



Queremos ser parte de sua empresa.

Temos todos os recursos para nos transformar na área de logística da sua Empresa. O seu sucesso é o nosso negócio. Na Aerodoc aplicamos **engenharia** à logística para garantir aos nossos clientes um benefício econômico e uma entrega rápida e segura dos seus bens de capital e uso. Possuímos **licenças próprias de importação**, que nos permitem oferecer um serviço real de porta a porta. Fazemos a montagem e embalagem em **depósitos próprios** para proteger os equipamentos que nos confiam. Monitoramos integralmente o sistema operacional, controlamos os prazos de entrega e todos os gastos, além disso, oferecemos uma **SLA** de tempo de trânsito garantido.

Contamos com escritórios, depósitos e agentes próprios em diferentes países da América Latina-inclusive no Brasil e Argentina- o que nos possibilita ter **flexibilidade** de adaptação às normas de cada mercado, e assim, **trabalhar próximo** aos nossos consumidores. Na Aerodoc podemos atender as suas necessidades de **distribuição** tanto a nível operativo como cultural. Se a sua Empresa não tem uma área de logística, estamos preparados para ser a sua. Se já possuem uma, podemos brindar todo o apoio que esta necessite.



Escritório Central  
3511 NW 113 TH CT  
Doral, Florida 33178 - 1839  
+ 1 305 640 0763

Atenção ao Cliente  
+ 1 800 566 7983

www.aerodoc.com



DICIEMBRE 2015 | AÑO 21 | # 262

# Prensario Internacional

www.prensario.net

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING



# PROTAGONISTAS 2015

Ricardo Ehram • Patricio Hernández • Carlos Hulett • John C. Malone • Carlos Martínez • Henry Martínez • Luis F. Peraza  
Mauricio Ramos • Eduardo Ruiz • Marcos Santana • Domingo Simonetta • Adrián Suar • Bruce Tuchman • Juan Carlos Urdaneta

Edición Post-CAPER



Informes:

**CHILEMEDIASHOW**  
summit  
**TECNOTELEVISIÓN & RADIO 2015**

## Somos la fábrica de equipos de CATV profesional de China



WOS-4000

### Comunicación óptica de CATV Plataforma WOS-4000

- Serie T módulo transmisor óptico
- Serie FR módulo receptor óptico forward path
- Serie R vía de retorno del módulo receptor óptico de cuatro canales
- Serie EDFA módulo amplificador óptico
- Serie OSW módulo de conmutación óptica
- Serie AMP módulo amplificador pre RF
- Serie RFS módulo de conmutador RF

### D-Master 9801 monitores compactos IPQAM exterior **Nodo óptico modular**

D-Master 9801

■ D-Master 9801 (RTSP para DVB-C IPQAM) es un nuevo modulador QAM rentable con chasis compacto, que está diseñado de acuerdo con los estándares DVB.



D-Master 9801

■ D-Master 9801 tiene entradas IP 1000Mbps; la salida de RF soporta con 16QAM a 256QAM. El dispositivo permite la entrada de señales IP aplicadas a la distribución de televisión, entretenimiento en el hogar, control de vigilancia, señales digitales en hotel, tiendas, etc.



WR-1004MLD-GD

WR-1002JL-CEAM

### Codificador de alta definición con salida IP WDE-H820

■ La serie de codificadores WDE-H820 puede realizar la codificación de alta calidad de audio y vídeo y transmisión a baja velocidad de bits. Puede soportar una variedad de interfaces de entrada / salida.



WDE-H820

### Codificador/transcodificador HD con salida IP WDE-H230

- El WDE-H230 es un tipo de transcodificador profesional bidireccional que convierte vídeo de H.264 a MPEG-2. También puede codificar programas HD y SD simultáneamente.
- Esta serie de productos se pueden personalizar de acuerdo a las demandas del usuario. El cliente puede seleccionar un chipset con 1 a 8 canales de transcodificación. Después de la transcodificación, puede sacar MPTS y SPTS a través del puerto IP o puerto ASI.



WDE-H230

### Power-Pass Taps y Splitters para aire libre



- Frecuencia de funcionamiento: 5 - 1 Ghz.
- Pérdida de inserción baja, pequeña derivación y gran aislamiento.
- Chasis con cubierta impermeable de aluminio, cable coaxial estándar de 5/8.
- Tap de una vía, dos vías, divisor bidireccional y divisor de tres vías son productos full power-pass. Otros son los principales productos de paso de energía del puerto.
- Los productos exportados pueden utilizar norma europea o estándar americano.

# PROTAGONISTAS 2015



**Ricardo Ehrsam**  
Head of Global Entertainment, Televisa Internacional (México)

La principal distribuidora de contenidos de América Latina decidió hace dos años diversificar su catálogo, sumando nuevos formatos de entretenimiento desarrollados conjuntamente con La Competencia (España). Ello le permitió ganar nuevos mercados donde la telenovela no es requerida, como Escandinavia y países asiáticos, entre otros. Entre los principales títulos está *Stand up for Your Country*, vendido a más de 20 países. Esta estrategia también le permitió que crecieran formatos propios como *Pequeños Gigantes*, éxito en Polonia, España y otros mercados.

**Patricio Hernández**  
Director Ejecutivo, Mega (Chile)



En 2014 y lo que va del 2015, Mega ha sido el único broadcaster chileno con resultados económicos positivos, al captar fuerte audiencia programando dramas producidos en Turquía (*Las Mil y Una Noches*, *Fatmagul, Sila*) y, posteriormente, la producción *in-house* de teleseries creadas por María Eugenia Rencoret (antes en el área de dramáticos de TVN), que lideraron el prime time. Con una inversión de 30 millones de dólares, el canal del Grupo Bethia inaugura a fines de este año cuatro estudios en Vicuña Mackenna para producir cuatro nuevas teleseries en 2016.

**Carlos Hulett**  
CEO, VIVOPlay (USA/Venezuela)



Como el principal OTT totalmente dedicado al contenido latinoamericano, VIVOPlay se posicionó durante el 2015 tanto en VOD como en canales lineales y producción propia. Cuenta con más de 75.000 suscriptores a diciembre y una tasa actual de registro de 3.200 al mes, planeando alcanzar los 200.000 en 2016. La plataforma ofrece 14 canales lineales, más de 40 películas y telenovelas, y ha incrementado la producción propia con *Pantalla Dividida*, el late show *El Show de Bocaranda*, y *El informe*. Tiene suscriptores en 82 países, incluyendo asiáticos.

**John C. Malone**  
CEO, Liberty Global



Con presencia en 14 países, entre ellos Chile, donde es dueña de VTR, la operación de cuádruple play líder, Liberty Global ha dado un paso más en su posicionamiento regional con el anuncio de la compra de la telco Cable & Wireless Communications, que complementará a su filial en Puerto Rico para alcanzar los 10 millones de suscriptores en una operación que se unificará bajo la marca Liberty Latin America (LiLa). Este acuerdo sigue a las adquisiciones concretadas en los últimos años, que incluyen a la británica Virgin Media, la holandesa Ziggo NV y la irlandesa TV3, y negociaciones con TimeWarner Cable en los Estados Unidos.



# PROTAGONISTAS

# 2015



**Carlos Martínez**  
Presidente de Fox International Channels Latin America

Fox International Channels continúa dando pasos de vanguardia con sus proyectos de coproducción en Latinoamérica, como hizo en el caso de *Sitiados* con TVN de Chile y sus producciones en Fox Telecombia, con la filosofía de exportar sus contenidos al resto del mundo. El estreno de *Cumbia Ninja 3*, como proyecto integral con su música y su disco, estuvo acompañado por la estrategia de lanzar la temporada completa en Fox Play, lo que le permitió duplicar los accesos a su plataforma OTT. En el área deportiva, viene de anunciar la compra directa de los derechos para la televisación de los campeonatos internacionales de fútbol Copa Libertadores y Copa Sudamericana en sus versiones Premium, HD y TV Everywhere. Y, ha reforzado la campaña Piratería Cero que busca sanear la TV paga en Latinoamérica.

**Henry Martínez**



**EVP & Director Administrativo, Discovery Communications Latin America/US Hispanic/Canadá**

En sus más de 20 años en Latinoamérica, Discovery ha innovado tanto en contenidos como en calidad de imagen, habiendo desarrollado el concepto de Discovery Kids, luego extendido a otros países, y de Animal Planet, ante el interés de los niños por este tipo de programación. Ha sido pionera en canales HD cuando todavía no existía en los mercados de la región una demanda establecida para este formato, hoy ampliamente impuesto. También se ha destacado en producciones originales y en analizar de forma constante las cambiantes preferencias del público e ir adaptando los contenidos de los canales que ofrece a los requerimientos de la audiencia.



**Luis F. Peraza**  
Presidente, HBO Networks

Además del reconocimiento y altos niveles de audiencia con *Game of Thrones*, que estrena su sexta temporada en 2016, HBO Latin America apuesta cada vez más a las producciones originales en la región. Este año, sorprendió con *El Hipnotizador*, producida en Uruguay con elenco brasileño, argentino y local y hablada en dos idiomas; *Magnífica 70*, realizada en Brasil con pantalla en toda la región, y la segunda parte de la exitosa miniserie brasileña *PSI*. Hacia fines del año, el grupo lanzó su plataforma OTT por suscripción *HBO GO* en Colombia a través de un acuerdo con el proveedor de banda ancha ETB.



**Mauricio Ramos**  
CEO, Millicom



Luego de diez años al frente de Liberty Global, Mauricio Ramos asumió este año como CEO de Millicom, una de las mayores operaciones de telefonía móvil y servicios fijos de la región, donde está presente a través de la marca Tigo, y se expande en TV Paga como Tigo Star. A septiembre, el grupo superaba los 57 millones de abonados en telefonía móvil, 7 millones de hogares pasados con servicios fijos, y más de 9 millones de clientes en servicios financieros móviles, con un crecimiento en sus ingresos en la región del 25% con respecto al 2014. Su estrategia de avanzar en países como los de América Central, Colombia, Paraguay y Bolivia le ha dado muy buenos resultados.



**Eduardo Ruiz**  
Presidente & Gerente General, A&E Networks Latin América

Con el lanzamiento de dos señales nuevas para Latinoamérica el año pasado, Lifetime y H2, A&E Networks consolidó su atractivo portafolio y se diferenció de sus competidores logrando un éxito fuera de lo común para señales nuevas en términos de audiencia y sobre todo en crecimiento de afiliados, con decenas de millones de incremento en un contexto consolidado y a veces excesivamente prudente. El grupo ha logrado más recientemente nuevos *feeds*, como el de Lifetime HD exclusivo para Brasil, además de mantener sus cifras de crecimiento anual. Esto, basado en una estrategia de productos fuertes y multiplataforma, que complementa con relaciones comerciales con los afiliados y ventas publicitarias en el mejor estilo grandilocuente de otras épocas que la industria de la televisión por cable no debe perder.



**Marcos Santana**  
Presidente, Telemundo Internacional (USA)

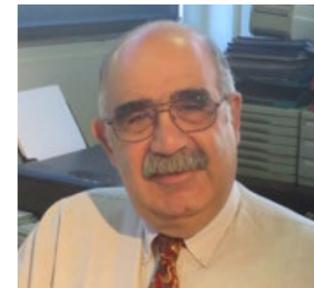


A nivel doméstico, las súper series acercaron en audiencia a Telemundo a los niveles de Univisión: según Nielsen, el *prime time* de Telemundo aumentó esta temporada un 23%, mientras Univisión cayó un 21%, dándose el margen más pequeño en la historia entre ambas cadenas hispanas. A nivel internacional, la división comandada por Santana cerró dos acuerdos estratégicos que robustecen su catálogo de distribución: con HBO por sus series originales producidas en América Latina, y con Mega de Chile por sus teleseries locales, como *Papá a la Deriva*, que ha sido un gran éxito en el prime time chileno.



**Domingo Simonetta**  
Presidente, Sistemas de Video Comunicación (Argentina)

Integrador de equipamiento para broadcast, cine, video, audio profesional y multimedia para todo el Cono Sur, SVC cumplió en 2015 treinta años en la industria, representando firmas líderes como Avid y Grass Valley, lo que le permite tener un portafolio completo de soluciones de alta tecnología, incluyendo 4K. En un año difícil en lo económico para toda la región, la empresa liderada por Domingo Simonetta ha logrado crecer en facturación y ha sumado nuevas representaciones, creando soluciones a medida, que han sido replicadas en otros mercados. Aliado tecnológico de sus clientes en el Cono Sur, hoy se está expandiendo a nuevos mercados.



**Adrián Suar**



**Director de Programación, El Trece; Presidente, Pol-ka Producciones (Argentina)**

Con un mix de telenovelas de producción propia, como *Esperanza Mía* (coproducción con Pol-ka y Dori Media Contenidos), y extranjeras como *Las Mil y Una Noches* (Global Agency, Turquía), sumado al éxito de *Showmatch* (que emite el formato *Bailando por un Sueño*, Televisa), El Trece se ubicó entre mayo y octubre como líder del *prime time* en Argentina y ha logrado gran repercusión en las redes sociales. A nivel internacional, el producto creado por El Trece es distribuido por Pol-ka.



**Bruce Tuchman**  
Presidente, AMC Global & Sundance Channel Global

AMC Networks ha logrado posicionarse entre los grandes programadores de la región, principalmente en Argentina, Brasil y México, gracias a sus series originales antes distribuidas a través de otros canales. Al lanzamiento de *Fear the Walking Dead*, que con su estreno en simultáneo con Estados Unidos duplicó sus niveles de audiencia, se sumaron la serie de artes marciales *Into the Badlands* y la de ciencia ficción, *Humans*, siempre con la misma estrategia global. Además, su señal Sundance Channel es considerada uno de los aportes más valiosos al cine independiente en la región que tienen las grillas de TV paga.



**Juan Carlos Urdaneta**  
Presidente, Turner Latin America



Dos de las grandes estrategias de programación llevadas a cabo por Turner Broadcasting Latin America este año han sido, por un lado, el incremento de producción original en la región (como *El Mundo desde Abajo*, TBS veryfunny) y, por otro, las alianzas con los productores de ficción más importantes de Argentina, que le permitieron tener en el prime time de TNT las series *Historia de un Clan* (Underground/Telefe) y *Signos* (Pol-ka/El Trece). Todo esto tendrá continuidad en 2016, con los estrenos de series originales como *Psiconautas* (Navajo Films) y *Nosotros los Nobles*, un proyecto realizado con Pol-ka y producido en México. En lo tecnológico, todas sus señales están disponibles ahora en HD.



# LO QUE TUS CLIENTES QUIEREN, YA LO TIENES



**LO MEJOR DE LOS CANALES FOX EN UNA SOLA APP.**  
INVITA A TUS USUARIOS A SER PARTE DE LA EXPERIENCIA  
DE CONTENIDOS MAS COMPLETA SIN COSTO ADICIONAL.



PRODUCTO SUJETO A DISPONIBILIDAD TÉCNICA Y GEOGRÁFICA. ACCESO A LOS CONTENIDOS SIN COSTO ADICIONAL SEGÚN SUSCRIPCIÓN CON OPERADOR DE TV PAGA (SI EL OPERADOR OFRECE FOX PLAY). CONSULTA CONDICIONES COMERCIALES, DE ACCESO Y RESTRICCIONES EN [www.foxplay.com/terms](http://www.foxplay.com/terms) O CON TU OPERADOR

# Venezuela: crece la inversión publicitaria en TV paga

## Digital, cada vez más relevante

Ibélise Castro, EVP & gerente general de Concept McCann Caracas, se refirió al contexto publicitario en Venezuela. 'Existen dos puntos de vista. Desde el negocio en la compra de medios, a los clientes les fue maravilloso. Compraron a dólar 70, con tarifa fija todo el año y con una inflación de tan sólo el 50%. Pero si se analiza bajo su estructura de negocio, disponibilidad de producto, precio justo, regulación de precios, inamovilidad laboral, control de cambio, limitación de divisas, etc., todas

paró en 2014 el 42,65% del market share, y seguirá siendo líder en opciones de medios, incrementando su share. En 2014 su aumento fue de 16% respecto al año anterior'.

'Prensa fue el segundo medio. Con 18,52% de mercado, mantuvo su posición dentro de las opciones, aunque ha ido perdiendo share. En 2014, la disminución fue del 0,81% contra 2013. Este mismo panorama de disminución de share aplica para revistas'.

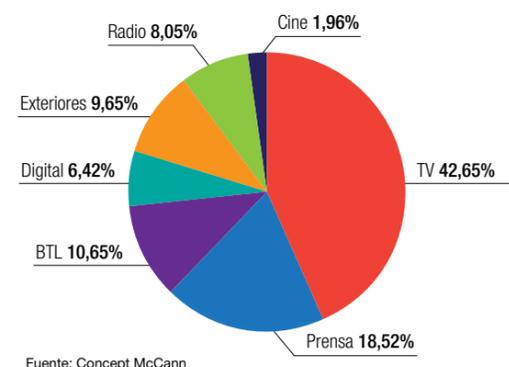
'Digital definitivamente es un medio que viene en ascenso; en términos de inversión

para el 2014, pasó a un cuarto lugar dentro de las opciones de medios hasta alcanzar el 6,42%. Es el medio con mayor crecimiento, se puede convertir en el de mayor participación publicitaria en Venezuela para el 2016. Habrá clientes que no podrán comprar en los medios tradicionales, por lo que esta vía es la más idónea para mantener la presencia de marca, la recordación', explicó. El resto de los medios se distribuyen: BTL (10,65%), exteriores



Ibélise Castro, EVP & gerente general de Concept McCann Caracas

### Venezuela: Market Share de inversión publicitaria por medios (2014)



las empresas están golpeadas, afectando directamente la industria publicitaria'.

