, pero a gran escala', dice **Stephane Bourque**, presidente y CEO de la especialista en aprovisionamiento **Incognito Software Inc.**

'Pero eso no es todo; TR-069 da a los proveedores visibilidad de lo que pasa detrás del gateway lo que permite descifrar la calidad de la experiencia (QoE) de los suscriptores, ¿Qué tan bueno es instalar fibra a través de una comunidad si el cliente puede tener problemas con Wifi y el video debido a la utilización y utilización dentro de la casa? La única forma de maximizar la inversión en fibra, es maximizar la calidad de la experiencia del usuario y la única forma de hacer eso es tener visión de lo que pasa más allá del gateway', añade Bourque.

Los proveedores de DSL se han beneficiado de TR-069 por años, y muchos otros proveedores a través del mundo han empezado a ponerle atención. Con una buena solución de TR-069, los ingenieros de campo pueden enfocarse en conectar más casas a la red y pasar menos tiempo configurando los gateways de los clientes. Además, los operadores podrán identificar proactivamente a los suscriptores que necesitan soporte al acceder a información valiosa sobre la actividad del gateway como las reconexiones de dispositivos y tasas de descarga. Una cosa está clara: mucho de los cableoperadores más

importante e inclusive proveedores LTE están muy interesados en esta especificación.

Con tantas opciones disponibles en el espacio TR-069, ¿Cómo encuentra uno la mejor solución de TR-069 para una red FTTx? Todo se reduce a tres cosas principales: escalabilidad, soporte del fabricante y el soporte de los dispositivos.

El primer factor a mirar es el de la escalabilidad. Un sistema TR-069 realmente está basado en dos componentes: El ACS y el CWMP (CPE Wan Management Protocol). CWMP interactúa con los dispositivos, mientras que el ACS interactúa con los puntos de integración mientras gestiona la configuración de los perfiles de los dispositivos. Para maximizar la escalabilidad, una solución debe separar estas funcionalidades en dos componentes perfectamente distinguibles. Esto permite que el despliegue de la solución escalé más fácilmente que una opción de un componente, además de ofrecer mejor espacio para el crecimiento a la red. El Segundo factor a considerar es que la solución se agnóstica al fabricante de dispositivos. No todos los dispositivos son creados de la misma forma y la mayoría de los operadores trabajan con más de un fabricante. Por esta razón, el operador quiere tener un ACS que pueda soportar una gran variedad de dispositivos TR-069. Una solución agnóstica al fabricante también soluciona el problema de la interpretación del estándar TR-069 por parte de los diferentes fabricantes, permitiendo un aprovisionamiento y despliegue de dispositivos de manera confiable. Un solo ACS debería ser suficiente y el operador no necesitaría implementar el ACS de cada fabricante con el que trabaje. El tercer y último factor es la necesidad de soportar módulos para dispositivos adicionales. Por ejemplo, Algún ACS puede aprender de los dispositivos y crear modelos para ellos en el sistema. Esto significa que los proveedores no necesitan contactar al proveedor de software cada vez que un Nuevo dispositivo vaya a ser agregado. El proveedor de servicio compra dispositivos de cualquier fabricante con la confianza de que el dispositivo puede interactuar con su ACS. Con Incognito Auto Configuration Server, no tiene que volver a pagar por añadir un nuevo *data model*.