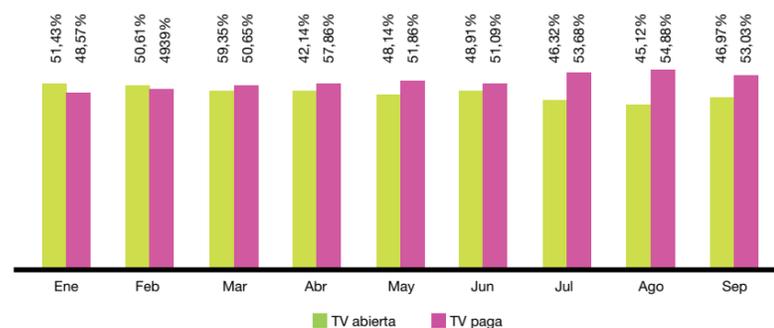
'Donde podemos observar un incremento de campañas de branding para mantener la recordación de marca y contrarrestar un poco la entrada de nuevos productos "hechos en Venezuela". Este año pocas categorías mantuvieron un incremento en su inversión, para nombrarte alguna de ellas son, compañías de seguro, nuevos productos de limpieza para el hogar y bienes raíces del exterior', agregó.

### Market Share por medios

'La TV paga viene creciendo año a año, desplazando a la TV abierta. Este medio se está convirtiendo el de principal inversión en todos los clientes. En total, televisión aca-

### Venezuela: Participación de los canales de TV paga contra TV abierta

DSHR Total individuos 24 horas Enero - Septiembre 2015



(9,65%), radio (8,05%) y cine (1,96%).

Adelantó: 'El próximo año vemos pocas categorías con incremento de inversión acorde a la inflación tarifaria. Banca, bebidas carbonatadas, bienes raíces, cadenas de comida rápida, serán algunas que podrán aguantar el incremento tarifario PV 2016. Los demás verán un recorte en su mix de medios y continuidad'.

En cuanto al desempeño de Concept McCann, mencionó: 'Podríamos decir que el 2015 fue un año ajustado, sufriendo la realidad del país. Para nuestros clientes resultó beneficioso el haber cerrado los fee del año 2015 por un año porque no sufrieron el impacto de la inflación, caso contrario para las agencias que tuvieron que absorber dicha inflación'.



**Pensamos en grande...**

...y continuamos trabajando juntos para que sus marcas lleguen a la mayor audiencia a través del portafolio más sólido, para cerrar los negocios más rentables.

Gracias por haber sido parte de la experiencia TURNER One.



## Turner y una propuesta publicitaria multiplataforma

### Upfront anual en Venezuela

Turner Latin America realizó su upfront anual en Caracas, Venezuela, donde presentó su propuesta multiplataforma a clientes, agencias y medios.

Titulado *Turner One: Think Big, pensando en grande*, el grupo reunió a ejecutivos y talentos en el Salón Plaza Real del Hotel Eurobuilding de Caracas, el 20 y 21 de octubre. Estuvieron **Pablo Verdin**, VP de investigación, **Jesús Barón**, VP de planificación estratégica, **Mitra Jerald**, VP comercial de estrategia de nuevos nego-



Carlos Cordido, Mitra Jerald, Francisco Rivas, Jesus Barón, Yanira Puy, Nestor Aristiguieta y Pablo Verdin

cios, y **Yanira Puy**, directora de mercadeo, además de la presentadora de **CNN en Español**, **Alejandra Oraa**, (*Café CNN* y *Destinos*), que fue la anfitriona del evento.

La propuesta de Turner incluyó contenido OnAir, plataformas y la realización de distintos eventos BTL tanto para clientes y público en general.

Jesús Barón explicó: 'Un anunciante debe pautar en el Grupo Turner por dos cosas: primero, el nivel profesional de nuestra oferta comercial. Nosotros nos hemos destacado por tener reconocimientos en el mercado ya que construimos una relación a largo plazo y la segunda es porque tenemos perfiles publicitarios que abarcan la mayor gama de individuos que hacen vida en el hogar'.

Entre las transmisiones más destacadas del 2015, Turner presentó la primera edición de



Gabriel Silva, Jesús Barón, Yanira Puy, Alejandra Oraa, Ganador premio, Néstor Aristiguieta, Francisco Rivas y Carlos Cordido, de Turner Venezuela

los *Premios Heat Latin Music Awards* desde las playas de Cap Cana, República Dominicana y el Festival de Viña del Mar que transmitió **HTV**. Además, mencionó el lanzamiento del nuevo canal **TNT Series** en marzo.

Como cierre del Upfront se llevó a cabo la elección de la nueva *Chica HTV 2015* donde clientes, anunciantes y prensa, disfrutaron de uno de los eventos más importantes del canal líder de música latina, además de disfrutar de los performance de artistas como Chino & Nacho, Farruko, Sharline, Tito El Bambino, entre otros.

## Premios ANDA 2015: ARS DDB, agencia del año

### Reconocimiento a la publicidad en Venezuela

**ARS DDB** fue elegida Agencia del Año en la edición 2015 de los premios **ANDA**, mientras que **Nestlé Venezuela** se alzó como el mejor anunciante, en el evento que entregó 177 premios: 33 Oros, 74 Platas y 70 Bronces en 62 categorías.

El Grand Prix TV-Cine le correspondió al comercial de Ofimak, versión *La Máquina del Tiempo* de la agencia **La Fuente de Soda** y la productora **El Living Producciones**. El Grand Prix Medios Digitales, Mejor Video



El equipo de ARS DDB en los Premios 2015

Online lo ganó Banesco con su pieza *Héroes Anónimos*, creado por **La Cocina Publicidad** y producido Factor RH.

El premio otorgado por los consumidores fue para el comercial de Flips de Alfonso Rivas & CIA, versión *El Poder de un Flips - Niño* de la agencia ARS DDB y la productora **Tres Cinematografía**.

La elección de los ganadores estuvo a cargo de un jurado integrado por 74 profesionales designados por Fevap, de la Cámara del Cine, el Círculo de Creativos, Cavecom-e, Alianza Social Venamcham y agencias digitales, además de tres creativos venezolanos radicados en el exterior.

El concurso se desarrolló en tres etapas. La fase presencial contó con la participación, en la sede de ANDA, de los 74 jurados, quienes con un Sí o un No determinaron las piezas finalistas del Shortlist. De este mismo grupo, por sorteo directo y abierto, se seleccionaron

los 45 jueces que evaluaron en la fase online, para elegir los metales: Oro, Plata y Bronce. De esta misma data, por sorteo aleatorio y electrónico, se generó el conjunto de ocho jurados que votó en la fase in situ-online, para elegir los Grand Prix.

**Rubén Salazar**, presidente de **ANDA**, manifestó que desde el mismo momento de asumir en abril la conducción de este organismo, interpretó la necesidad de renovar las líneas estratégicas de la actuación de esta asociación para estar a tono con lo que se está experimentando en múltiples escenarios del país.

Enfatizó que los integrantes del sector de las comunicaciones comerciales de Venezuela han estado asumiendo los desafíos de los tiempos, han acoplado sus métodos y prácticas de trabajo; se han sensibilizado ante el acontecer y han dado respuestas válidas, dignas de reconocimiento.

**NBCUniversal**  
INTERNATIONAL  
NETWORKS

**AHORA UNIDOS,  
MÁS FUERTES QUE NUNCA**

UNIVERSAL CHANNEL 100% PERSONAJES  
Syfy Imagina Más  
STUDIO UNIVERSAL  
E  
TELEMUNDO INTERNACIONAL

## México: Viacom crece de la mano de producciones originales

### Upfront 2016 en México

En el marco del Upfront 2015 realizado en México, **Eduardo Lebrija**, SVP & General Manager de **Viacom International Media Networks** para México, Centroamérica y el Caribe, destacó a **Prensario** el crecimiento en términos de audiencia que los canales de la compañía han registrado en el país en lo que va del 2015.

**Comedy Central** ha tenido un crecimiento muy importante en México y ha demostrado un importante aumento en términos de audiencia mes a mes. Asimismo, subimos varias posiciones en el ranking durante este 2015, siendo julio el mejor mes entre la audiencia de 18 a 34 años desde que lanzamos la señal en 2012', comenzó a describir el ejecutivo.

De acuerdo con Lebrija, este crecimiento se vio sustentado con contenido como *Lip Sync Battle* y *South Park*, y las producciones originales *La Culpa es de Colón* y la franquicia *Stand-Up*, de la cual se estrena un episodio semanal para su versión local.

'Este año también estrenamos *Bloopers*, un nuevo programa con el conductor **Mauricio Mancera**, que también ha gustado mucho y que ofrece un humor muy mexicano a partir de los videos más divertidos de internet. Actualmente estamos en planes para producir la versión local de *Lip Sync Battle* en los próximos meses', adelantó.

Para el caso de **Paramount Channel**, señaló que 'ha tenido muy buena respuesta gracias a que continúan expandiendo su portafolio de entretenimiento, para ofrecer aún más variedad de películas para atraer al demo +35 años, a través de reconocidos títulos como *Rescatando al Soldado Ryan*, *Forrest Gump*, *Los padres de Ella*, *Una mente brillante* y *Pandillas de Nueva York*, entre otros'. El canal recién cumple 'un año de haberlo lanzado y ya contamos con una amplia distribución, la cual permite sea un canal muy atractivo ya para todos nuestros anunciantes'.

En cuanto a **MTV**, tienen el reality *Acapulco Shore* en sus temporadas 1 y 2, el cual ha sido todo un fenómeno no sólo en ratings, sino que también ha generado un gran boom mediático y en las redes sociales. 'Desde el estreno de la primera temporada hasta el último episodio, tuvo un muy buen desempeño en ratings para ubicarse en #1 en dos ocasiones en el target de 18 a 24 años de edad, que justamente es el core target del canal'.

Además, *Acapulco Shore* casi triplicó el rating **Prensario Internacional**

promedio de MTV como canal, en el mismo target de 18 a 24, durante las semanas que estuvo al aire, colocándose varias veces en el Top 5 del ranking de TV Paga (sin contar canales infantiles). '*Acapulco Shore 2* ha sido visto por casi 11 millones de personas desde su estreno en los mercados más importantes de América Latina: Colombia, Argentina y particularmente en México'.

Por otro lado, dijo que como propiedades exitosas, 'destacan los *VMA's*, que ha sido el show más visto en diferentes plataformas y social media en la historia, y *Catfish Colombia*, que ha tenido muy buenos resultados también'. A ellos se le suman *La familia del Barrio*, *Ugly Americans*, *Enchúrame la máquina*, *La casa de los dibujos*, *Ridiculousness* y *Bully Beatdown*, entre otros. 'Ahora en noviembre estrenamos la 3ª temporada de *La familia del Barrio*, una exitosa producción local y la primera animación 100% mexicana de MTV'.

Sobre **Nickelodeon**, el ejecutivo comentó que tuvieron un gran éxito con sus cuatro series originales: *Toni la Chef*, *Yo soy Franky* y las producciones en inglés para **Nick Internacional** *Every Witch Way* -en su tercera temporada-, y *Talia's Kitchen*, que han tenido muy buenos resultados. Otros programas exitosos de Nick que tuvieron este año fueron *Bella and the bulldogs*, *The thundermans* y *Victorious*.

En **Nick Jr.**, el canal para los más pequeños en etapa preescolar, 'han tenido muy buena respuesta animaciones como *Paw Patrol*, las nuevas temporadas de *Dora la Exploradora* y *Bubble Guppies*, entre otros siguen cosechando éxitos'.

### Estrategias de marketing

En México, Lebrija señaló que las diferentes estrategias de marketing han funcionado de manera exitosa para ayudar a mejorar los rating de las producciones de los canales de Viacom. Es el caso de 'la campaña 360° que realizaron con *Lip Sync Battle* de Comedy Central, la cual ha contribuido a mejorar los ratings del canal, y la campaña fuerte de branding con la que estaremos celebrando el primer aniversario de la presencia de Paramount en México'.

Con MTV, 'lanzamos una campaña 360° de *Acapulco Shore*, con una estrategia mayormente digital que ha logrado un engagement total con la audiencia millennial, tanto en pantalla como en redes sociales, para colocarse como #1 e incrementar



Eduardo Lebrija

la base de seguidores de MTVLA y la propiedad'.

'Una de las más importantes activaciones que hacemos en México es *Verano Nick*, que ya cumplió su octava edición, la cual llevamos a cabo por primera ocasión en *La Granja las Américas*. En este parque, pueden asistir niños y jóvenes de todas las edades para convivir con sus personajes favoritos en diferentes dinámicas. Este año tuvimos una asistencia de más de 60 mil personas durante el mes de la campaña, lo que representó un incremento en 30% de afluencia regular al lugar'.

Hablando específicamente de redes sociales, resaltó las respuestas que reciben las iniciativas de Viacom en el país, 'ya que todas nuestras marcas están muy vinculadas con el mundo digital y las redes. En *KCA México*, tuvieron una participación de más de 135 millones de votos on line y el show generó varios Trending Topics en Twitter'.

Para el caso de 'MTV, que tienen una marca muy fuerte en este campo, la cual va completamente enfocada al público millennial que está constantemente conectado, 'realizamos diferentes estrategias con las redes sociales que permiten la interacción, como en el caso de *MTV Hits*, el nuevo programa musical que lanzamos al aire recientemente, en el cual estamos innovando para presentar un conteo de videos donde la audiencia interactúa constantemente'.

Un caso de éxito en redes sociales 'es sin duda *Acapulco Shore*, ya que en su segunda temporada, generó tan sólo en Twitter más de 25 trending topics (TT), en toda la región con un número muy significativo de seguidores'.

En promedio, señaló, 'cada contenido compartido en las redes sociales tuvo un alcance de más de 460 mil usuarios con más de 70 millones de impresiones generadas a lo largo de la temporada, más de 33 millones del total de engagement e interacciones a través de likes, comentarios, video views y clicks. Los *MTV Millennial Awards* tuvieron más de 25 millones de votos desde el inicio y varios trending topics en Twitter'.

# LÍDER DE LA TV PAGA EN LATINOAMÉRICA Y BRASIL



**A+E NETWORKS** | LATIN AMERICA  
A Joint Venture with **Ole Communications**

## ESPN lanza sus canales lineales en streaming

ESPN anunció, durante su tradicional UpFront de ventas publicitarias en Buenos Aires, que todas sus señales de TV paga ya están disponibles en streaming a través de su plataforma autenticada *ESPN Play*.

Durante la presentación a afiliados, anunciantes y agencias de publicidad y medios en el Hotel Alvear, **Guillermo Tabanera**, SVP y gerente general de **ESPN Media Networks Latin America**, destacó que siendo 'la misión de ESPN entretener a través del deporte, desde que en 1989 la cadena llegó a América Latina, trabajamos día a día para ser líderes de la industria'.

Y para ello, digital tiene desde hace muchos años un lugar preponderante en la estrategia integral de desarrollo de la compañía: 'Allá por el 2006 lanzamos la primera plataforma online de video que se llamó **ESPN 360**. La relanzamos en 2009 bajo la marca **ESPN Play**, fórmula que luego muchos en la industria imitaron, y en 2011 lanzamos **ESPN 3**, el primer canal autenticado, creado especialmente pensado para ser transmitido vía streaming'.

Siguiendo este camino, señaló el ejecutivo, 'ahora nos convertimos en la primera y hasta

ahora única compañía de la industria que ya tiene todos sus canales lineales disponibles por streaming: **ESPN**, **ESPN2**, **ESPN3**, **ESPN Extra**, para que los usuarios puedan disfrutarlos donde y cuando quieran a través de cualquier dispositivo conectado'.

**Federico Reyna**, Sr. Director Acquisitions Programming & Digital Media, explicó a *PRENSARIO* que 'ESPN hoy dejó de ser un canal de televisión, ESPN es un multidispositivo que está en TV, en mobile, online y en radio, pero el contenido audiovisual está disponible en todos lados, porque actualmente el contenido de deporte se consume caliente, al instante'. El ejecutivo destacó que con todos los canales ya disponibles para ser accedidos en *ESPN Play* por streaming, recién algunos de sus operadores socios en la región ya lo incorporaron mediante a sus ofertas de plataformas de video, pero que están negociando con todos los demás, ya que el acceso a los canales es sólo a través de la autenticación con operadores.

Como todos los años, ESPN presentó todas las novedades de programación para el 2016 durante el UpFront. Luego de destacar la gran



Guillermo Tabanera, Antonio Álvarez, de Cablevisión, Sebastián López, de ESPN, Lucio Gamaleri, de Red Intercable, Pablo Staffolani, de Supercanal y Hernán Apesteguía, de Canal 4 de Pergamino

cobertura del Mundial de Rugby de Londres, hace unas semanas, anunciaron que serán Official Broadcaster de los Juegos Olímpicos Rio 2016, el acontecimiento deportivo del próximo año.

Con la conducción de **Leo Montero**, **Quique Wolf** y **Mex Urtizberea**, además de la participación de otras figuras del canal, la presentación destacó que ESPN prepara una cobertura multimedia de Río 2016 de más de 600 horas en vivo en TV y digital, lo que incluirá a más de 300 personas que trabajarán para realizar el seguimiento más personalizado de las atletas sudamericanas.

## Deutsche Welle presentó a Pía Castro en Buenos Aires

**Deutsche Welle** presentó en Buenos Aires a **Pía Castro**, productora y conductora del programa *Aquí Estoy*, que se emite por la señal satelital en español de la televisora pública internacional alemana.

La original rueda de prensa se efectuó a bordo del catamarán Galileo, navegando por los canales de Puerto Madero y la salida al Río de la Plata en la capital argentina, y contó con la presencia de integrantes del programa de **Pía Castro**, así como directivos del equipo Distribución América de Deutsche Welle.

En charla con *PRENSARIO*, Castro señaló que '*Aquí Estoy* es el programa más latino de la programación 24 horas en español de Deutsche Welle; es media hora de entrevistas con personas que sean un puente entre Alemania y América Latina, que cuentan su historia relacionando Alemania con América Latina'.

'Ilustramos los lugares de Alemania y me encanta poder lograr que los espectadores de diferentes países de América Latina, a través de la entrevista y del entrevistado, se sientan

participes aunque vivan en un país latinoamericano que no sea el del entrevistado, que puede ser argentino, colombiano o mexicano'.

'La migración no tiene fronteras, yo soy argentina pero no hablo para Argentina, hablo para Colombia, México y todos los países de la región. No miramos al norte, miramos a quienes están en América Latina, funciona muy bien; la Deutsche Welle tuvo el coraje de invertir en un programa que no es lo habitual para ella'.