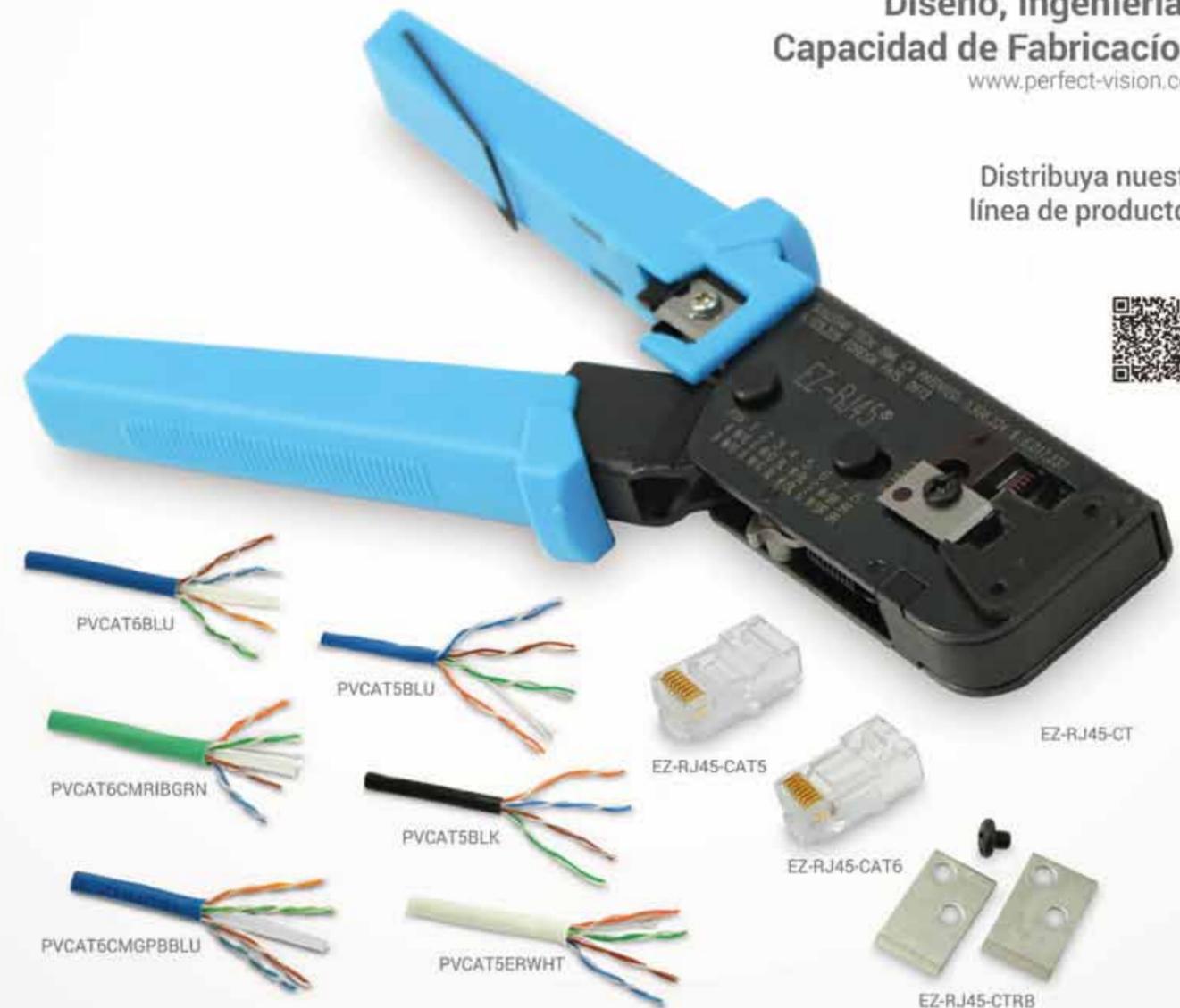


MEJORES SOLUCIONES,
UNA MANERA MEJOR

Aproveche de Nuestro
Diseño, Ingeniería y
Capacidad de Fabricación.

www.perfect-vision.com

Distribuya nuestra
línea de productos.



Joel Quinones
Director International Sales - Latin America
Joel.Quinones@perfect-vision.com
+1.501.251.5967

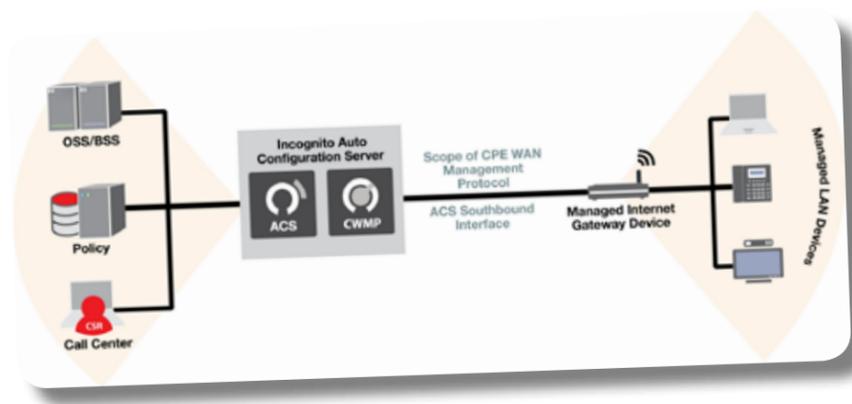
Horacio Orozco
Territory Manager - Brazil
Horacio.Orozco@perfect-vision.com
+55.11.98978.7114

Fabian Meza
Territory Manager - South America
Fabian.Meza@perfect-vision.com
+54.9.3794.28.8020

Alex Robles
Inside Sales - International
Alex.Robles@perfect-vision.com
+1.501.955.0032

Danilo Dasilva
Office Manager - Brazil
Danilo.Dasilva@perfect-vision.com
+55.11.4564.9522
+55.11.99113.4727

Gerardo Zamorano
Territory Manager - Mexico
Gerardo.zamorano@perfect-vision.com
+52.1.55.19496971





¡Descubra el poder de su Red!