'En el programa se habla de todo, de amor, de costumbres, de la vida, de cómo se siente la gente; se torna muy político en el momento en que cuentas cómo te fuiste, pero es muy humano. Lo describo como un programa de entrevistas, profundo'.

Entre las entrevistas realizadas hasta ahora, Pía destaca el reportaje al fotógrafo argentino Guillermo Srodek-Hart, quien ha logrado notoriedad en Alemania a través de la exhibición de fotografías donde se muestran aspectos de la Argentina tradicional, el campo —con pueblos que no han cambiado en el tiempo y



Pía Castro y Sylvia Viljoen, con Alejo Smirnov de *PRENSARIO*

oficios que están desapareciendo, como el de herrero— y sus personajes: 'Es algo que atrae la atención en Europa, porque hay un respecto por la nostalgia y una revisión histórica de oficios que no existen más, especialmente los que requieren trabajo de manos'.

Otro de los reportajes que destaca es el realizado al músico andaluz Diego "El Cigala", quien 'me contó que hizo un viaje a Cuba, atraído por el bolero y el son'. 'Pero, una vez allí, detrás de estos géneros musicales descubrió el tango, y a partir del tango descubrió el folklore argentino. Tanto se ha compenetrado con esta música que creó una milonga para el *Martin Fierro* y también canta *Garganta Con Arena*, el tango compuesto por Cacho Castaña'.

www.prensario.net



AHORA TODOS  
LOS CANALES  
TAMBIÉN EN HD

ESPN

ESPN2

ESPN3

NUEVO  
ESPN+

+ CONTENIDO + DEFINICIÓN

+ ESPN

# EN 2016...

MÁS ACCIÓN, MÁS CONTENIDO

MÁS IMPACTO.

EL REGRESO DE LAS  
**GRANDES FIGURAS**

MÁS  
—DE **45**  
EVENTOS EN  
**VIVO**

LAS REVANCHAS **MÁS ESPERADAS**  
WERDUM VS CAÍN      CORMIER VS JONES

WERDUM VS CAÍN

EL AÑO DEL

**UFC 200**

**UFC**  
**NETWORK**

**¡CONTRÁTALO YA!**



## Cablevisión: evolución de la tecnología para hacer frente a la nueva demanda

En una recorrida por sus instalaciones, **Cablevisión** de Argentina, bajo el liderazgo de su gerente técnico, **Miguel Fernández**, mostró a la prensa cómo está impactando la nueva forma de acceder a los contenidos en lo que ellos denominaron “La evolución de la tecnología hogareña y de los servicios”.

Cablevisión opera el servicio de TV por cable para 3,5 millones de suscriptores y da Internet, a través de **Fibertel**, a 3,5 millones de clientes. La empresa cuenta con 9000 kilómetros de Back Bone interurbano, y 7,4 millones de hogares pasados. La empresa da servicios en Argentina y Uruguay, y desde el 2007 (fusión con Multicanal) ha totalizado una inversión de 2500 millones de dólares.

“En **Cablevisión-Fibertel** el 50% de todo el tráfico de Internet, en la hora pico, se dedica a Netflix (35%) y YouTube (15%), respectivamente. En Cablevisión, el tráfico por cliente crece a un ritmo de 30% anual y el tráfico total a un ritmo del 60%. Ante este escenario, Cablevisión está trabajando en distintos frentes y se planea presentar un nuevo producto en 2016”, indicó Gabriel Carro, gerente de ingeniería.

### La red HFC

Para Miguel Fernández la red HFC es uno de los activos más importantes de la compañía. Hoy la red de Cablevisión está constituida de fibra óptica, que garantiza grandes anchos de banda y permite recorrer largas extensiones con una mínima degradación de la señal, y en la acometida al cliente se llega con cable coaxial. Hoy los nodos están cada vez más cerca de la casa del cliente.

“En las ciudades más importantes nuestros nodos no están más lejos de los 200 metros de la casa del cliente. Aun así, se busca siempre la evolución constante de nuestra red, lo cual representa un gran desafío, ya que se pueden identificar varias maneras de aumentar las capacidades, priorizando siempre la calidad para los clientes”, y agregó: “Estamos trabajando bajo la norma Docsis 3.0 y en poco tiempo se ampliará a 3.1 para mejorar el ancho de banda y las capacidades de la red”.

**Carlos Bardón**, gerente de planeamiento, destacó que la empresa sigue invirtiendo en la construcción del Backbone Interurbano, en el cual Cablevisión viene trabajando desde el

2007. ‘Este Backbone tiene una longitud de 9000 km y abarca varias provincias, desde Misiones hasta Neuquén. ‘Por ahora tenemos tres puntos que están quedando fuera de este Backbone Formosa, Posadas y Salta, pero estamos trabajando para que en el futuro más inmediato posible estas localidades también se puedan interconectar’.

Bardón destacó que en estas ciudades se están instalando Hedaends digitales para ampliar la oferta HD que el año que viene llegará a alrededor de 80 canales.

‘Actualmente llegamos con fibra óptica al 90% de los hogares con las redes de datos de Cablevisión y se estima llegar a interconectar al 97% de los hogares, para 2020. Además del plan de mejoras existente, se realizan bajo esta misma premisa, las re-construcciones (upgrade para brindar datos); así como también, las construcciones de nuevas redes, las cuales se producen a razón de 6.000 Km por año’. Parte del trabajo que realiza Cablevisión en sus redes es rediseñar las áreas de servicio, disminuyendo la saturación del equipamiento de planta externa. ‘En promedio cada área de servicio alimentará 500 hogares’, resumió Bardón.

Dentro del planeamiento a futuro Cablevisión sigue invirtiendo en la extensión de sus servicios de Wifi para su producto Fiber Zone, que hoy llega a cerca de 2000 bares, restaurantes, gimnasios y lugares públicos ‘La idea es que los usuarios sientan que su red hogareña se mueve con ellos y puedan utilizar algunos servicios como si estuvieran en su hogar’.

### Mantenimiento

‘Como se mencionó, el crecimiento constante del tráfico requiere un aumento de la capacidad de la red de planta externa, lo que implica además de realizar proyectos de inversión, implementar prácticas y políticas de mantenimiento, con el fin de asegurar una red confiable y saludable’, indicó Gustavo Caissials.

‘Desde hace varios años se trabaja en base a un plan de mantenimiento preventivo que incluye, la revisión periódica, en la calle, de los equipos más importantes y el monitoreo de los parámetros de funcionamiento de la red, de manera tal de lograr una detección temprana y proactiva de las fallas y degradaciones’.



Carlos Bardón, Lorena Marino, Miguel Fernández, Gabriel Garro, Gustavo Cayssials y Fabio Messa

‘En el desarrollo de las mejores prácticas de operación y de nuevas herramientas Cablevisión se ha apoyado en las experiencias de los principales operadores de cable a nivel mundial, tales como Comcast, Charter y Suddenlink, todas ellas de Estados Unidos y VTR de Chile. También se mantiene contacto permanente con organismos especializados y representativos de la industria, tales como Cablelabs (Sociedad de Investigación y Desarrollo en el ámbito de las operadoras de cable) y la Sociedad de Ingenieros en Telecomunicaciones de Cable (SCTE). Esto habilita la posibilidad de participar en debates y seguir de cerca la evolución de las mejores prácticas de mantenimiento’, indicó Fabio Messa, gerente de soporte técnico operativo.

### Mirando al futuro

‘En algún momento la TV como la conocemos va a desaparecer’ señaló Garro; ‘hoy no se trata de llegar con una señal al hogar, hoy se tiene que llegar a la persona, cada persona tiene su consumo, y en diferentes devices. Nuestro desafío es crear una plataforma a la cual se pueda tener acceso desde todos los dispositivos, en cualquier momento y en cualquier lugar, que posea contenidos bajo demanda y contenidos lineales, que les permita hacer pausa y rebobinar, hacer todo lo que puede hacer en Netflix y todo lo que se puede hacer hoy en Cablevisión. Esa plataforma la vamos a tener lista el año entrante, con un producto terminado para segundas pantallas en el primer semestre y para pantallas grandes en el segundo semestre’.

‘Estamos hablando de un cambio sustancial en la forma de consumir nuestros contenidos y en la relación con nuestros usuarios’, remarcó Garro.

+

# H. SIMPSON

Q.E.P.D.

1955-2015



## LA PIRATERÍA ONLINE ESTÁ MATANDO LO QUE MÁS QUIERES.

Cada vez que decides mirar o bajar un contenido de manera ilegal, le estás quitando a la industria los recursos que necesita para seguir produciendo las series, películas o eventos deportivos que tanto te gustan. Dile no a la piratería, sabes que está mal.



**hunter**

VISTA WEB A TRAVÉS DEL MÓVIL

CAMBIAR LA FORMA DE HACER MANTENIMIENTO A SU RED

Hunter usa la Tecnología de Radar para encontrar exactamente la causa y la localización del problema, ya sea CPD analógico o CPD digital. También se detectan Ingresos, Ruido de Impulso y Laser Clipping.

**01 Encontrando el error**  
Hunter identifica la zona de la red donde se encuentra el error.

**02 Pinpoint la fuente**  
Utilizando el Quiver, los técnicos pueden localizar el punto exacto del CPD.

**03 Solucionando el problema**  
Con la localización precisa del CPD, los técnicos disminuyen sustancialmente el tiempo de solución del problema

**ARCOM**  
DIGITAL

www.arcomlabs.com

## Telecentro festejó sus 25 años con 300 Mbps para sus clientes

Gran fiesta en el Faena Art Center de Buenos Aires



Alberto Pierri, presidente de Telecentro

Con un gran evento en el Faena Art Center de Puerto Madero, en Buenos Aires, el operador de triple play de Argentina, **Telecentro**, festejó sus 25 años e hizo importantes anuncios 'de efecto presente y futuro', como destacó su presidente **Alberto Pierri**.

Sobresalió la presencia política, con el presidente electo **Mauricio Macri** a la cabeza, seguido por el gobernador saliente de la provincia de Buenos Aires, **Daniel Scioli**, y **Sergio Massa**, quien también fue candidato en estas elecciones.

Del lado de la industria del cable, participaron varios directores regionales que viajaron especialmente como **Emilio Rubio** de **HBO**, más otros CEOs como **Guillermo Tabanera** de **ESPN** y **Carlos Fridman** de **TyC Sports**, entre otros.

En su discurso, Pierri remarcó el hecho de que una empresa familiar como la suya haya llegado hasta donde llegó, que fue la primera en dar triple play y que cuenta con la mejor red de fibra óptica del país. Comentó además que la clave fue siempre reinventar y adelantó que este año Telecentro 'está lista para invertir 150 millones de dólares más'.



Emilio Rubio, CEO de HBO, y Sebastián Pierri



Sebastián Pierri y Juan Carlos Balassañ, de Turner

En el marco de la celebración, Telecentro anunció el lanzamiento de la oferta de 300 Mbps de velocidad de Internet, superando a todas las alternativas actuales. Pierri comentó que esto permitirá dar entrada a una nueva era que se extiende hasta la "Internet de las Cosas" (IOT por su sigla en inglés), y que la banda ancha en el futuro iba a ser tan valorada como el agua, tomando una frase del CEO de **Netflix** de reciente visita en el país. También lanzó un paquete de 50 señales en HD.

La velada se cerró con un show de primera línea como el de **Maxi Trusso**.



Alberto Pierri (segundo), junto a Sergio Massa, el presidente electo Mauricio Macri y su esposa Juliana Awada, y el gobernador saliente de Buenos Aires Daniel Scioli



Guillermo Tabanera, Alberto Pierri, Sebastián López de ESPN, y Sebastián Pierri



Alejandro Kember de AMC, Hernán Chiófalo y Carlos Fridman, Gerente General de TyC Sports, y Gustavo López de AMC



Javier Figueras de HBO, Sebastián Pierri, y Federico Canónigo de Fox

# El Canal Católico más grande del mundo.



**EWTN**  
el canal católico

Para mayor información escriba a [iberoamerica@ewtn.com](mailto:iberoamerica@ewtn.com)  
[ewtn.com/español](http://ewtn.com/español)

## Streann convierte su contenido en un canal de TV

Los dueños de contenido tienen ahora la oportunidad de convertirlo en un canal de TV utilizando su plataforma de OTT que es una tecnología de distribución por IP, un desarrollo que está revolucionando la industria, de acuerdo al cofundador y CTO de **Streann Media**, **Antonio Calderón**.

El ejecutivo señaló a **PRENSARIO** que su empresa ofrece el servicio completo para aquellos proveedores de contenido que elijan extender su actividad tanto de radio como televisión para que esté disponible en cualquier dispositivo a cualquier hora y en cualquier lugar. La clave de esta transformación está en el uso de la tecnología avanzada de audio y video por IP utilizando la Internet pública combinada con múltiples desarrollos de software que igualan o superan la distribución tradicional de televisión por cable o satélite.

En sus múltiples alianzas, Streann se une al sistema de automatización de audio y video para contenidos multimedia **AVRA**, como la plataforma oficial para proveer la distribución del servicio de streaming en los medios digitales. **AVRA** es una solución que en conjunto con Streann permiten no sólo a una estación de radio tradicional sino a un canal de televisión

o proveedor de contenido crear un sistema de televisión por IP inteligente con control desde la automatización, gráficas, redes sociales, publicidad hasta la entrega al usuario final utilizando la solución OTT de Streann.

Los modelos de negocio para monetizar esta plataforma van desde servicio de suscripción, pay-per-view, publicidad en banner, comercial antes y después de la transmisión de un canal y otros modelos que se reservan para discutir directamente con potenciales clientes.

Esta plataforma es la tendencia de mayor crecimiento que va adquiriendo cada vez más terreno dentro de la industria del entretenimiento, permitiendo la creación y enfoque del contenido a sectores particulares y nichos de mercado que no contaban hasta ahora con una opción de distribución.

Según destacó Calderón, aunque la industria de OTT es compleja en términos tecnológicos, debido a la cantidad de elementos en juego, la marca se ha dedicado a desarrollar una solución de principio a fin que define como "Capture and Play", haciendo el proceso muy sencillo a los clientes, que no deben preocuparse por integrar múltiples plataformas de diferentes proveedores para la puesta en marcha de toda



Antonio Calderón, CTO y cofundador de Streann

la solución de OTT.

'Actualmente, estamos trabajando en unos proyectos de televisión para la comunidad hispana en los Estados Unidos, un network de televisión para comunidad católica, soluciones para telcos y otros grupos privados interesados en la plataforma para distribución de nuevos contenidos', añadió.

'El auge de los dispositivos móviles ha cambiado la manera de consumir la televisión, que no se ha dejado sino que se han cambiado los hábitos tradicionales a una experiencia personal en la que el usuario tiene el control de elegir lo que desea ver cuando dispone del tiempo para hacerlo'.

'Sin duda, la televisión sigue siendo el eje del entretenimiento. Nosotros queremos ser el vehículo que transporta todo ese entretenimiento desde la captura hasta su entrega', concluyó el ejecutivo.

## EiTV: entretenimiento e interactividad para TV digital

La estrategia de internacionalización de **EiTV** está proyectando la expansión fuera de las fronteras del ISDB-T, apoyado en la credibilidad que ha alcanzado en Latinoamérica.

Su expertise, reconocida entre los clientes del continente, vino principalmente en función del sistema ISDB-T, japonés. Con la tecnología agregada en Brasil, pero afinada con la realidad del hemisferio sur, surgió el estándar ISDB-Tb que es el más adecuado para las necesidades de la televisión digital latinoamericana. El nivel de excelencia de EiTV en productos y servicios generó un movimiento en el mercado, que acabó demandando por nuevas soluciones.

**EiTV Closed Caption**, por ejemplo, es una solución universal para inclusión de los te-

lespectadores con limitaciones de audición. Algunas emisoras peruanas y chilenas ya están adoptando el sistema con éxito, inicialmente en plataforma ISDB-Tb. el sistema también está siendo utilizado en Colombia y por eso fue adaptado para el estándar europeo DVB. El estándar americano ATSC puede ser el próximo horizonte para la empresa.

El momento es especialmente propicio porque, en el actual escenario económico brasileño, el cambio elevado del dólar frente a la moneda local torna más competitivas las exportaciones. Las empresas globales de tecnología, que ya mantienen diversas sociedades con EiTV, demuestran seguridad para la utilización de soluciones desarrolladas por la



Fernando Muller de EiTV de Brasil

empresa, y ahora, con estos precios son ahora mucho más requeridas. La empresa espera, en 2016, conquistar nuevos mercados para productos y servicios, con base en el concepto construido a partir de la plataforma ISDB-T.

# El Mundo del Gigabit No lo Esperará Tampoco debería.

Obtenga hoy mismo el servicio multi-gigabit con Casa!

Para saber más sobre nuestro CCAP preparado para 10Gbps, visite [casasystems.com/gigabit](http://casasystems.com/gigabit)



## RFI y Radio Cultura entregaron el Premio al Fomento de las Artes

En la Embajada de Francia en Argentina

Con un evento en la Embajada de Francia en Argentina, **Radio France Internationale** y **Radio Cultura** entregaron el Premio al Fomento de las Artes, que en su primera edición estuvo dedicado a las artes escénicas.

El jurado integrado por **Marilú Marini, Elisabetta Riva, Marcela Criquet, Vivi Tellas** y **José Miguel Onaindia**, además de **Mario Terzano** por **Radio Cultura** y **Juan Buchet** por RFI como miembros permanentes, eligió a los dos espectáculos ganadores, que en esta oportunidad fueron *Mi hijo sólo camina un poco más lento*, dirigida por Guillermo Cacace, y *El limonero real*, dirigida por Maricel Álvarez y Ezequiel Menalled. Además, *Terrenal*, de Mauricio Kartún, y *Cactus* orquidea, de Cecilia

Meijide, recibieron menciones.