Ofreciendo soluciones de software a la operación y al negocio (OSS/BSS) para los operadores de telecomunicaciones alrededor del mundo

- Telesupervisión • CRM y Billing en la nube • Control de Fraude
- Activación de Servicios • Monitoreo y Planificación de Red • PC Fix
- Transición Flexible hacia IPv6 • Calidad de Experiencia (QX)
- Soluciones de Contact Center de Próxima Generación • Gestión de Firmware

Visite nuestro stand en:



May 20 - 22



Jul 27 - 30



May 28 - 30



Sep 24 - 26



Jun 03 - 05



Aug 03 - 05



Aug 13 - 15

MULTICOM LANZA NUEVA LÍNEA DE CABLE COAXIAL PREMIUM

EN CUMPLIMIENTO CON ESTÁNDARES SCTE



Gilberto Caicedo, VP de ventas internacionales de Multicom

Multicom lanzó su nueva línea de producto de cable coaxial de alto rendimiento, desarrollado bajo los estándares de la SCTE, incluyendo cable de caída RG-6 y cable troncal .500.

El nuevo RG-6 M660T-BVS brinda el desempeño excepcional del SCTE 74 premium, al mismo precio competitivo que siempre tiene Multicom. Por su parte y también a buen precio, el nuevo cable troncal .500 M500-JCAM109-S provee el desempeño del SCTE 15 premium.

La línea de productos de cable coaxial premium cumple con todos los requerimientos establecidos por la SCTE. Los cables de caída y troncal han pasado exitosamente todas las evaluaciones de testeo SCTE 74 y 15 en un laboratorio ISO/IEC 17025 independiente y acreditado de los Estados Unidos. Estos exámenes incluyeron pruebas extensivas mecánicas, eléctricas y ambientales. Los productos han sido también exitosamente evaluados en los laboratorios internos de muchas de las grandes compañías de telecomunicaciones.

Estos productos que Multicom saca al mercado han estado en desarrollo por algún tiempo para completar y optimizar el diseño, ingeniería y manufactura, para asegurar la más alta calidad mientras se cuidaban sus precios para volverlos extremadamente competitivos incluso para las mayores empresas de telecomunicaciones. Un gran número de pequeñas, medianas y grandes empresas en el sector han desplegado los productos de Multicom y ahora están iniciando el despliegue de la línea de

productos coaxiales premium de alto rendimiento.

Además, la marca está en el proceso de desarrollo e incremento gradual de producción de un innovador spray resistente a la sal y la humedad para las empresas ubicadas en zonas costeras e islas.

El inventario de Multicom, empresa con más de 30 años en el mercado y oficinas centrales en Orlando Florida, cuenta con más de 13.000 productos de más de 270 fabricantes de los más grandes del mundo. Esta tecnología es utilizada para adquirir, procesar y distribuir audio, video datos y señales de control de tráfico sobre fibra óptica, cobre y cable coaxial.

En Latinoamérica, la compañía continúa su expansión en líneas de productos, mercados y servicios. Para reforzar su presencia, Multicom está presente en las ferias del trade en Latinoamérica. Este mes, se presenta en APTC y ya confirmó su presencia para la SCTE, Centroamérica, Canitec, Tepal, ABTA y Jornadas Internacionales.

En los últimos años, Multicom ha consolidado su posición como fabricante y distribuidor full stock de FTTH, Datacom, CATV e industria de señales de tránsito, además de haber lanzado una comprehensiva línea de productos y accesorios para fibra óptica de alta durabilidad. Estos incluyen transmisor óptico 1310nm, 1550nm, receptor óptico, mininodo de alta potencia CATV, y otros productos que serán anunciados próximamente.

Además, la empresa se ha asociado a **Dasan** para proveer soluciones GPON end-to-end, que incluyen ONTs con modelos para exteriores e interiores,

económicos modelos multi-unidades MDU, opciones para Wi-fi en cada ONT y más. Los modelos OLT proveen opciones económicas para pequeños desarrollos entre construcciones individuales en todas sus formas, del ancho de ciudades o países.

La marca es conocida por su calidad y valor a precios imbatibles. La línea de productos HFC incluye cable de caída y troncal en una amplia variedad de configuraciones, conectores troncales, taps para interiores y exteriores, 4 nodos portuarios, etc.

De su cartera de clientes, se destacan los principales MSOs y operadores del mundo. En Latinoamérica, trabaja con empresas como **Une EPM**, **DirecTV** y **Dish**, entre otros. Provee a sus clientes ventajas competitivas, al entregar una combinación de foco en el cliente, stock de productos, ingeniería y diseño de servicios, flexibilidad y experiencia profunda en distintas áreas.

Las áreas de experiencia incluyen:

Análisis, ingeniería y diseño de servicios CAD para cabeceras de video y audio, redes de distribución, etc.

Despliegue de más de 3000 cabeceras y upgrades para distintos tipos de clientes y aplicaciones como estadios, hoteles, resorts, bases militares, universidades, operadores de TV por cable, telcos, etc.

Configuraciones adaptadas a las necesidades del cliente, rack y balanceo, ensamble, software, testeo, etc.

TREASURE



Una base de datos no es un vertedero de contenidos; es una mina de oro que debe ser explotada. Sin importar qué tipo de contenido manejes: noticias, reality, drama o simplemente un gestor de contenidos empresarial, Cinegy Archive es la solución que estás buscando. Asequible, escalable y confiable.

Encuentra tu tesoro y descarga la versión gratuita.

Para más información visita www.cinegy.com o contacta alguna de nuestras oficinas:
Cinegy LLC - 1101 Pennsylvania Ave, Washington, DC 20004, USA - teléfono: +1 202-621-2350
Cinegy GmbH - Muellerstr.27, 80469 Munich, Germany - teléfono: +49-89-2388 5360



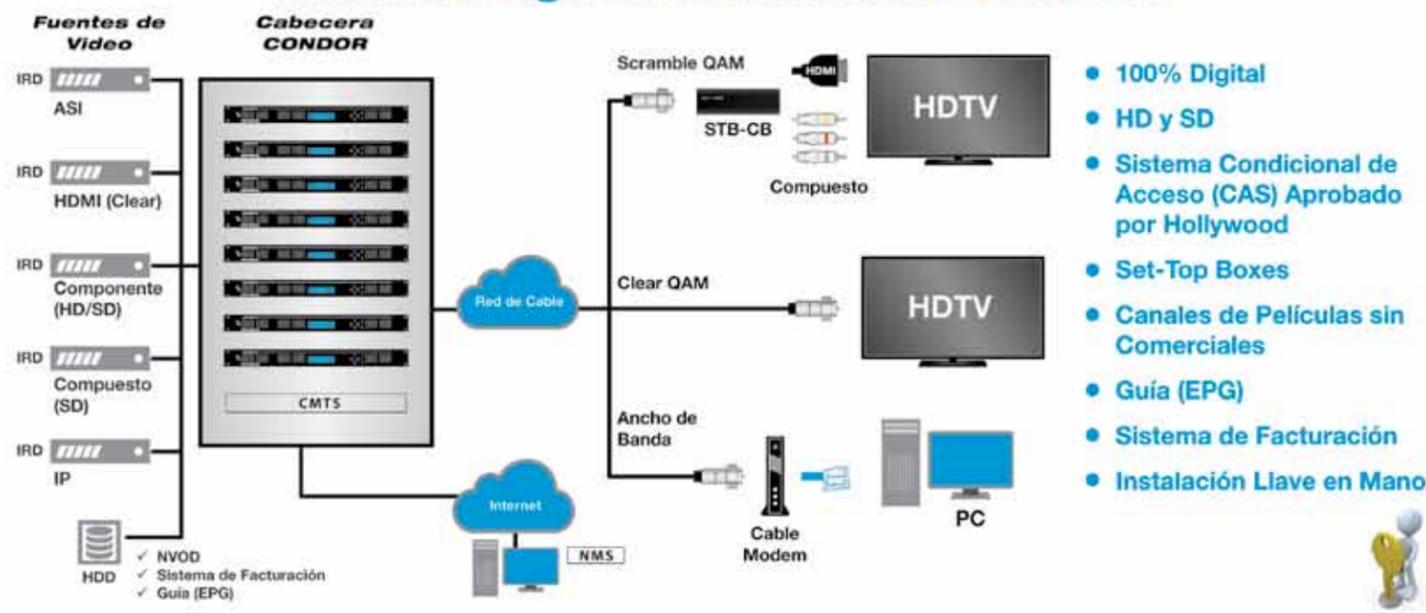
Cámbiate a la Era Digital con la Solución Condor