Más de 1500 artistas del Área Metropolitana de Buenos Aires participaron de la convocatoria, con más de 120 producciones de teatro, danza, ópera, teatro musical, entre otras, en cartel entre el 1 de noviembre 2014 y el 31 de octubre de 2015. La gala de premiación contó con la presencia de 300 personalidades del mundo del arte y la cultura, destacando al embajador de Francia, Jean-Michel Casa, y a Eric Cremer, director de la distribución y de la prospectiva de France Médias Monde (FMM), grupo al que pertenece RFI, quien vino especialmente a Buenos Aires para el evento junto a Pompeyo Pino, director Radio Américas de RFI. Finalmente, se anunció que el **Premio RFI**



Eric Cremer, de France Médias Monde; Mario Terzano, director de Radio Cultura; Jean-Michel Casa, embajador de Francia; Juan Buchet, corresponsal de RFI; y Pompeyo Pino, director Radio Américas de RFI

**Radio Cultura** al Fomento de las artes estará dedicado en su segunda edición, 2016, a las artes visuales. El jurado estará integrado por Julia Converte, Victoria Noorthoorn, Diana Saiegh, Teresa de Anchorena, Alicia de Arteaga, Facundo Gomez Minujin y Julio Crivelli, entre otros, y por sus miembros permanentes, Mario Terzano y Juan Buchet.

## HBO lanzó OTT de suscripción abierta en Colombia

Para suscriptores de banda ancha de ETB

**HBO** Latin America anunció que desde el 1 de diciembre **ETB** de Colombia es el primer operador en ofrecer el nuevo servicio de suscripción online **HBO Go**, que permite acceso a sus canales premium **HBO/Max** a usuarios que sólo cuentan con una suscripción a banda ancha.

Hasta ahora, **HBO Go** se encontraba disponible en América Latina únicamente como un complemento a la suscripción al paquete Premium **HBO/Max** con los operadores de TV paga, pero al lanzarse como un servicio de suscripción por Internet, los consumidores que solo tienen conexión de banda ancha podrán tener acceso

a la plataforma a través de los distribuidores que ofrecen el servicio por toda Latinoamérica.

Colombia es el primer mercado de la región en tener disponible este producto a través de la **Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá (ETB)**, telco que cuenta con una red de fibra óptica que da cobertura a 1,2 millones de clientes.

El acceso a la plataforma, que fue desarrollada en base al modelo utilizado por HBO en Estados Unidos con **HBO Now**, que desde abril pasado está disponible a través de una suscripción mensual para el público que no es abonada a ningún sistema de TV paga asociado a la plataforma OTT

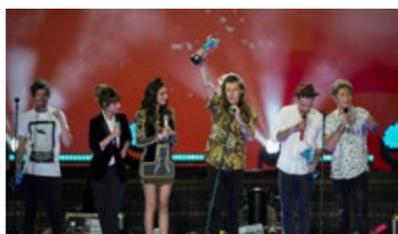


Francisco Smith

gratuita de la programadora, tendrá en Colombia un costo mensual de 29.400 pesos (USD 9,37).

**HBO Go** cuenta con más de 2.500 títulos, sin cortes comerciales, incluyendo las más recientes películas de Hollywood, todos los episodios de las temporadas de las series originales de HBO de Estados Unidos, todas las series de los más de 10 años de producción original de la compañía en América Latina y los documentales, películas y programas especiales del canal. Además, ofrecerá el cine internacional e independiente del canal Max, así como sus series.

## Premios Telehit 2015: record de audiencia



One Direction en los Premios Telehit

**Telehit** transmitió la octava edición de los Premios Telehit, que durante más de tres horas superó los 55.000 espectadores y posicionó a la señal en el primer lugar dentro de los canales de música en la TV paga de México.

Los Millennials siguieron el 61% de la transmisión del evento, dentro de la categoría de música tuvieron una afinidad del 140%, 348% en público de 13 a 18 años y NSE Medio Alto (C) de 151%.

En el sitio web se registró un incremento del 136%, 67% y 144% en Browsers, visitas y page-views, respectivamente vs el año 2014. En cuanto a las redes sociales, la transmisión en streaming de los premios obtuvo un total de 290,348 videos vistos incrementando 539% vs el año anterior.

Premios Telehit 2015 contó con las actuaciones de One Direction, Simple Plan, Fifth Harmony, Reik, Jesse & Joy, DLD, Mario Bautista, Paty Cantú, Urban 5, The Wookies y Jary.



media solutions

## Servicios de ingeniería para el sector audiovisual

- Ingeniería de proyectos Broadcast
- Proyectos "llave en mano"
- Venta y distribución de equipos de audio/video
- Gerenciamiento de proyectos
- Soporte y mantenimiento
- Consultoría

una empresa del grupo **Imagina**

Tomkinson 1750  
(1625) San Isidro  
Buenos Aires - Argentina  
bgerbasi@unitecnic.com  
Tel. +54 11 52 39 33 83

Gaspar Fábregas 81  
(08950) Esplugues de Llobregat  
Barcelona - España  
Tel. +34 93 417 54 90  
Fax +34 93 418 41 80



www.unitecnic.com



# NexTV CEO's Summit en Miami

## la TV paga en el escenario futuro

El NexTV CEO's Summit 2015 realizado en Miami permitió analizar los temas que preocupan a la industria de la TV paga lineal desde la perspectiva de sus directivos, y ver cómo se ubica cada empresa frente a un complejo pero fascinante escenario futuro.

El cuarto Panel Ejecutivo, primero de la tarde, estuvo centrado en las *Nuevas Tendencias en el negocio de la TV*, y contó, entre otros participantes, con **Eduardo Zulueta**, de **AMC**; **Gonzalo Fiure**, de **Fox International Channels**, y **Javier Ruete**, de **TCC** de Uruguay.

Zulueta señaló que la TV Lineal seguirá siendo fuerte en la transmisión de espectáculos deportivos y concursos, y planteó la urgente necesidad con contar con más datos sobre la audiencia que ofrecen los sistemas de cable a los anunciantes, de modo de permitir una comparación con respecto a las plataformas digitales, que ya ofrecen la información a través de lo que se denomina "analytics" y permite a los dueños de contenidos --y a los anunciantes-- tener una idea del funcionamiento de la monetización comparativa de los mismos.

Fiure se refirió a la inmediatez como manera de combatir la piratería y coincidió que los concursos seguirán en la TV lineal, al igual que otros programas 'sobre los cuales la gente comenta al día siguiente'. Ruete se mantuvo en su conocida línea de considerar que el cableoperador debe acercarse al usuario todos los contenidos existentes a disposición, y 'digerirlos' previamente para hacerle más fácil la selección al espectador.



Ariel Barlaro, Tom Wirth, Saúl Kattan Cohen, Carlos Moltini, Eduardo Stigol y Steve Oeteggenn

**Tom Lattie**, de **Harmonic**, coincidió en que 'es necesaria una revolución en los sistemas de medición para que el OTT sea una industria pujante', en tanto **Sefy Ariely**, de **Viaccess Orca**, recordó que 'el OTT es acerca de la forma de consumir, tiene muy grandes posibilidades pero depende de la existencia de ancho de banda'.

**Gustavo Marra** sostuvo que existen los elementos para poder medir audiencia y que no se puede hablar de migración de audiencias sino que existe una complementariedad. Y **Raúl García**, de **Ooyala**, señaló que 'no se cobra cuando no hay valor agregado al contenido; el valor online está dando por la personalización y por lo que resulta de la métrica que se obtiene'.

El quinto panel, el último del Summit y tocando el tema de TV Everywhere, contó con **Gustavo López**, de **AMC**; **Victor Kong**, de **Cisneros Interactive**; **Pablo Iacovello**, de **DLA**, y **José Rivera Font**, de **Sony Pictures Television** por los programadores.

López señaló que su empresa considera a TV Everywhere como un valor agregado,



Ariel Barlaro, Rafael Lopez, Pierluigi Gazzolo, Mariano Varela, Rahit Mehra y Andrés Vázquez de Mercado



Ariel Barlaro, Jacques Le Manc, Adeián Gioia, Facundo de la Iglesia, Carlos Sánchez, Platão Rocha, y Juan Carlos Santamaría

ofrecido a través de los cableoperadores: 'Es necesario para mantener el ecosistema'. Rivera Font describió la posible monetización como una función de la posibilidad de definir el volumen de audiencia adicional que se genera'.

**Pancrazio Auteri**, de **ContentWise**, manifestó que su empresa ya ofrece el software requerido para estudiar el volumen, tipo y los hábitos de la audiencia de cable; agregó que, con respecto al "catch up", los hábitos de consumo son iguales a los de la TV lineal, con minutos de diferencia.

**Alejandro Couce** coincidió en la necesidad de cuantificar y saber más sobre los usuarios de dispositivos móviles que se conectan, para conocer sus hábitos de consumo, en tanto **Angelique Boissy**, de **Skyworth**, advirtió que 'es difícil pasar de sintonizar en un dispositivo a otro' y que 'el dispositivo más usado, con el correr del tiempo, será aquel que brinde una mejor experiencia al usuario'.

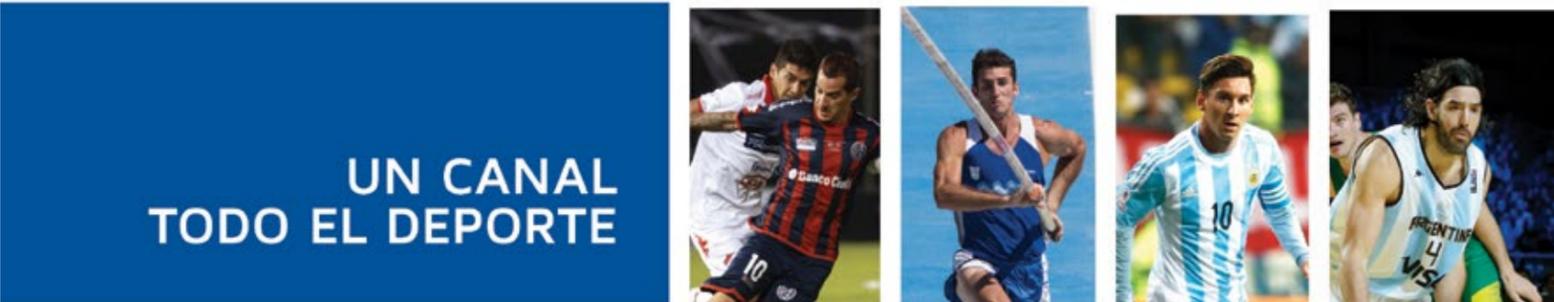
En el cierre, **Ariel Barlaro** anunció que en 2016 el CEOs Summit se realizará en el mismo hotel St. Regis de Bal Harbour, pero extendiéndose a dos días, del 24 al 25 de octubre.



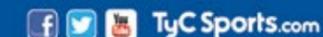
Ariel Barlaro, Eduardo Zulueta, Raúl García, Javier Ruete, Sefy Ariely, Gustavo Marra, Tom Lattie y Gonzalo Fiure



José Rivera Font, Gustavo Lopez, Victor Kong, Pablo Iacovello, Angelique Boissy, Pancrazio Auteri, y Alejandro Couce




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.



## TV Azteca presentó nuevos contenidos en MIPCancún 2015

Con una suite exclusiva ubicada frente a la sala de reuniones generales, **TV Azteca** participó activamente en MIPCancún 2015 ofreciendo sus nuevos contenidos al igual que su amplio catálogo tradicional.

**Marcel Vinay Jr.** señaló a **PRENSARIO** que, además de la aceptación del producto terminado en los mercados en diversas partes del mundo, se está avanzando también mucho en materia de formatos y con adaptaciones a países en particular, como en el caso de *La Loba*, el éxito protagonizado por **Ivonne Montero** y **Mauricio Islas** que se está haciendo ahora en Malasia en coproducción con la

cadena **Astro**, y de *Lo Que Callamos Las Mujeres* —que canaliza situaciones reales y es uno de los mayores éxitos en la historia de TV Azteca— cuyo formato es puesto al aire por **Chilevisión** en Chile. '*Lo Que Callamos Las Mujeres* es un caso especial', señaló Vinay, 'porque además de tener muy buen rating en diversos mercados, aporta mucho a la sociedad de los países donde se emite; es uno de los programas más vistos en América Latina'.

Otros títulos destacados en MIPCancún 2015 han sido *Así En el Barrio Como en el Cielo*, con **Marcel Girado**, **Luciano Zacharski**, **José Alonso** y **Patricia Bernal**, con producción de **Fides**



Marcel Vinay

**Velasco**, y *Tanto Amor*, con **Leonardo García**, **Melissa Barrera**, **Arap Bethyke**, **Rossana Nájera** y **Ofelia Medina**. Ambos productos han sido muy bien recibidos por los compradores asistentes a la convención en Cancún y estarán disponible en NATPE 2016 en enero.

## 7A Media: contenidos multiplataforma sin abandonar los medios tradicionales



César Díaz

Muy satisfecho con los resultados de MIPCancún 2015 se mostró **César O. Díaz**, CEO de **7A Media**, distribuidora de los contenidos producidos por la cadena **ABS-CBN**, con sede en Filipinas.

'Estamos lanzando la novela *Puentes de Amor*,

ya doblada al español, y hemos concretado ventas en este mercado. Una de las características de estas producciones es que tienen una gran similitud con lo latino, por la larga presencia española en Filipinas; son historias clásicas de novela ideales para el horario *daypart*, hemos observado que el público latinoamericano se identifica muy rápidamente con ellas'.

Por otro lado, Díaz sigue representando el catálogo de **Power Entertainment** del Reino Unido, con un catálogo compuesto mayoritariamente por series y películas, y ofrece también un paquete de cine latino. Asimismo, ha establecido una alianza estratégica con **Comercial TV**, empresa española dirigida por **Santiago Gimeno**:

'Estamos desarrollando ideas en conjunto para España y América Latina, la idea es ir obteniendo contenidos para explotarlos en forma coordinada en todos estos países'.

También está avanzando en contenidos propios en el área de ficción, tanto para los medios tradicionales como para las plataformas digitales, en este caso con episodios más cortos: 'Es ésta una época en que nos ha tocado aprender mucho en poco tiempo, esto va creciendo muy rápidamente, hay que cambiar violentamente y tener contenidos listos para las nuevas plataformas sin abandonar las posiciones ganadas en las tradicionales. No es un proceso sencillo, pero lo estamos logrando'.

## TBS veryfunny: nueva temporada de *El Mundo desde Abajo*

**Turner** presentó en Buenos Aires la tercera temporada de *El Mundo desde Abajo*, el late night original producido por **OnTV** para **TBS veryfunny**, que se estrenó el 21 de noviembre a la medianoche, con un adelanto en Facebook el día anterior.

Con la presencia de **Claudio Villarruel** y **Bernarda Llorente**, de **On TV**, **Alejandro Parra** y el equipo de dirección y producción del programa, **Felipe de Stefani**, gerente general de **Turner Internacional Argentina** (TIA) y SVP & gerente general de los canales de tendencia, destacó el éxito del ciclo conducido por **Sebastián Wainraich** y **Julieta Pink**, la dupla radial que pasó a la TV paga **Prensario Internacional**

para posicionarse entre los tres programas más vistos del canal, promediando 1 punto de rating en cada emisión.

La tercera temporada de *El Mundo desde Abajo*, que ya tiene confirmada la cuarta para el 2016, estará compuesta por 22 episodios que se emitirán en dos partes entre este año y el próximo.

Sobre el desempeño del canal, dijo Felipe de Stefani: 'tbs veryfunny tiene gran antigüedad en Estados Unidos, donde se ha posicionado como el canal número 1 del cable básico con **Conan O'Brien** como una de sus principales figuras. En Latinoamérica, hemos lanzado en 2011 y desde



Felipe de Stefani, Julieta Pink, Bernarda Llorente, Sebastián Wainraich y Claudio Villarruel

entonces ha logrado un buen crecimiento hasta alcanzar hoy los 49 millones de abonados, algo difícil de conseguir en la actualidad, cuando las grillas están saturadas'.

Dijo que en 2016 habrá nuevas producciones originales, como *TV or not TV*, con **Luis Rubio** (**Inhaus**, Turner), *Psiconautas* (**Navajo Films**), y también *Nosotros los Nobles*, un proyecto realizado junto a **Pol-ka** y producido en México.





# Caper 2015

## 4K y workflow IP, los protagonistas

Caper 2015 tuvo una exitosa edición en el centro Costa Salguero de Buenos Aires, con récord de asistencia en el primer día, que recibió a 1900 participantes, y buena repercusión por parte de los expositores, que destacaron a los visitantes, tanto en cantidad como en calidad. Los integradores se mostraron satisfechos con el movimiento de la feria y, sobre todo sorprendidos por el alto nivel de asistencia a sus workshops. Tal es el caso de **SVC**, que recibió a 100 personas y **MDP**, que dictó una presentación técnica para más de 80 profesionales.

La inauguración tuvo la presencia de funcionarios nacionales, de la Ciudad de Buenos Aires y de diversas asociaciones profesionales con las cuales la Cámara Argentina de Proveedores y Fabricantes de Equipos de Radiodifusión ha ido estableciendo contacto en los últimos años y que han contribuido a enriquecer el programa académico de la muestra y a la vez ampliar el rango de la muestra a cable, cine, satélite, audio y multimedia en general, más allá de radio y televisión.

La superficie de la muestra fue ampliada a 2800 m2, con 85 expositores, de los cuales 68 fueron nacionales y 17 del exterior; de estas empresas, 14 expusieron este año por primera vez. Además, **Solari** agradeció el apoyo de diversas entidades, como el **INTI** (Instituto



Norma Trinchitella, Ricardo Solari y Osvaldo Rodi en la inauguración oficial de Caper 2015



Stefanie Rendón y Aldo Campisi de Chyron, con Daniel Borovsky de América, Guillermo Guilles BVS y Daniel Saá

Argentino de tecnología Industrial), la Dirección General de Promoción Turística.

En cuanto al mercado, los expositores comentaron cómo les impactarán las nuevas medidas económicas que lanzó el gobierno nacional sobre importaciones de bienes, que se suman a las demoras en la salida de las DJAI. La regulación más reciente de la Secretaría de Industria impone que se debe aprobar y homologar cualquier equipo con fuente interna, demorando otros 30 días más la nacionalización de equipos importados.

Se vio un gran número de empresas exponiendo productos y servicios para fibra, una tecnología que está teniendo gran despliegue a nivel nacional por parte de las telcos, cooperativas, ISPs y cableoperadores, que están reconvirtiendo sus redes. La caída de los precios de la fibra al hogar hace que muchas más empresas estén llegando con fibra al abonado, proceso impulsado también por el surgimiento de más productos para este segmento del mercado.

En Caper el 4K es una de las estrellas de la muestra, así como el flujo de trabajo sobre redes IP. En este sentido, se vieron diferentes ofertas de cámaras para diferentes targets, como **Panasonic**, **Sony**, **BlackMagic Design**, **JVC**. En la parte de workflows, se destacan **Newtek** y las empresas más high end como Sony o **Grass Valley**.

También llaman la atención las soluciones gráficas y de manejo de archivo, como **EVS**, **Orad**, **Avid**, **ChyronHego**, **Evertz** y **Qantel**, entre otras. Todas las marcas mencionadas destacaron la buena afluencia de público en la feria.

Año a año, la muestra ha logrado consolidar su posición en el mercado de cine y audio profesional con mayor cantidad de empresas fabricantes de sistemas de sonido profesional y de productos específicos para cine, desde



Fernando Monetti, Francisco de Marco, Andrea Mirson de Arter y Emilio Gañán

grúas, a iluminación, pasando por carros de travelling, cabezales robóticos y sliders automatizados. Aun no se ha visto reflejado el crecimiento del mercado de drones como en el terreno internacional, si bien descontamos que en las próximas ediciones habrá una mayor oferta para ese segmento.

Sobre el final del día, SVC tuvo su tradicional fiesta de agasajo para marcas y amigos, en el marco de Caper, que coincide con la celebración de sus 30 años, recorridos a través de un video institucional en el que destacan el trabajo conjunto con **PRENSARIO**. El lugar elegido fue Rodizio Costanera, como siempre, fue una fiesta muy informal y de amigos, más que una reunión comercial con clientes. La celebración tuvo muchas sorpresas con entregas de placas de reconocimiento de **Avid** y de **Ricardo Solari**, y para cerrar la SVC Blues Band, al mando de **Ricardo Pignotti**, brindó un concierto para amenizar la velada.

**José Calles**, de Avid agradeció especialmente a **Domingo Simonetta** el esfuerzo por impulsar la marca, pero especialmente toda la familia de SVC (nombrando a todos y cada uno), por el compromiso y el don de gente que le dispensan día a día.



Manuel Martínez, Nahuel Villegas, de Imagine Communications, junto a Alejandro Chaperó, de DirectTV; Guillermo Mon Avallé, también de Imagine, y Martín Rivaben, presidente de Pontis, nuevo rep de Imagine para Argentina



Adrián Copantsidis, Fracundo y Pía Favelukes con Ifi-go, Trinidad Murguiondo y Antonella Cozzi de Educ.ar

# Máxima eficiencia. Mínimo costo de operación. R&S®Tx9: la generación de transmisores preparada para el futuro.

Como operador de redes usted necesita soluciones rentables. La generación de transmisores R&S®Tx9 satisface todas sus necesidades.

- ! Eficiencia pionera en el mercado que permite un gran ahorro de energía
- ! Mínimo espacio de instalación requerido
- ! Ahorro en el mantenimiento gracias a una plataforma común de repuestos

Está disponible para los estándares de FM y DAB(+) así como para los estándares de televisión digital y analógica.



[www.rohde-schwarz.com/ad/Tx9](http://www.rohde-schwarz.com/ad/Tx9)



E<sup>5</sup> - eficiencia a la quinta expresión.

**ROHDE & SCHWARZ**



Castillo 748 | C1414AWP | Buenos Aires | Argentina

Tel: (+54 11) 4011-4500 | [mach@mach.com.ar](mailto:mach@mach.com.ar) | [www.mach.com.ar](http://www.mach.com.ar)



# SVC: 30 años de transformación y crecimiento

Gran festejo en el marco de Caper 2015



Con una exposición exitosa, **Sistemas de Video Comunicación (SVC)** cerró una nueva edición de Caper festejando los 30 años en la industria.

La empresa presidida por **Domingo Simonetta** está redondeando un año de transformación y crecimiento como hacía mucho tiempo no experimentaba.

De la mano de grandes marcas como **Avid** y **Grass Valley**, SVC estuvo en Caper con un stand más grande que años anteriores, y con la presencia un gran número de ejecutivos extranjeros que se acercaron a Buenos Aires, para estar presentes en la exposición mostrando las novedades en equipamiento de sus marcas, pero también mostrando el apoyo a su distribuidor que ha tenido un año sobresaliente.

'Nos acompañaron muchas marcas y muchos clientes, hemos tenido un show muy exitoso y esperamos seguir con este impulso el año que viene', destacó Simonetta a **PRENSARIO**.

'Tuvimos visitantes no sólo de Argentina, sino de países limítrofes como Uruguay, Paraguay, Bolivia, Chile, Brasil, y queremos seguir por esa senda creciendo en otros territorios, pero por sobretodo buscando y ofreciendo soluciones para nuestros mercados y profesionalizando la industria'.

'Seguimos creciendo e incorporando soluciones, muchas de las cuales se presentaron este año a Caper. Una de las grandes novedades de este año es que estamos representando a **Leyard**, vino gente de Brasil, si bien no pudimos traer los pantallas de Led, es una de las marcas líderes y con la cual ya hemos cerrado acuerdos muy grandes y estamos en proceso de abrir nuevos mercados, como el corporativo, un mercado donde hay mucho para crecer y

donde ya hemos puesto a trabajar a un equipo', destacó Simonetta.

'Con Avid, se hicieron las clases en el teatro creado para tal efecto en la muestra y hay cada vez más público joven que se acerca para conocer el amplio abanico de soluciones que ofrece la marca. Este año estamos muy contentos porque se han concretado varios proyectos y seguimos instalando y actualizando sistemas'.

'En un año particular, tanto por las elecciones, como por la forma en que se desarrolló la industria, nosotros nos encontramos en pleno crecimiento, por volumen de negocios, por integrantes del equipo y por soluciones ofrecidas' destaca Domingo; 'con el cambio del equipo de ventas hemos encontrado nuevas formas de hacer negocios y estamos más que satisfechos con los resultados'.

Previo a Caper, SVC trajo al presidente de **BlackMagic** Estados Unidos, quien presentó la mini **URSA** a sus distribuidores, para luego tener una reunión más informal y conocer de cerca las necesidades de la región. Más tarde, al cierre de Caper, **Avid** presentó su sistema **Venue S6L**, y también contó con la presencia destacada de **Robert Scovill**, un reconocido ingeniero de sonido que ha trabajado con bandas de renombre internacional como **Rush**, **Def Leppard** y **Prince**, entre otros.

Otra gran novedad de este año que se pudo ver en Caper es la nueva representación de **Autodesk** para un segmento de la industria en franco crecimiento el "Media Entertainment". 'Estamos trabajando fuerte en todas las soluciones de Autodesk ya que es un nicho de mercado que tiene mucho para crecer', destacó **Mariano Simonetta**, 'Estaremos trabajando de la mano de instituciones educativas para el desarrollo de cursos y carreras que incluyan diseño en 3D, donde los productos de Autodesk como **Maya**, **3D Studio Max**, **Stingray** o **Flame**, son los estándares de la industria.

Un punto alto de esta Caper fueron los workshops que dictó SVC, como el de **JVC** donde había 50 preinscriptos y a la hora de la charla, se presentaron más de 100 personas para escuchar las novedades de la empresa. Y no fue el único ya que las distintas conferencias, charlas y workshops de las que participó SVC contaron con un gran número de asistentes que en muchos casos sobrepasaron la capacidad de los auditorios.



Domingo Sominetta de SVC

### Fiesta de los 30 Años

Este año la clásica cena para clientes y proveedores de la empresa, tuvo el plus de la celebración de los 30 años. En el agasajo, **José Calles** y **Ariel Sardiñas** de **Avid** entregaron una placa de felicitaciones a SVC por estos primeros 30 años y por el apoyo incondicional a la marca y a la industria. También hicieron lo propio **Ricardo Solari**, presidente de Caper y **Sergio Rataus** de **Avid Orad**, quien le entregó un presente muy particular a Simonetta.

La empresa "habló" a través de un video que recorrió los 30 años de la empresa, sus primeras oficinas, las primeras exposiciones, y cómo fue creciendo hasta el presente pujante de la empresa.

**Norma Trinchitella** y Domingo Simonetta recordaron sus inicios, compartieron con sus empleados, incluso los que ya no trabajan en la empresa, hicieron referencia a los distintos obstáculos que debieron sortear, a las cuatro monedas que tuvo el país en estas tres décadas, y también al momento más difícil, tras la crisis del 2001, y el actual presente que ahora se muestra mucho más optimista, sobre todo gracias al empuje de los más jóvenes que se sumaron en los últimos años.

No faltaron en la fiesta, la torta con las velitas y el clásico concierto de "La SVC Blues Band" comandada por **Ricardo Pognotti**.



Avid reconoció a Domingo Sominetta de SVC por sus 30 años



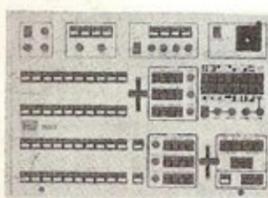
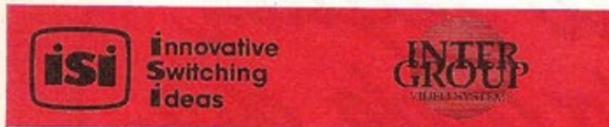
Festejos por los 30 años de SVC



SISTEMAS DE VIDEO COMUNICACION S.A.

REPRESENTANTES Y DISTRIBUIDORES DE

EQUIPOS PROFESIONALES PARA ESTUDIOS DE TELEVISION



- Generadores de efectos especiales desde 6 hasta 20 entradas
- Matrices de video (AFV)
- Master control Switchers
- Línea completa de equipos de conmutación y distribución de video



- Instrumentación para control y medición de señales de video
- Vectorscopios
- Monitores de forma de onda
- Monitor de señal de video (Vect. y M.F.O. conmutable en una sola unidad)



- Correctores digitales de base de tiempo
- Sincronizadores de cuadro
- Procesadores de video

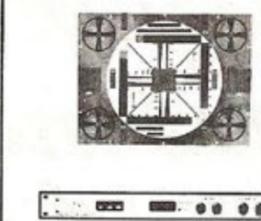
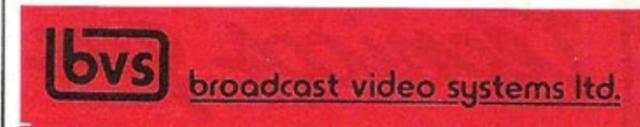


- Monitores B/N y color
- Generadores de sincronismo
- Matrices de video y audio
- Equipos terminales de video



EQUIPAMIENTO PROFESIONAL PARA TELEPRODUCCION

- Generadores de caracteres para titulado en video.
- Subtitulado de films.



- Líneas de retardo de pulsos y video
- Filtros pasabajos de video
- Medidores de ancho de pulsos
- Charts de prueba
- Generadores de área de seguridad



- Trascodificadores PAL B/PAL N
- Distribuidores de video y pulsos
- Distribuidores de audio
- Switchers para video
- Racks normalizados de 19" con puertas
- Patch panels



Algunos de nuestros clientes: STC CANAL 4 (Pergamino); CABLEVISION (Canal 5, La Lucila); VIDEO HOGAR (Cable Rosario); TELEDIFUSORA OLAVARRIA (Canal 5); SERVICAB S.A. (Canal 2, San Nicolas); COMPTURIST VALLE DE LAS LENAS; HOSPITAL FERNANDEZ; GOB. TIERRA DEL FUEGO; CANAL 9 (Bs. As.); CANAL 11 (Bs. As.); CANAL 13 (Bs. As.); CANAL 7 (Bahia Blanca); CANAL 9 (Mendoza); CANAL 11 (Formosa); LS1 RADIO MUNICIPAL LU16 RIO CUARTO, etc

PROYECTO E INSTALACION DE ESTUDIOS CENTRALES DE TV PARA BROADCASTING, SISTEMAS POR CABLE Y PRODUCTORAS DE TELEVISION ASesoramiento Y REPRESENTACION TECNICA

EQUIPOS EN STOCK PARA ENTREGA INMEDIATA

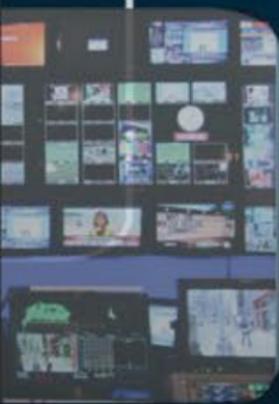


SISTEMAS DE VIDEO COMUNICACION S.A.

SISTEMAS DE VIDEO COMUNICACION S.A. CARLOS PELLEGRINI 755 - PISO 9º - (1009) BUENOS AIRES TEL. 392-6341 - TLX. 23739 SUTAFAR

Muchas gracias por confiar en nosotros.  
Nuestros mejores deseos  
para el nuevo año que comienza.

**bvs**  
TECHNOLOGY  
SOLUTIONS



**Soluciones end to end**  
Líder en Integración tecnológica

Llegamos para darle soluciones

[bvstv.com](http://bvstv.com) | [info@bvstv.com](mailto:info@bvstv.com)    Nuevo número: +5411 5282-6400

## Premios Sony PSLA-Viditec

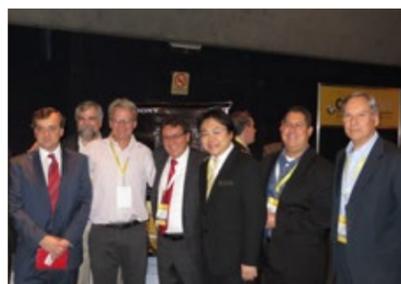
Sony PSLA y Viditec hicieron un agasajo VIP en el Faena Art Center de Puerto Madero para los clientes principales del mercado. Tras la entrada y la cena acompañada por un cuarteto de cuerdas, vino la bienvenida oficial por **Eduardo de Nucci** de Viditec y **Katsunari Matsuo**, presidente de Sony PSLA, que fue seguida luego por una especial entrega de reconocimiento a varios de los principales clientes del mercado por haber apostado junto a Sony al HD, el 4K, las más nuevas técnicas de archivo, siempre con los equipos de punta de Sony.



Guillermo Massucco, Luis Padilha, Andrea Mirson de Artear y Jorge Notarianni de Disney



Rubén Gerez de Grupo Indalo, Eduardo de Nucci y Gonzalo Bubis de HD Argentina



Eduardo de Nucci y Katsunari Matsuo, presidente de Sony PSLA, entregan a Daniel Monconzillo de La Corte por Formato Archivo



Premio a Gustavo Capua de Telefe por 4K



Premio a Andrea Mirson de Artear por 4K



Premio a Patricio Rabuffetti y Luis Lobo de Non Stop



Canal 7: Pablo Musio, Alejandro de la Torre y Marcelo Scaiano



Iñigo Berazadi, de Educ.ar, y Guillermo Yuvone, de Eventos de Rosario, premiado por llevar el HD al interior

## 3Way: apuesta internacional



Pablo Krochi, Guillermo Massucco y Germán Kapelián

**Guillermo Massucco** de **3Way** destacó a **Prensario** como están creciendo en Latinoamérica y no sólo a los países limítrofes como la mayoría de las empresas argentinas. Incluso han llegado a México donde están con algunos proyectos junto a Comtelsat, que es el principal integrador. Colombia es otro buen mercado donde ETB tiene un headend con su

sistema, y en Brasil se trabaja con un gran broadcaster.

Su sistema de monitoreo y video logging tiene una relación precio-prestación muy viable a nivel internacional, y cuenta con 34 canales de venta en 16 países. Incluso en CAPER se recibió a Ezequiel Vasallo de Panamá. Para el año que viene el objetivo es consolidar toda Latinoamérica y USA.

**TU ALIADO TECNOLÓGICO,  
CON LA MEJOR TRAYECTORIA DEL MERCADO.**

**SVC. 30 años**

Gracias por acompañarnos, confiar y elegirnos durante estos 30 años. Orgullosos de estar junto a vos y junto a tus historias.

**Sistemas de Video Comunicación S.A.**

## BVS: consolidación y liderazgo

La imagen que dejó Caper

**Facundo Favelukes**, presidente de **BVS**, dijo que el balance de Caper fue de 'consolidación y liderazgo, propio de una las empresas más importantes de la industria', y agregó: 'La expo mostró quiénes son líderes y quienes vemos la industria de acá a cinco años. Se trata de ver a dónde van los clientes y acompañar el proceso'. 'Es más evidente lo de la transición al IP, y si bien nadie lo tiene claro, estamos todos empujando a un proceso más eficiente. Tenemos la potencia de marcas tradicionales como **Harmonic**, **Evertz** y **Cisco**, donde todo el video va a redes IP, y donde hoy somos una compañía en integración tecnológica. Tenemos personas certificadas en Networking y un equipo sólido para el transición a

IP, es un buen momento para trabajar y proyectar'. 'Por el lado de cámaras estamos empujando mucho a **Hitachi**, que no tenía tanta presencia y es un boom. El mercado estaba acostumbrado a otras opciones y con el soporte de la fábrica más el conocimiento, nos ayudó a ser un jugador fuerte. Trajimos a Caper toda la línea Broadcast, *super slow motion* y la vedette de 4K. La parte de estudio, cine y comerciales sigue muy bien con **Arri** —estuvo en Caper **Wilson Zeferino**—, **Alexa**, y **Phanton**. Se vendieron más de 50 cámaras Alexa entre los distintos modelos y es sin duda una cámara líder para telenovelas y largometrajes'.

Como novedades de la expo de Buenos Aires,



Facundo Favelukes y Carlos Henrique Ferreira de Tecsys

trajo la marca brasileña **Tecsys** y **GatesAir**, que marca la consolidación en la visión de end-to-end para su ecosistema de marcas como líder en transmisores y en Multiplexado.