Antes De Condor

Con Condor

Cabecera Digital con la Solución CONDOR



Visite nuestra página para más información sobre la **Solución Condor** y todos nuestros productos.

www.PICODIGITAL.com
sales@picodigital.com

LLámenos al +1 858-546-5050



TELECABLE DESPLIEGA OTT CON TECNOLOGÍA RGB NETWORKS

RGB Networks, proveedor de soluciones escalables de entrega de video multipantalla, anunció en la NAB que el operador de TV paga de México, **Telecable**, lanzará su servicio OTT para más de 600.000 suscriptores a través de la solución *CloudXtream*, de RGB.

Telecable utilizará otros productos de RGB en este despliegue, incluyendo el *Video Multi-processing Gateway (VMG)*, *Transact Packager* y *Just-in-Time Packager*.

‘Estamos siempre apostando para ofrecer a nuestros abonados los últimos servicios utilizando las más innovadoras tecnologías, y la solución *CloudXtream* de RGB nos permite desarrollar rápidamente servicios multipantalla, mientras sacan ventaja con el despliegue en la nube para acelerar nuestro “tiempo de mercado”, proveer flexibilidad y minimizar el costo total’, dijo **Luis E. Vielma Ordóñez**, Chief Operating Officer de Telecable.

‘Hubieron muchas razones para elegir la tecnología de RGB para este proyecto tan importante. Entre ellas su empaquetamiento de tecnología desplegada en ambientes virtualizados y por nuestra experiencia previa con sus productos confiables y de alto rendimiento en migración a una red de distribución completamente IP’, añadió Vielma.

Simone Sassoli, VP de marketing y desarrollo de negocio de RGB Networks, señaló: ‘Nuestro *CloudXtream* para OTT impulsa las tecnologías de procesamiento de video para permitir a los grandes operadores como Telecable entregar servicios multipantalla de forma rápida y efectiva en cuanto a costos, que fácilmente escalan con la demanda de minimizar tanto los costos de capital como los costos operacionales’.

Los cableoperadores y otros proveedores



Simone Sassoli

de servicios están virando cada vez más a la nube para minimizar los costos y el tiempo requerido para la entrega de los servicios como OTT, network digital video recorder (nDVR) y ad insertion.

Los operadores pueden utilizar las herramientas de RGB en ambientes virtualizados, ya sea en nubes privadas, para desplegar rápidamente servicios que puedan ser fácilmente escalados para satisfacer el crecimiento de demanda. Esta combinación de ventajas permite a los clientes de *CloudXtream* contener los costos de su capital y los gastos de sus operaciones vigentes.

CABLE PROVEEDORA: NUEVAS OFICINAS EN MÉXICO



Antonio Letayf

A pocos meses de la inauguración de las nuevas oficinas de **Cable Provedora** en el sur de México, Prensario pudo conversar con **Antonio Letayf**, presidente de la empresa que tiene 40 años en la industria, sobre el cambio que aportó un espacio más amplio para sus operaciones.

‘Estamos muy contentos de poder recibir a nuestros clientes de forma más cómoda, este cambio incluye un sistema de telefonía diferente que marcando un sólo número telefónico le conecta con 30 líneas para que los

clientes sean atendidos a la brevedad’, señaló Letayf que, entre sus clientes tiene a los principales cableoperadores de México.

Cable Provedora alberga en sus bodegas un stock para entrega inmediata y de manera confiable. Sus nuevas instalaciones cuentan con máquinas donde se fabrican grapas de polietileno nuevo que no es reciclado, así como los identificadores y los cables que tienen de entrega inmediata, junto con los conectores marca PPC.

SDI MUST DIE



El SDI no ha muerto aún, pero sin duda le queda poco tiempo. Cinegy tiene todas las herramientas para que puedas migrar a una infraestructura enteramente basada en IP o un entorno híbrido SD/IP. Infórmate sobre los beneficios operacionales y de costos al cambiar a IP con nuestra gama de productos: Cinegy Capture, Cinegy Gateway, Cinegy Multiviewer, Cinegy Router y muchos más.