De cara al año próximo, dice Favelukes que el objetivo es seguir consolidando al equipo, las mejores marcas y el mejor mercado. Tienen también proyectos internacionales buenos desde hace dos años con presencia desde Argentina. Sobre todo en Uruguay y Paraguay.

## Cine Center: Canon para un público más amplio

**Julio Fava**, titular de **CineCenter** y representante de **Canon**, dijo: 'A pesar de la situación que atravesamos todos, tenía mis dudas sobre la concurrencia a Caper y me sorprendí gratamente porque todos los profesionales, canales y productoras vinieron'. 'De Uruguay también vino mucha gente, incluso **Tenfield**, **Canal 10**, **Canal 12** y varias productoras, todos con proyectos, pequeños pero proyectos al fin'.

Agregó sobre el mercado argentino: 'Hablamos con todos, además de chicos y canales del interior. Hay un aire de esperanza, que tiene que haber un cambio y una apertura, junto a un ingreso de nuevos capitales'.

'Todos muestran esa esperanza; **Telefe** tiene un gran proyecto en la parte edilicia nueva que se inaugura en febrero, comenzar con el estudio

de los noticieros, y el cuarto de control hacia mediados de año', completó Fava. '**Canal 7**, por otro lado, tiene reservadas un par de partidas en las que estamos involucrados y saldrían este año'.

Y destacó sobre su marca principal: '**Canon** está llegando a un público más amplio como nos habíamos propuesto. Por el contrato que tenemos con la marca en Latinoamérica, pudimos tener otro manejo de la línea *low profile* de video y acceder a otro nicho de mercado, como el de las cámaras de bajo precio para competir contra Aja o BlackMagic. En este sentido, trabajamos en alianza con MDP para distintos proyectos'.

Y resumió sobre las demás marcas: 'Complementamos nuestra oferta con **IDX**, líder en



José Alvarado y Julio Fava

baterías y soluciones para todos los modelos de cámaras. Y en iluminación con **De Sisti** para diversos proyectos. Hay uno en **Telefe** —y otro en Canal 7— de esos equipos, que tiene que agregar retro fit led a los equipos anteriores que tenemos, e integrarlo al proyecto con el estudio 6'.

## Techonology Group: novedades en Caper

**Techonology Group** tuvo un muy buen Caper, **Alejandro Russo** destacó la concurrencia de un variado espectro de público muy abierto. El stand fue ubicado en un lugar distinto junto a **Panasonic** cumplió totalmente los objetivos planteados. Coincidió además en que las expectativas para el futuro son mucho mejores, si bien todavía estaba un poco trabado el tema de las **DJAI**.

Allí la marca puso foco, por un lado en los enlaces de cámaras de **Vislink** con su **GoPro**;

los multiviewer y miniswitchers (para encoding y decoding de transmisiones) de **Ensemble**, a **FyleCatalist**, **Comtech** y el producto de **Egatel**, compañía que estuvo representada por **José Mariño** y **Cristian Russo**.

También presentó en el mercado **RiverSilica**, la marca que está trayendo **Gerardo Staffa** para ocupar el lugar de **Digital Rapids** en un ambiente redundante, y unas nuevas mochilas satelitales que generaron muchas preguntas.



Gerardo Staffa, Andrew Larsen, Alejandro Russo y Martín Lamas

**DISCAMP**<sup>®</sup>

DIVISIÓN  
ACCESORIOS PARA CABLES



**Termocontraible** pared fina, media y gruesa, con y sin adhesivo. Varias medidas y colores.



**Terminales** uso interior / exterior de baja y media tensión.



**Empalmes** de baja y media tensión.

La línea mas completa en Accesorios para Cables



**Precintos universales**, de nylon, de seguridad, identificadores de nylon con uv. Plaquetas autoadhesivas.



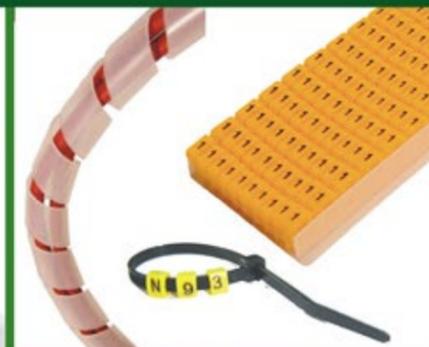
**Sondas y cintas pasacables**. Modelos y medidas varias. Accesorios.



**Precintos metálicos** de acero inoxidable, de hojalata, abrazaderas.



**Fijaciones de Nylon**. La más amplia variedad de tarugos, grampas, tubos pasapared, pitones, zincados, etc.



**Anillos identificadores**, modelo abierto y ohmega. Cinta Helicoidal negra y natural.



**Flejes y Hebillas de acero inoxidable**. Herramienta Sunchadora



Para más información llámenos al (54 11) 4687-5261 | 4687-7574

DISCAMP ARGENTINA S.R.L.  
Lisandro de la Torre 1294 C1440ECN C.A.B.A. - Argentina



## Teletecnica: éxito en Caper 2015



Teletecnica tuvo este año una de las mejores ediciones Caper en sus 23 años de participación en la feria Broadcast de Buenos Aires. 'Además de la buena cantidad de público, siempre es de destacar su alta calidad, gente que se acerca a consultar cosas específicas y atinadas, lo que sorprendió gratamente a nuestros proveedores extranjeros que nos vinieron a asistir en la atención del stand', expresó **Marcelo López Colomar**, gerente general de TLT.

'En TLT venimos de dos años de gran crecimiento estructural y comercial, con buen volumen de negocios y la adquisición



Marcelo López Colomar, gerente general de TLT, con directivos de la marca japonesa Roland Soichi Hibi y Octavio Padilla

de nuevas marcas y productos. Hemos consolidado una excelente relación con nuestros proveedores habituales, siendo el principal desde hace ya 10 años la marca italiana **Manfrotto** fabricante de trípodes, cabezales, dollys y muchos accesorios más; otros también de prestigio mundial como **Roland**, e incorporado nuevas marcas como **Swit** de China y **NILA** de EEUU'.

'Como novedad, cabe destacar nuestra nueva representación de toda la línea de productos de la marca Swit de procedencia china, que contó con la presencia de uno de los dueños de la compañía **William Weiguang**, junto con su director **Kevis Lee**, y su gerente de ventas **Dustin Chen**, para visitar a nuestros principales clientes como **Artear** con la que se concretó una importante operación para la provisión de una gran cantidad de baterías para sus cámaras de la sección noticias. También se visitaron los estudios de la **TV Pública**, acompañados por los responsables del sector técnico que utilizan y reconocen la calidad de los productos Swit'.

'Contamos además con la presencia de **Jordan Hall**, gerente de ventas de NILA lighting, cuyos productos comercializamos en forma exclusiva. NILA es una empresa joven que ha tenido un gran desarrollo en poco tiempo, dado que fabrica artefactos de iluminación de LED orientados a reemplazar a



Jordan Hall, gerente comercial de NILA Lighting, con Marisa Perrone de TLT

los clásicos HMI muy usados en la industria tanto del cine como de la TV'.

De parte de la marca japonesa Roland, estuvieron presentes el director de ventas y marketing **Soichi Hibi**, y el gerente de ventas para Latinoamérica **Octavio Padilla**, junto con operarios de Chile atendiendo y haciendo demostraciones de toda su línea de consolas y switchers, en especial de la nueva estrella de la marca, el mezclador digital para vivo **O.R.C.H.A'**.

Como siempre desde hace ya 10 años, nuestros visitantes pudieron ver y experimentar todos los productos **Manfrotto**, incluidos los novedosos sliders como nuevo producto. Además de la línea completa de trípodes y accesorios de iluminación de la marca **Avenger**, muy solicitados tanto para cine como para televisión.

## Manfrotto: Calidad frente a los trípodes chinos

Con total respeto por los distribuidores



**Henry Ortega**, director de ventas para Latinoamérica de **Manfrotto**, destacó en que en el último año han subido las ventas un 39%, especialmente en Argentina con **Marcelo Colomar** de TLT.

Agregó: 'La prioridad está en el cliente final, en sacar a los clientes a tiempo cuando hace falta, y mucho mejor sacar el producto cuando es necesario. Es importante que ahora la comunicación a la región es mucho más eficiente y eso mejora los tiempos'. 'Los clientes saben que

es una marca bien posicionada, pero no hay que aflojar debido a la presión de las competencias chinas. Manfrotto está en todo el mundo, nos separa el diseño italiano, la calidad y garantía. El cliente final conoce la diferencia y cual va a durar 20 años', señaló Ortega.

'Estamos asistiendo a Caper, SET y el evento de México. El objetivo para el año próximo es mantener presencia y market share en el mercado y por la parte mía crecer las ventas. Una franja para crecer es la marca propia de alta gama **Gigso**, de trípodes de fibra de carbón y nuevos cabezales, que en el pasado tenían un recorrido difícil pero con el crecimiento de los



Henry Ortega y Marcelo López Colomar

mercados puede andar. También las mochilas son muy buenas y no sólo para video. Así que tenemos la oportunidad de crecer en todas esas líneas', concluyó.

**DISCAMP**

DIVISIÓN  
SEGURIDAD INDUSTRIAL



PROTECCIÓN OCULAR



PROTECCIÓN CRANEANA Y FACIAL



PROTECCIÓN RESPIRATORIA



PROTECCIÓN AUDITIVA



INDUMENTARIA Y PROTECCIÓN LUMBAR



ESCALERAS DIELECTRICAS Y DE ALUMINIO



PROTECCIÓN PARA MANOS



CALZADO DE SEGURIDAD DIELECTRICO

DISEÑOS EXCLUSIVOS A MEDIDA

de Mochilas y Portaherramientas, con o sin bordado. Y además podés elegirlo con tu logo!



Para más información llámenos al (54 11) 4687-5261 | 4687-7574

DISCAMP ARGENTINA S.R.L.  
Lisandro de la Torre 1294 C1440ECN C.A.B.A. - Argentina

info@discamp.com

Discamp

@DiscampArg

DiscampArg

## Mach Electronics distribuirá R&S y CRFS

Para broadcast y monitoreo del espectro de RF, respectivamente



Nicolás Bloise

**Nicolás Bloise**, presidente de **Mach Electronics**, destacó el acuerdo para la distribución en Argentina de los productos de **Rohde & Schwarz** para los mercados de broadcast y media, un prestigioso fabricante de transmisores de FM, TV, headend, masterización, ingesta y play-out.

'Nos faltaban productos de alta gama y nuestro plan consiste en desarrollar un trabajo conjunto. A todas nuestras alianzas las pensamos de largo plazo', destacó y agregó que ya tiene cinco grandes proyectos en el pipeline.

Otra novedad presentada en la feria Caper 2015 fue la alianza con **CRFS**, desarrolladora de productos de hardware y software para la gestión y monitoreo del espectro radioeléctrico en tiempo real, lo cual los convierte en herramientas imprescindibles para las agencias regulatorias del espectro, de otros organismos públicos y de usuarios de grandes redes privadas de tipo punto-multipunto. 'Ya interesamos a algunos entes públicos en Argentina y la idea es avanzar también

con sus similares en otros países vecinos, como Paraguay y Uruguay'.

Detalló: 'De **RFS** destacamos sus antenas de transmisión de TV y FM con escasa resistencia al viento, lo cual evita innecesarios gastos para el refuerzo de las estructuras soporte de antenas. De **Bird Technologies** exhibimos un diminuto reflectómetro localizador de fallas en líneas coaxiales y antenas (SiteHawk SH-4000-TC) y un medidor compacto de líneas coaxiales y antenas (Antenna Tester AT-800)'.

A nivel general, **Nicolás Bloise** agregó que las restricciones al uso de divisas extranjeras han afectado seriamente las operaciones porque venían creciendo año a año e incluso a nivel internacional.

## Lade Profesional: Buena exposición de sus marcas

En un año difícil para el mercado

**Rafael Siciliano**, presidente de **Lade Profesional**, comentó a **PRENSARIO**: 'En Caper vi bien el ánimo de la gente, el stand estuvo mejor que el año pasado y también la decisión de cómo se ha hecho'.

Del exterior vinieron **ClearCom** con **Joquebed Colin**, de **Ateme François Cavalade** y **Leonardo Rocco** y de **ThinkLogical** iba a venir **Luis Brandao**, pero finalmente no pudo asistir. Se mostraron las demás marcas y las que son propias como **Comtelsat** en integración y **Synertek** en Conectividad.

Sobre el año que termina comentó: 'Igualmente el mercado estuvo mal y, si bien se vendió algo, tal

vez sea el que menos se vendió de los últimos años. Esto por la retracción económica que empeoró en los últimos tiempos. Produce desconfianza en los inversores como se han sucedido las políticas de importación. Hubo ciertos productos que increíblemente aumentaron su participación como la línea **Yellowbick** de **Linx-TECHNIK AG**, por ser muy confiable, económico y de última tecnología en comunicaciones en fibra óptica y totalmente compatible con todo lo existente. Otro que se empezó a imponer son los Encoders de **Ateme**.

'Y Clear-com sobresalió por ser muy compatible y su tecnología va convergiendo a un largo



Rubén Gerez de Grupo Indalo, Rafael Siciliano, de Lade, y Joquebed Colin de Clear-Com

plazo de amortización. Como novedad, acaba de sacar un producto de un smartphone con el cual es posible comunicarse con cualquier operador desde cualquier parte del mundo como si fuera un panel remoto con el agente IC. Y nuevos equipos inalámbricos que incluyen velpax de 2 y 4 canales dentro del rango de frecuencias libres'.

## IplusB: 'Hay decisión de avanzar'

En Caper con Oracle, Microsoft y otras novedades

**Juan Carlos Madeo** y **Mariano Cuerda**, titulares de **IplusB**, hicieron un balance muy positivo de su participación en Caper, con un amplio y cómodo stand, muy abierto y de gran circulación compartido complementado con **OMS Systems** como siempre. 'Todos los clientes que esperábamos pasaron e incluso tuvimos una buena sorpresa por el nivel de avance de algunos proyectos que yo consideraba encapetados tiempo atrás. Hay una decisión de avanzar en el mercado que es muy prometedora'. Además destacó: 'Nos han venido a buscar dos

importantes marcas, que implica que cada vez nos tienen más en cuenta. Todos están viendo el IP, para comerciar sus productos y soluciones. Hay un gran afianzamiento en el trabajo con los proveedores y desarrollo de nuevos proyectos, algunos ya cerrados'.

Entre las novedades, se destacó **Kingston**. Con **Oracle** se sumó una gran marca que se originó a partir de su compra de FrontPorch, de lo cual hay exclusividad en Argentina y un horizonte de acción que se amplió mucho. Otra novedad



Mariano Cuerda, François Cavalade de Ateme y Juan Carlos Madeo

importante con sus principales ejecutivos fue **Ateme**, cuyo acuerdo cerraron en el IBC y fue muy importante tener a **Microsoft** para su **Azure** de soluciones en la nube.

## Live Media: Live U, Streann y Live In

Nuevo servicio de OTT para venues musicales

**Live Media** hizo en Caper una gran representación con stand tanto de **LiveU** como de **Streann**, la plataforma que es novedad en la región. Del lado de la primera marca, según comentaron **Cristian Kardashian** y **Giovanni Punzó**, lanzó la aplicación de plan ilimitado *Go Plan*, para aplicaciones de smartphones, PC o Mac, con licencia **Panasonic**. Uno puede bajar la aplicación y mandar videos a un centro de noticias de **Fox** o **TN**, pudiendo estar en el lugar y momento cuando los acontecimientos ocurren. Es bueno para deportes y noticias, que los usuarios puedan nutrirlos de información cuando pasan el día anterior.

También se presentó **Streann**, la nueva plataforma de OTT que aporta la diferencia de ver un contenido casero por Netflix o por YouTube. En OTT podés ver contenido en

vivo, on demand, como en radio, y podés al mismo tiempo interactuar con redes sociales. Ganó como una de las empresas más innovadoras de Emerge America; el servicio se puede ofrecer con marca Streann o servicios exclusivos donde el cliente puede ofrecer su propio logo. Para programas como *TN* y *la gente*, podrían emitir el material mejorando la calidad a partir de la función *Error Correction Mode, ECM*.

Dentro de estas tecnologías de OTT, Live Media también lanza *Live In*, nuevo servicio para que los venues musicales tengan contenidos OTT para ofrecerlos on demand por Internet. Ya hay un acuerdo con Niceto y se están contactando con los demás.

También hay una alianza con **Laralá**, y luego buscará un sponsor. Con la transmisión de



Cristian Kardashian y Giovanni Punzó

los recitales en vivo se puede aumentar el ticketing de los lugares y los ingresos de publicidad se potencian. El recital de una banda en Argentina se puede ver en Chile, Uruguay y Paraguay, generando nuevos ingresos. El servicio parte a nivel Argentina, y luego se ofrecerá en Brasil, México y Venezuela.

## OM Systems redobló su apuesta

Con Ross, Abekas y mucho más



Javier Larrondo, Todd Riggs y Jorge Sobenes de Ross con Jorge Moya y Gabriel Sfara

**Jorge Moya**, titular de **OM Systems**, destacó a **PRENSARIO** que pese a llevar dos años sin importar, tuvo la expectativa de que todo iba a mejorar y mantuvo su apuesta a la industria y al equipamiento de **Ross**. Es así que para esta Caper casi duplicó el tamaño del stand que complementa con **IPlusB** e invitó a mucha gente del exterior. De **Ross** estuvieron tres personas para destacar su matrix *Ultrix*, de última tecnología para 12 gigabits, siempre con **Juan Carlos Ortolán** a la cabeza.

Entre las nuevas marcas sobresalieron **Abekas**, con una integración para tener servidores de imágenes en cámara lenta con gran apoyo de la gente de la marca que también estuvo presente en Costa Salguero. También apostaron mucho a **Si Media**, con negocios en varios países.

Son puntales **Harmonic** y **Newtec**, que está creciendo muy fuerte con **DirecTV Encompass**. Otra marca con ejecutivos presentes para apoyar la venta fue **Linear Acoustic**.

## Gold Dreams: nuevo seminario en Mar del Plata

En los últimos meses, **Gold Dreams** realizó una serie de Day Trips, primero en San Miguel de Tucumán y luego en Mar del Plata, donde convocó a profesionales de la industria Broadcast.

**Pablo López**, presidente de **Gold Dreams**, comentó: 'Las nuevas tecnologías en rápido cambio requieren que las personas mejoren de manera permanente sus conocimientos, aptitudes y habilidades a fin de manejar los nuevos procesos y sistemas. Conscientes del beneficio que genera esta clase de capacitaciones, desde Gold Dreams invitamos a todos los miembros

de esta industria a participar de los seminarios que estamos haciendo en todo el país'.

Cabe mencionar que desde su última edición, los seminarios tecnológicos audiovisuales de la marca cuentan con el apoyo de la Cámara Argentina de Proveedores y Fabricantes de Equipos de Radiodifusión (Caper).

Por su parte, el director de comunicación, **Pablo Sassot**, explicó que las presentaciones se hacen junto a las marcas representadas, que incluyen NewTek, Panasonic, E-Image, Aja Video Systems, Sennheiser, Kramer, Obarrio, Rode



Pablo López, presidente de Gold Dreams

y Zoom, abarcando temas de configuración de equipamiento, iluminación, nuevas formas de distribución, etc.

## NBC Universal contrata a Mediapro para promociones on air

Para sus canales en Latinoamérica

**Mediapro**, productor y distribuidor de contenidos audiovisuales, fue contratado por **NBC Universal** para proporcionar los servicios técnicos para la producción de las autopromociones On Air de todos los canales de Latinoamérica, incluyendo Brasil.

Dicho proceso consiste en la recepción del material, edición, post producción y envío por fibra, proviendo así el facility, los servicios técnicos y todos los RRHH necesarios para la elaboración

de las promociones para sus cuatro señales.

Mediapro es uno de los grupos audiovisuales más importantes de Europa. Con presencia en todo el mundo, sigue creciendo para proporcionar soluciones técnicas e innovadoras para la creación y transmisión de productos audiovisuales.

Para el grupo, esto significa la apertura de su segunda facilidad, sumándose a la que ya posee actualmente (Mediacenter), considerada la más moderna de la región, donde se

producen los contenidos de ESPN. La inversión en equipamiento destinada al nuevo centro de producción, es del orden de 1MM USD. Además, el proyecto incorporará a 25 profesionales con años de experiencia en este rubro, ampliando así el Staff de la delegación argentina.



## Discamp sumó la división escaleras

Amplió su oferta para planta externa

**Discamp** es una empresa especializada en accesorios para cables, artículos para seguridad industrial, herramientas profesionales, indumentaria industrial y embalaje, ha sumado este año la división escaleras, ampliando la oferta de soluciones para la industria de planta externa.

'Estamos dedicados a brindar productos a diferentes rubros, desde el eléctrico, pasando por el automotriz, las telecomunicaciones, los cable operadores, las industrias minera, petrolera y a toda la Industria en general. Ofrecemos un trato personalizado por un equipo de representantes de ventas especializado que brinda respuestas y soluciones inmediatas', destacó a **PRENSARIO** **Gabriela Campos**.

La empresa creada en 2003, que ha participado de varias exposiciones se ha posicionado muy bien de televisión por suscripción y en el

sector cooperativo. 'Somos proveedores de las principales empresas de telecomunicaciones y energía, pero seguimos apostando al crecimiento en otros segmentos'.

'Estamos exportando a otros mercados, y queremos seguir explotando esa veta, al ser fabricantes nuestros precios suelen ser muy competitivos en la región ya que estamos por debajo de los precios de las empresas norteamericanas y no tenemos el costo de flete de las empresas orientales, los que nos deja en una posición muy competitiva', agregó.

'Apostamos por tener variedad de productos y con alta calidad apostando a la fabricación Nacional, hoy ese es nuestro distintivo y nuestro fuerte, ya que hemos logrado concebir productos de calidad que muchas veces son mejores que muchos importados', remarcó Campos.

Cabe destacar que recientemente han realizado



Discamp Silvia Lionetto, Horacio Alberto Magan y Gabriela Campos

el mantenimiento de la Certificación del Sistema de Gestión de la Calidad, ISO 9001:2008. 'Nuestro alcance comprende la Comercialización de accesorios para cables, elementos de seguridad, herramientas profesionales para la industria y fraccionamiento de vainas termocontraíbles'.

Hoy la empresa cuenta con seis divisiones: seguridad industrial; escaleras de aluminio y escaleras dieléctricas, accesorios para cables; herramientas profesionales; indumentaria industrial; y embalaje.

## Hardata: cada vez más global

Amplió su oferta para planta externa

**Hardata** es una empresa Argentina de exportación que tiene a Latinoamérica como su mercado natural con oficinas en Miami y ventas en Perú, Chile, Uruguay, Venezuela, Colombia, Centroamérica y México. Siempre opera con un distribuidor local, como **Sistemas Digitales** en México.

Además, ve nichos interesantes en otros mercados como Estados Unidos, y empieza en Asia

con una venta al conglomerado de Hong Kong **TVB** con un nivel de exigencia muy alto.

**Gustavo Pesci** y **Gustavo Fayard** comentaron que los clientes eligen Hardata por el esfuerzo en soporte local, la experiencia y tanto la solidez como la confiabilidad de su producto, que puede customizarse. Destina mucho a la interfaz de usuario y la automatización de procesos como forma de hacer todo más sencillo para los clientes.



Gustavo Pesci y Gustavo Fayard

# Interlink: con *Fiberlink*, apuesta al nuevo segmento de ISP's



En la última edición de Caper, **Eduardo Malisani**, gerente general de **Interlink**, destacó el crecimiento de su nuevo producto *Fiberlink*, que complementa al ya conocido *Flowdat*, y mencionó el la participación en todas las ferias internacionales, como se pudo ver en Buenos Aires, a días de haber estado en SCTE de Nueva Orleans y después de estar en todos los eventos de Latinoamérica.

*Fiberlink* otorga a los operadores equipamiento para redes de fibra al hogar, tanto el OLT (cabecera al usuario) como los diferentes onus que van en el domicilio, y que permiten dar diferentes combinaciones de servicios, sean datos, datos + wifi, con diferentes configuraciones. Así, Interlink complementa al sistema *Flowdat*, para la gestión y monitoreo de los onus, un producto que ya ha sido probado en toda la región.

'Con un mini nodo se puede dar televisión analógica para mantener la rentabilidad. Es un producto ideal para los cableoperadores que deben cablear un barrio nuevo o cambiar sus

redes', dijo Malisani y agregó que la empresa apunta a un nuevo mercado, el de los ISP que sólo brindan acceso inalámbrico y tienen que pasar a red de fibra, permitiendo una mayor velocidad.

'En Argentina, *Fiberlink* está disponible en **ITC** de Río Tercero, Córdoba, que es un ISP con servicio de datos, conexión inalámbrica, también en **Videocable Berabevi** de Santa Fe, estamos en negociaciones con cable Roldán de Santa Fe, antes de lanzarlo, estuvo en funcionamiento un año', completó.

A nivel internacional, está en **Telecable Económico** de Costa Rica, una empresa con más de 100.000 abonados, en México Interlink se distribuye a través del partner **Pablo Nazariaga de Pro Recom**, que ya cerró un acuerdo y cotiza más productos. En Brasil, está con **YouCast**, partner que también negocia en Perú. En República Dominicana, a través del partner **Telecable Central**, que ya vendió dos *Flowdat* y cotiza *Fiberlink*. En Colombia está buscando partners.

'Buscamos partners para seguir creciendo en la región y hemos recibido muestras de interés de empresas de otros países como Canadá'.



Eduardo Malisani y Valentino Gaffuri

## Nuevas oficinas en Rosario

'Este año ha habido un gran movimiento con la apertura de las nuevas oficinas de Interlink en el Polo Tecnológico de Rosario. El espacio cuenta con el área comercial, dos personas más y crecimiento en desarrollo', dijo Malisani. 'Contamos con un Head desk corporativo para clientes globales. Antes, estábamos limitados por espacio físico'.

'Las nuevas oficinas ya están terminadas en el sur de Rosario, dentro de un edificio reciclado y remodelado del polo, donde hay otras 16 empresas', finalizó.

# Carbi Sistemas y el Workflow IP

**Carbi Sistemas** contó con un importante stand en Caper, justo a la entrada del centro de exposiciones, la ubicación y la propuesta, tanto por marcas como por soluciones, hizo que el stand fuera uno de los más concurridos de la muestra.

Este año las novedades en Caper pasaron por los nuevos productos de **Newtek**, donde se destacó la migración hacia el mundo IP. 'En nuestro stand mostramos cómo se puede acceder, enrutar e intercambiar cualquier fuente de vídeo en cualquier lugar de una red, con la nueva NDI de NewTek', remarcó Pablo Bisio. 'Hoy se puede hacer el salto a IP sin cambiar un solo cable. Hoy los sistemas de Newtek son el sistema más usado en el fútbol argentino'.

'Hoy se puede ser completamente trabajando en un entorno IP sin incurrir en grandes erogaciones de dinero, de hecho el resto

de las marcas que representamos también estuvieron mostrando soluciones pensadas en estos entornos IP y en el mundo digital HD y hasta 4K, desde conversores de **Aja**, hasta las cámaras de **BlackMagic**, en nuestro stands los profesionales del video tenían una oferta amplia, pero accesible, de soluciones ya pensadas para el futuro de la TV'.

'Seguimos además demostrando los productos destacados de Newtek como el *Tricaster* y el *Talk Show*, que siguen creciendo a muy buen ritmo en el mercado', señaló Pablo para proseguir describiendo las soluciones que ofrece la empresa. 'Somos una empresa de servicios que ofrece diseño, asesoramiento y entrenamiento, además de proveer los equipos. Trabajamos codo a codo con las marcas para desarrollar el mercado y estamos comprometidos con la calidad de servicio'.



Pablo Bisio y Diego Pantoni

A pesar de los vaivenes de la economía, no nos podemos quejar, hemos tenido buenas ventas, no hemos sufrido como otros con las DJAI, si bien hemos tenido inconvenientes como todos, pero lo cierto es que el ritmo de ventas se ha mantenido estable'.

'Probablemente el cambio de gobierno traiga aparejado algún tipo de ajuste, pero apostamos a seguir creciendo de la mano de las marcas que representamos y de la profesionalización y actualización de tecnología de nuestros clientes'.



Facundo Favelukes, Diego Gilles y Sergio Lamounier de Gates Air



Mario Rodríguez, Domingo Simonetta, Hiro Tanoue, Ricardo Milani y Mariano Simonetta



Tom McCarthy y Andrés Pautasso de Oracle



Craig Moffat, Juan Agra y Ricardo Santos



Manuel Martínez, Martín Rivabén de Pontis y Nahuel Villegas



Emanuele Porfiri de Etere, Sergio Bourgnon de TSL y Dimas Oliveira de Leyard



Fernando Boom, Laura Petrosillo, Raúl Talaszkiwicz y Pedro Silvestre de Aspera



Jorge Notarianni de Disney, Santiago Clotta y Paul Gauvry de Primestream



Mariño, Cristian Russo y Alfonso Infante de TVI de Chile



Pedro Mees, Norma Trinchitella y Jorge Nuñez de JVC



Ricardo López, Eduardo Lacerra y Pablo López



Rodrick Smith, Mo Goyol y Fabián Lim de Evertz

**DOAT OBJETIVOS**  
Buscamos revalorizar el rol artístico y técnico, del director, defendiendo los derechos profesionales.

**DOAT SERVICIOS**

- Dirección integral de ficción, dirección de actores, formatos con manejo multicámaras.
- Charlas, conferencias y capacitaciones. Seminarios y cursos a medida.
- Asesoramiento artístico y técnico.
- Gerenciamiento y dirección de canales de tv.
- Organización de equipos de trabajo.

**La Televisión tiene Directores**

Directores de Obras Audiovisuales para Televisión **DOAT**

Alsina 1762 - (C1088AAR) C.A.B.A. - (+5411) 5281-9910

www.doat.com.ar | directoresdoat | @DOATDirectores | doatdirectores

## Abekas



Jorge Moya, Mike Mljucaric de Abekas y Gabriel Sfara

Abekas estuvo en el stand de **OM Systems** representado por **Mike Mljucaric**, dentro de su serie de presencias que incluye todos los mejores eventos de la región para dar soporte a los mercados. Se aboca al segmento de Replay desde hace cuatro años.

## Glookast



Ediel García de Glookast y Alberto Dillon

**Ediel García** destacó el trabajo que está haciendo **Glookast** con **Globo** en Brasil con **CIS** como reseller local, llevando el plan de contingencia de no continuar con la post producción de la manera tradicional por la cantidad de novelas que tiene al aire. Ahora busca respaldar el flujo de trabajo con **Avid** con una solución para tener todo el material de forma automatizada y acceso inmediato con seis sistemas de respaldo.

## Nila



Marcelo López Colomar y Jordan Hall de Nila

**Nila** estuvo en el stand de **TLT** por primera vez en Caper, como parte de su entrada en Latinoamérica para ser una alternativa importante en iluminación, con ahorro de energía y una creatividad en LEDs que permite colores únicos para esa modalidad, según destacó **Jordan Hall**. Se usaron sus equipos en la nueva película de James Bond y se usarán en la próxima *Batman Vs. Superman*. En la industria televisiva, Globo ya es cliente.

## Videomedia Chile



Oscar Herrera y Emilio Gañán

**Oscar Herrera** de **Videomedia** de Chile estuvo presente en Caper para acompañar a sus marcas. La empresa trabaja con **Imagine**, **Nevion**, lentes **Canon**, **For-A**, **Sound & Devices** y otras marcas con 20 años de experiencia en el mercado. Herrera remarcó que, pese a que no fue un mal año, ya que se abrió el juego y se ganaron clientes como los clubes hípicas y el hipódromo que pasaron al HD en su canal interno. Esos proyectos se encararon con For-A e Imagine.

## TVU



Henry Quintana

**Henry Quintana** de **TVU** estuvo con **Viditec** en Caper, donde destacó que le toca avanzar con su competencia bastante establecida en la región, pero que está haciendo buenos contactos para poder aprovechar el éxito de sus tecnología y tener un buen año con sus resellers. Entre NAB e IBC lanzó el nuevo modelo de su *TV One*, de manera más compacta y con un mejor precio para una conexión

celular de primer nivel.

## NTT



Fernando Chenault, Liliana Isikawa, Keiko Watson, Norberto Isikawa y Masataka Tsuchiya de NTT Electronics

**Masataka Tsuchiya** es el responsable para América Latina de **NTT**, que trabaja la región desde hace diez años y tiene a Brasil y México como sus países más importantes. Remarcó que más allá de los problemas económicos, la proyección de crecimiento la región es grande comparado con Europa y que hay para trabajar mucho con 4K.

## Masstech



Francisco Jaramillo de VGL de Chile, Joe French, Domingo Simonetta y Luis Fernando

**Masstech** tuvo a su presidente **Joe French** en Caper, que está en la industria del broadcast desde hace 18 años y concurrió para apoyar a los mercados y compartir todas sus novedades de producto. Dijo que su diferencial es la alta calidad y servicios como el de su partner **SVC** a nivel local en Argentina.

## Epa



Sergio Exner y Vanesa Ryk

El stand de **Epa**, que repartió pochoclos por toda Caper, fue muy festejado en toda la expo. Se trata de un nuevo OTT de la empresa **Edge Americas** cuya plataforma está pensada para ofrecerse como marca blanca a operadores de cable, ISPs u organizaciones como gobiernos y universidades. Es un canal de difusión con 3.000 contenidos en VOD. Ya tiene una implementación en la provincia de Chaco y otras dos en el sur de GBA, pero ya lo empieza a mover a nivel internacional e irá a NAB.