Descarga la versión gratuita desde nuestra página web.

Para más información visita www.cinegy.com o contacta alguna de nuestras oficinas:
Cinegy LLC - 1101 Pennsylvania Ave, Washington, DC 20004, USA - teléfono: +1 202-621-2350
Cinegy GmbH - Muellerstr.27, 80469 Munich, Germany - teléfono: +49-89-2388 5360



OTT BOX

Joyfull – Box supports IPTV multicast, video-on-demand, Internet browser, and over-the-top video applications with additional HD player function. It can be designed for pay-TV service, and integrated with mainstream CA systems with advanced security.



- Android OS 4.0
- Web Browser Embedded
- JPEG, BMP, PNG and GIF Animated Pictures etc
- MPEG-2, H.264/AVC, VC-1 etc
- Video Resolution: 1080p, 1080i, 720p etc
- MPEG-1 layer 1/2/3, AAC, Dolby AC3 etc
- Internet Video, such as YouTube, Hulu, Netflix etc
- Interactive Games
- IGMP Multicasting Programs
- DVB-S/S2, DVB-C, DVB-T/T2, ISDB-T and ATSC-T Optional
- 7-day EPG
- Tele-text, Subtitle and Closed Caption
- USB 2.0 PVR Support
- Wi-Fi Module Embedded
- Advanced Security Support
- Mainstream CAS and Middleware Support

Shenzhen COSHIP Electronics CO., LTD.

Address: Rainbow Bldg., North, Hi-tech Industrial Park, Nanshan District, Shenzhen, P.R.China.518057

Tel: +86-755-2699 9288 Fax: +86-755-2672 2666 Email: sales@coship.com www.coship.com SZSE Stock Code:002052

WORLD WIDE SUPPLY: CON HITRON EN CANITEC



Francisco Rodríguez, presidente de WWS

En marzo pasado, **Worldwide Supply** anunció el nombramiento de **Francisco Rodríguez**, como nuevo presidente de la empresa proveedora tanto de equipos nuevos y remanufacturados como de servicios de ingeniería para redes cableadas e inalámbricas. **Jim Smith**, fundador de **WWS**, destacó que Francisco ha obtenido resultados sobresalientes desde que comenzó a trabajar en la organización y que le impresiona su capacidad de innovar y su destreza tecnológica.

Además de la presidencia, **Francisco Rodríguez** conservará su cargo en la dirección de tecnología. Será responsable de supervisar todas las operaciones con bases en México, Colombia, Chile, además de California e Illinois en los Estados Unidos. 'Estoy ansioso por acometer el desafío de hacer crecer la empresa en el mercado del Caribe y Latinoamérica. Tenemos un fantástico equipo que entiende las distintas culturas y continuaremos prestando un servicio excelente a nuestros clientes', añadió.

Su nombramiento beneficia claramente a Latinoamérica. Esto por su probado compromiso con la región y el acuerdo que **WWS** tiene con **Hitron**, como se verá nuevamente en **Canitec** con un stand y que ahora podrá potenciarse todavía más.

World Wide Supply se ha ganado un lugar protagonista en Latinoamérica desde la incorporación de Francisco y está sumando cada vez

más gente a la región. Esto lo consiguió en los últimos cuatro años a partir de un desarrollo especial con los clientes.

ALIANZA CON HITRON

Hitron es una de las grandes marcas en productos DOCSIS CPE con más de un millón de equipos al año en el mundo y World Wide Supply puede vender toda su amplia gama en toda la región, como así también brindar soporte técnico. Rodríguez ya había expresado oportunamente su entusiasmo por poder ser el brazo regional de una marca tan importante y en estas condiciones para atender en forma completa a los clientes de México y dándoles mucho valor agregado. Así fue como se celebró el acuerdo con Cablemás, que marcó un nuevo éxito en la región, como los había tenido antes con Ubee Interactive/Ambit, Motorola, Arris/Lancity, BANG y River Delta.

El director de ventas de Hitron Americas, **Todd Babic**, también coincidió en la importancia de la alianza, diciendo que si bien hace 27 años que Hitron está en el mercado global, todavía hay regiones como Latinoamérica donde tiene mucho por crecer e incrementar su presencia. Vale recordar que tiene sus plantas en Suzhou y oficinas regionales en Shenzhen en China, pero operaciones en más de 15 países. Además de la calidad en Docsis 3.0 ofrecida por WWS, la versatilidad

de los equipos está atrayendo a los clientes. Por ejemplo, pueden elegir protocolos SIP o MGCP para aprovisionamiento de voz y los operadores tienen control completo para configurarlo. 'Creemos que toda la propuesta de valor de Hitron pegará fuerte en Latinoamérica y el Caribe. Los productos son accesibles pues llegan a un valor ganador producto de nuestra alianza con Worldwide Supply como distribuidor internacional', agregó **Todd Babic**, Chief Sales and Marketing Officer de Hitron Technologies Americas.

EQUIPOS WWS

World Wide Supply, por su parte, tiene seis oficinas en los Estados Unidos y regionales en México, desde donde salen todos los productos para Latinoamérica.

La idea de Francisco Rodríguez es 'seguir creciendo' y no sólo promover los productos de Hitron sino también los que tiene WWS como marca propia, a los que cada vez se le suma más inversión. Allí incluso tienen equipos ópticos muy económicos y con tres años de garantía.

WELL PLAYED



Si tu emisión es automatizada, de estudio o de noticias, Cinegy Air te tiene cubierto. El sistema más innovador del mercado, Cinegy Air, redefine la emisión. Utilízalo en tu propio servidor/ PC o consigue una solución llave en mano a través de un distribuidor local. Emite desde una máquina virtual o entorno de nube. Cinegy Air soporta SDI y la emisión basada en IP es estándar. Descubre cómo Cinegy Air puede beneficiarte tanto si tienes una pequeña estación de televisión o cientos de canales de emisión.

Descarga la versión gratuita desde nuestra página web.

Para más información visita www.cinegy.com o contacta alguna de nuestras oficinas:
Cinegy LLC - 1101 Pennsylvania Ave, Washington, DC 20004, USA - teléfono: +1 202-621-2350
Cinegy GmbH - Muellerstr.27, 80469 Munich, Germany - teléfono: +49 -89-2388 5360

cinegy



El valor de la sinergia

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

En Red Intercable, organización que nuclea a más de 220 pymes y alcanza con su plataforma de servicios a más de 500 localidades, distribuidas en 20 provincias del territorio nacional, con redes que cubren más de 610.000 hogares, creemos profundamente en el valor de la sinergia.

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

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

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

Red Intercable, Pymes, República Argentina.



Wire•Tech

PROVEEDOR INTEGRAL

Representante exclusivo

Prysmian Group



ASKA
Communication Corp

Cablematic



MOTOROLA

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.
- Distribución de Internet

Fabricante argentino de cables coaxiales flexibles
Cables .500 - .750 TFC

Casa Central:

Domingo French 831 - Villa Martelli - Pcia. de Buenos Aires
Tel.: +54 11 4709 6650 - ventas@wiretechsa.com.ar

Sucursal Córdoba:

Boulevard Los Granaderos 2722, Córdoba
Tel.: +54 0351 598 0084 - wtsucursalcordoba@arnet.com.ar

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

» MOBILE WEBVIEW



» CHANGE THE WAY YOU MAINTAIN YOUR NETWORK



» Hunter usa Radar Technology para encontrar exactamente la causa y la localización del problema, sea Analog CPD, Digital CPD, acceso, o impulso de ruido.

01 Encontrando el error
Hunter identifica la zona de la red donde se encuentra el error.

02 Pinpoint la fuente
Utilizando la Quiver móvil, los técnicos pueden localizar el punto exacto del CPD.

03 Solucionando el problema
Con localización precisa del CPD, los técnicos disminuyen, sustancialmente, el tiempo de solución del problema.

ARCOM
DIGITAL

www.arcomlabs.com

TuVes HD INGRESÓ COMO OPERADOR DE TV PAGA EN BOLIVIA

TuVes HD inició en Bolivia la comercialización del servicio DTH bajo la marca **Intersatelital**, la misma que es utilizada por el operador **Inter** en Venezuela, que en julio pasado adquirió al prestador de servicios mayoristas de telecomunicaciones.

Con cobertura nacional, Intersatelital es un servicio prepago con un único plan con 100 señales, que incluye 8 canales en alta definición (HD) y 7 canales nacionales, además de diversos paquetes Premium de deportes y cine, y opciones de DVR (grabar, pausar, grabar y retroceder en vivo) y control parental.

Alberto Taccone, country manager en Bolivia de la compañía, destacó que 'la concreción del ingreso de **TuVes HD** mediante la marca **Intersatelital** a Bolivia es un punto de inflexión para el crecimiento de la televisión local mediante la tecnología de televisión satelital (DTH)'.
Esto es porque 'ofreceremos la mejor grilla



Imagen Intersatelital

de contenidos internacionales con la flexibilidad de un servicio prepago, además de la solidez, el respaldo y la experiencia de más de 20 años de presencia en el mercado de la televisión de pago. Intersatelital, además, sumará el apoyo local de su management y todo su conocimiento para ir mejorando los productos ofrecidos y la expansión del negocio en todo el territorio boliviano'.
La suscripción al plan prepago de Intersatelital tiene un costo de 24,5 dólares mensuales, y los clientes deberán comprar el kit satelital (antena y set-top-box) por 43,27 dólares. Adicionalmente, resaltó Taccone, 'los usuarios también podrán optar al uso de los canales que nosotros tenemos en el satélite' por 5 dólares adicionales por mes. Actualmente, 'TuVes HD tiene más de 115 canales de video internacionales en su satélite. Esa misma grilla estará disponible para todos los usuarios que adquieran el servicio', concluyó el ejecutivo.



Alberto Taccone

BROADPEAK, CADA VEZ MÁS BUSCADO EN LA REGIÓN

Broadpeak, tras apostar tres años a vender CDN y OTT en Latinoamérica, ve sus frutos con clientes importantes de varios países. **Arnault Lannuzel** comentó que la diferencia frente a otras competencias 'está en la relación costo beneficio', aprovechando las estadísticas de avanzada, y en que se trata de una solución 'realmente flexible y escalable'.
'Muchos clientes no necesitan todo ahora, tal vez una CDN unicast para pocos canales, pero apuestan a Broadpeak ya previendo el siguiente como puede ser con el Nano CDN, que fue premiado en la IBC 2012. Tiene la chance de aprovechar además la nube y multicast para contenido OTT'.
Además, comentó que si bien se creía que la tendencia es tener una CDN en la nube para



Arnault Lannuzel y Elodie Levrel

aligerar los costos, en Latinoamérica muchos operadores buscan tener una CDN propia.

De cara a México, tuvo buenas ventas en **TV Azteca** y **Telecable**, junto a los encoders de **RGB Networks**. También en Colombia se viene un gran proyecto, Argentina va encaminada y con **TCC** de Uruguay ya pasan a la siguiente etapa donde extienden la plataforma a un servicio mayorista.



Queremos ser parte de su empresa.

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

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



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

Atención al Cliente
+ 1 800 566 7983

www.aerodoc.com



Think, do better



- ISDB-T Optional
- USB PVR Ready
- Excellent Technical Quality
- Perfect User Experience
- Major Secured CAS Supported: Nagra / NDS / Conax (level 4)



- Android 4.2 OS
- Twin DVB-C Tuner
- Cable Modem with Docsis 3.0
- Multi-screen Interaction Function with DLNA and Miracast
- UDAM CAS
- 2.4G/5.8G Dual Band Wi-Fi Network
- Bluetooth 4.0

JEZETEK

Welcome to JEZETEK

Jezetek is the owner of Jiuzhou brand
 Oficina de Brasil: Edifício Corporate Plaza, Av. Ibirapuera 2907, q504
 Moema, Sao Paulo, 04029-200, Brazil
 Contacto : Mr. Otto Klaus Spiess
 Teléfono fijo : 005511-50539802 (Brazil) ; 0086816-2468774 (China)
 Teléfono móvil : 0086-13981165779 (China)
 email : otto.klaus@d-telemedia.com ; market@d-telemedia.com
 Website : www.jiuzhou-intl.com ; www.d-telemedia.com/en



YOUR BEST DEAL BEGINS WITH ACE!
913-888-5100



Line Extenders



Trunk Amplifiers



Magnavox, Motorola & SA, 1 Gig, 870 & 750MHz



Headend, Encoders, Modulators, Receivers, Transport Systems



Converters - New & Refurbished DCX, DCH, & DCT's.



Modems - New and Refurbished Magnavox, Motorola, SMC & ADB SA EMTA, VOIP & WIRELESS

AGC ADAMS GLOBAL COMMUNICATIONS
 NOW OWNED BY ADAMS CABLE EQUIPMENT
adamscableequipment.com

ACE
 9635 Widmer Rd
 Lenexa, KS 66219
 ph: 913-888-5100