# Potencia Tu Red

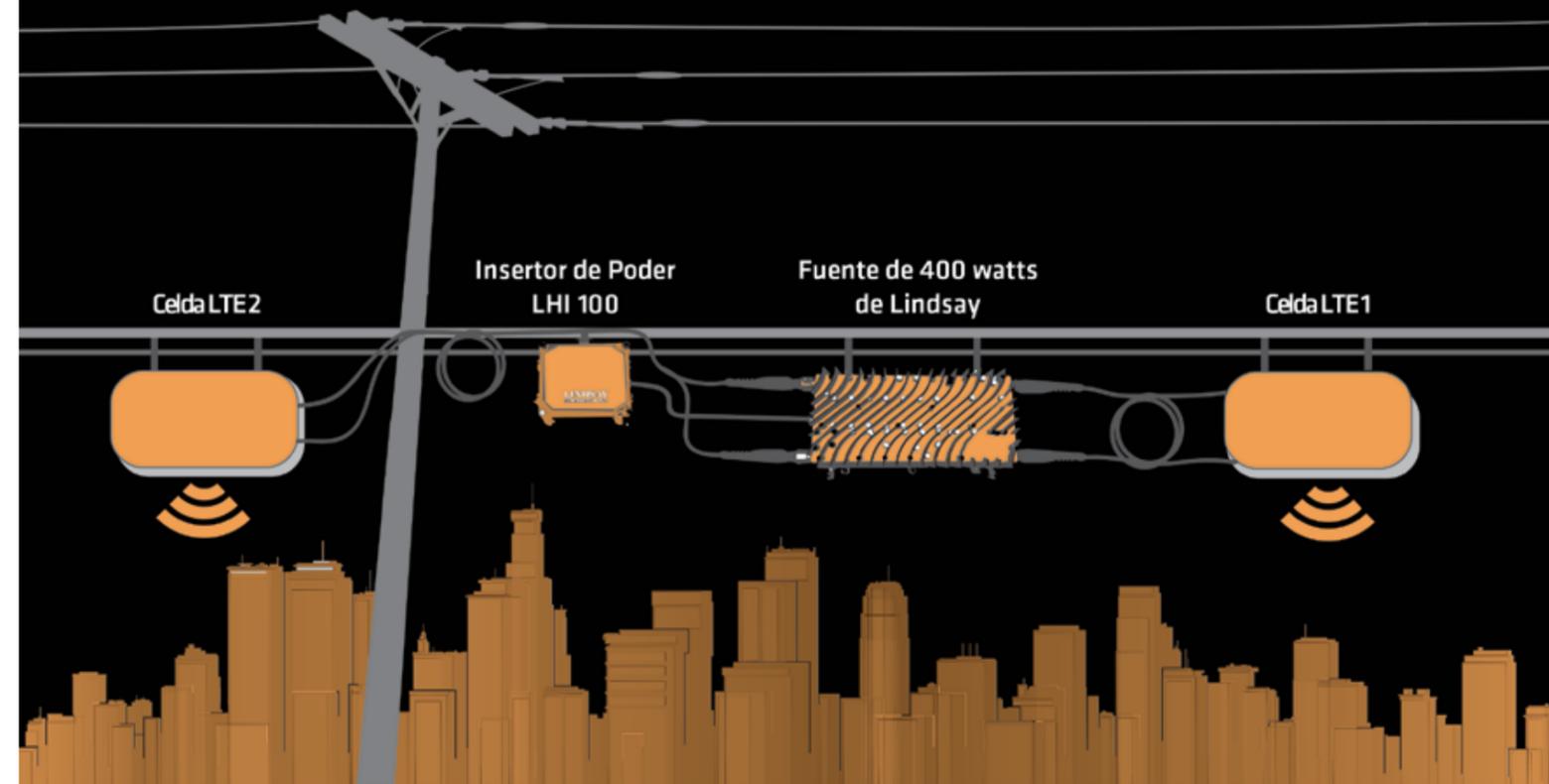
## Con las soluciones de energía HFC para celdas LTE de Lindsay

La solución de Lindsay para pequeñas celdas LTE toma la energía de la red HFC y le permite a las cable operadoras ofrecer una amplia gama de servicios utilizando sus activos de red existentes. Explore oportunidades en redes móviles energizando celdas LTE

- > Hasta 400 watts de Potencia
- > Energía HFC 40-90Vac
- > Múltiples Celdas LTE
- > Despliegues de Fibra Oscura
- > Múltiples Operadoras Móviles

[contactus@lindsaybroadbandinc.com](mailto:contactus@lindsaybroadbandinc.com)

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



Lindsay Broadband Inc.  
2035-2 Fisher Drive  
Peterborough Ontario  
Canada K9J 6X6

[contactus@lindsaybroadbandinc.com](mailto:contactus@lindsaybroadbandinc.com)  
(705) 742-1350  
(800) 465-7046  
(705) 742-7669 FAX

**LINDSAY**  
BROADBAND  
TOUGH TECHNOLOGY.

## Lindsay/Teccam



Vicente Campolongo de Teccam, Dave Atman y Adrián Acosta

**Lindsay** lleva cinco años trabajando en Argentina con **Teccam**, con la que estuvo en Caper. Está enfocada en soluciones como los *line extender* para edificios, trayendo la mejor tecnología LTE de Estados Unidos y Canadá. Sus ejecutivos expresaron que confían en que se libere el mercado para poder aportar mejores productos con continuidad. Vale recordar que cuenta con **Adrián Acosta** para atender a toda la región en español.

## CFRS



Filip Zganec

**Filip Zganec** de la empresa inglesa **CFRS**, comentó que es una alternativa importante a nivel mundial en la parte de monitoreo de espectro, y que ya tuvo un acuerdo con **Anatel** por el Mundial. Estuvo en Caper por primera vez en el stand de **Mach Electronics**, donde también dio una charla. Entre sus soluciones se destaca su *Spectrum Monitor*, que se distingue por su seguridad, solidez y robustez, al punto que también es demandado para soluciones militares.

## Microsoft



Pablo Fernández

**Pablo Fernández** de **Microsoft** fue una gran novedad del stand de **IplusB**, como director de cloud de la compañía. Todos los clientes de la corporación están dando pasos para pasarse a la nube y es bueno que tengan apoyo de Microsoft que promueve su solución **Asure**. Es una caja de herramientas para más de 100 servicios que los ayudarán a los clientes a ser más eficientes.

## Comrex



Raúl Hun

**Raúl Hun** de **Comrex** estuvo en el stand de **FS24** y en su manejo de Latinoamérica, si bien Brasil y México están más complicados, ven buenas oportunidades de hacer bundling en el equipo de audio.

## Kingston



José Luis Fernández de Kingston

**José Luis Fernández** de **Kingston** dijo que mientras se avanza a todo digital, su apuesta está en la edición de video en las PC para que se aventuren fuera de las MAC y estén abiertos a armar cosas de más alta performance. Tiene oficinas en México y Brasil.

## OneTastic



Alessandro Sponchioni y Carlo Bombelli

**OneTastic** es una compañía con sede en Brescia, Italia, pero tiene ventas en todo el mundo y ya trabaja en toda Latinoamérica. En Caper estuvo con **Viditec** como tiene a **Ríos y Cía.** en Chile y otros partners en los demás países. Se especializa en la transmisión para TV digital con estándar DVB, ISDBT y ATSC.

## Autodesk



Rodrigo Assaf de Autodesk

**Rodrigo Assaf** volvió a Caper por primera vez como parte de su manejo actual a Latinoamérica, con su plataforma de media & contents para broadcast y media en general. Destacó su solución **Stingray**. Estuvo con **SVC**.

## Mixsa: buena concurrencia a su stand en Caper

**Mixsa** volvió a tener su habitual participación destacada en Caper, con un stand grande y bien expuesto al servicio de sus marcas tradicionales.

**Jorge Miño** habló con **Prensario** junto a su hijo Pablo, quienes hicieron un balance muy positivo de la concurrencia, aunque destacaron que hubo momentos mucho mejores que otros.

Comentaron que el ingreso de clientes al stand 'mueve productos no tan acostumbrados'. Destacaron que, en la parte de **Amphenol Audio** y sus conectores, la propuesta fue un éxito. Decara al futuro Jorge Miño expresó que 'hay mejores expectativas' para contrarrestar la merma que se vio en el país.



Jorge y Pablo Miño de Mixsa

# dibox One el nuevo producto en materia de servicios digitales de Red Intercable



**dibox One suma una alternativa de contenidos que permite al cableoperador:**

Incrementar sustancialmente la oferta de señales digitales SD y HD con 32 nuevas posiciones.

Planificar su crecimiento con una mínima inversión y tener financiamiento en cuotas fijas y en pesos.

Posicionarse para incursionar en un entorno IPTV.

Incentivar el consumo de contenidos lineales Premium.

**dibox One, un servicio con dinámica de futuro.**

**dibox one**

## SAM redobla la apuesta en la región

Se abrió la oficina para Latinoamérica

**Rafael Castillo**, director regional de **Snell Advanced Media (SAM)** para Latinoamérica, destacó que tiene un proyecto importante en Brasil con **Sky**, también con **TV Globo** con dos equipos en Río para los Juegos Olímpicos y que está trabajando en muchos negocios con la conversión de norma con **ESPN** y **DirectTV**. 'Mi enfoque fue crear la organización para el 2016. En el tercer trimestre cumplimos la meta y en el cuarto, si bien a nivel de negocios nos pusimos target conservadores, queremos terminar de darnos a conocer con todas las soluciones para la región, a mercadearlas y participar en los shows con un plan de inversión y estrategia fuertes'. 'Retomaremos los semi-

narios de tecnología, tal vez a menor escala, pero seguiremos educando al cliente para que pueda determinar cuál es el mejor modelo para la implementación de IP porque es importante qué soluciones se adopten', completó Castillo.

El 15 de noviembre, la empresa abrió una oficina en Miami para atender a Latinoamérica, una de las regiones de mayor crecimiento y a la cual el CEO destina buena parte de las inversiones. En cuanto a la red de distribución, apunta a completar su llegada en Sudamérica. 'Seguimos junto a **Comtelsat** en México y Brasil, donde se han incorporado cinco personas en el último mes. Si bien Argentina y otros países se benefician, igual que los de México



Rafael Castillo y José Simonetta, de Intertel, con Iván Gastón Gil, de Turner

pueden usarse para servir a todo el norte o el pool de ingenieros de Estados Unidos también apoyan a la región'.

## Tektronix: monitoreo de calidad



Carlos Becker

**Carlos Becker** de **Tektronix** dijo a **Prensario** que en Caper vio a los clientes argentinos con una actitud más optimista de cara al futuro. Con respecto al contexto general de la región, dijo que ante varias devaluaciones, cada país trae su propia complejidad, donde Chile es

uno de los que tiene la perspectiva más difícil. 'Los visitamos a todos para ver oportunidades; continuamos con los clientes en las malas o en las buenas. Y si el proyecto no está, tratamos de sembrar para lo que viene'.

'Así seguimos invirtiendo, de todas maneras vemos que puede haber crecimiento. Dependemos también del cable y el satélite, segmentos en los que se sigue creciendo mucho pero también en Broadcast, teniendo en cuenta que los grandes clientes van a apostar al IP y 4K para los JJOO de Brasil, lo que genera un gran entusiasmo, y esperamos que se pueda bajar a clientes más pequeños'.

Completó: 'Se verán esas cosas en la NAB y en México. En la parte más educativa estamos tratando de tomar más liderazgo'.

'En producto, tenemos un buen despegue con la parte de verificación de archivos, con muchos trials, ya que los que tenían nuestros *Cerify* ven con mejores ojos y continuidad para proyectos más poderosos y eficientes. Hay furor además en televisión con los analizadores de espectro *RSA 306*, donde para interferencia se han volcado sobre esa parte a un costo súper. Los *Sentry* también siguen muy bien la calidad de monitoreo y con gran experiencia'.

Concluyó: 'Percibo que la gente quiere monitorear con más calidad, cuando no se ve bien en cable y satélite; los reguladores están preocupados y nos piden asesoramiento para la parte de monitoreo. En Venezuela, Chile, Colombia y México también hay preocupación con el loudness'.

## Tecné aumenta sus lazos

La Expo de Chile, para el 24 y 25 de mayo

Como representante de la expo de tecnología de Chile, **Tecné**, **Cristian Iriani** tuvo su stand en Caper de Buenos Aires, donde destacó que el evento ya es bien conocido en la industria y que siguen extendiéndose los lazos para consolidarla en el plano regional. 'Ya me contacté con la gente de SET, los que vienen a exponer y a mostrar equipamiento de Brasil, y a todos los vemos con buenos ojos'.

La nueva edición quedó confirmada para el 24 y 25 de mayo en el Centro Cultural Estación Mapocho. 'Estamos trabajando a full para tener buenos contenidos y para crecer cada día más que es lo que ha ocurrido en Tecné los últimos siete años. Esto conservando siempre el doble enfoque de la industria de crear una simbiosis entre el mundo académico con la empresa privada', concluyó.



Cristian Iriani en Caper

# Haciendo posible que nuestros clientes se tornen en VISIONARIOS

### JDSU ahora es Viavi Solutions™

Viavi proporciona el entendimiento accionable que su empresa precisa para continuar siendo una organización presta a adaptarse, transformarse, y finalmente prosperar. Estamos con Ud. en cada fase del ciclo de vida de su red para entender sus necesidades y así poder entregar las soluciones adecuadas para que su empresa tenga éxito. Vemos las cosas de una manera diferente, para que también lo pueda hacer la gente que mueve su negocio. Conozca más acerca de nuestro enfoque y acerca de Viavi dirigiéndose a [viavisolutions.com/visionaries](http://viavisolutions.com/visionaries)

# VIIVI

JDSU Network and Service Enablement, Network Instruments y Arieso ahora son Viavi Solutions.

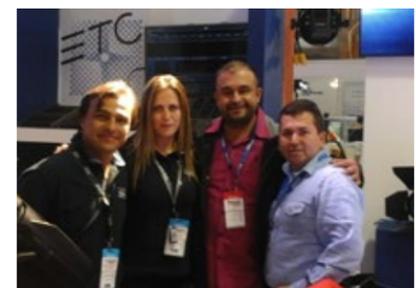
# Exitosa edición de TecnoTelevisión 2015, en Bogotá

Con más de 70 marcas representadas, se realizó una nueva edición de TecnoTelevisión & Radio en Bogotá, Colombia, que tuvo representación de las principales cadenas nacionales y empresas internacionales que fueron a ver los avances en tecnología para broadcast.

Adriana Ramírez, project manager de TecnoTelevisión & Radio, dijo: 'El compromiso es promover el conocimiento de nuevas tecnologías para la industria de radio y televisión, contando con expertos de talla nacional e internacional, quienes compartieron las tendencias y nuevas tecnologías de forma práctica gracias a su conocimiento'.

En TecnoTelevisión & Radio 2015 participaron fabricantes, distribuidores e integradores de equipos y tecnologías de países como Estados Unidos, España, Canadá, Brasil, Italia, Alemania y México, entre otros. Hicieron parte de la muestra comercial más de 70 marcas que permitieron generar oportunidades de negocio para los diferentes segmentos de este mercado. Entre las marcas que formaron parte de la muestra comercial, estuvieron Aja, Kramer, Cricon, Evertz, Broadcast Depot, Megatrax, Biquad, Riedel y Evertz, entre otros.

Este año el programa académico se realizó en el hotel Wyndham y contó con dos salones para las conferencias. El primer salón estuvo destinado a la presentación de temas de producción y postproducción de televisión, donde se abordaron temas como IP, streaming, 4K, drones, televisión digital y actualización tecnológica. En el segundo salón se realizaron conferencias de radio, se habló de IP, musicalización de contenidos, RF y se llevó a cabo un taller sobre contenidos y formatos de programas de radio.



Carlos Iván Fernández, gerente, y Lorena Bello, ingeniera teatral de Seel; Rubén Darío Plazas, gerente FXpecial; Luis Alberto de la Cruz, eventos LS

Durante el primer día, **Panasonic Colombia**, auspiciante del concurso universitario Tecnotelevisión 2015, entregó una cámara 4K ref AG-GH4 a **Asomucav**, tras haber obtenido el mayor número de votos virtuales durante los 15 días que estuvo abierta la votación.

Durante la expo, PRENSARIO pudo conversar con diferentes ejecutivos de la industria, como **Agustín Yesid Guerra**, gerente técnico de **Caracol Televisión**, quien manifestó su interés en la búsqueda de 'diferentes opciones de cámaras 4K con una excelente solución a los altos precios que se encuentran en el mercado actual'.

Por su parte, **Carlos Alfonso Ávila**, director de proyectos de **Triax Televisión Digital** de Perú, comentó: 'Mi objetivo aquí ver qué novedades hay en tecnología para televisión para implementarlas en mi país, y reunirme con diferentes casas productoras para realizar una alianza de coproducción en Perú'.

'Mi interés en este evento es conocer las diferentes alternativas que tiene este segmento del mercado para poderlas ofrecer a mis clientes', señaló el ingeniero **Fernando Galeano**, gerente General de **Acoltec**. El ingeniero **Jairo Pachón**, de **Fedecoter** medios comunitarios, añadió que



Manny Rosado, Sr. Field Systems Engineer de Aja; César Polo Bravo, de Amazonas Net y Yesid Guerra, gerente Técnico, Caracol Televisión



María Quintero y Fernando Arango de Telemiga, Sergio Contreras y Dayana Becerra, de LGE

Tecnotelevisión permite 'conocer los equipos más recientes del mercado, asesorarnos y profundizar en las diferentes áreas en las que necesitábamos mayor información'.

'Es una excelente oportunidad para capacitarse, conocer las experiencias de otros profesionales, recibir consejos y conocer nuevos productos de la mano de los expertos', comentó el ingeniero **Edilson Ossa** de la organización radial **SonoOssa**.

'La tecnología está cambiando muy rápido, por lo tanto, es muy importante actualizarse permanentemente, conocer qué hay de nuevo



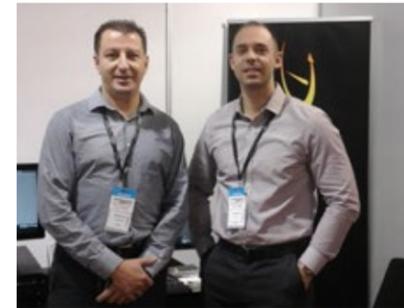
Carlos Avila, director de Proyectos de Triax Televisión Digital (Perú)



Erika Nieto, mercadeo y asistente de genencia y Carlos Sánchez de Rohde & Schwarz



Fernando Galeano, gerente general de Acoltec



Nicolás Ponomariv, Regional Sales Manager - Latin America & Caribbean y Rodrick Smith, Director of Sales - Latin America de Evertz



Carlos Augusto Yhama de Compañía Comercial Curacao y Luis Torroella de Adtel Latam



Luis Alfonso Caicedo Rodríguez, director ejecutivo, y Héctor Santacruz G, director técnico de Telepasto

en el mercado, saber cuáles son sus costos y revisar en qué momento se puede implementar este tipo de productos', señalaron **Héctor Santacruz** director técnico, y **Luis Alfonso Caicedo**, director ejecutivo de **Telepasto**.

Para el ingeniero **José María Noriega**, director Comercial de **Fluotec**, 'el negocio ha estado lento en el mercado colombiano, pero es un país con oportunidades y en el que se puede crecer'. Fluotec presentó durante la feria el **Fresnel** con motor **Zoom DMX** que cuenta con la nueva tecnología **Nebula** de cámara de difusión especialmente creado para iluminar estudios de televisión y producciones en locación de fotografía, cine y video.

**Seel**, empresa con experiencia en ingeniería,

diseño, integración, suministro y puesta en funcionamiento de tecnología para televisión, teatros, centros de convenciones y auditorios, presentó diferentes opciones de iluminación artística led. En el último año realizaron importantes proyectos como la instalación y puesta en funcionamiento del sistema de mecánica teatral motorizada del Teatro Colón de Bogotá, el diseño, fabricación e integración de la unidad móvil para Canal Capital y para Telepacífico, el diseño de los nuevos estudios de Canal 4 en



Miguel Ángel Puentes, Fundación Darien; Edilberto Ortiz, Luz Fanny Martínez, Joel Jaimes, Mónica Vega de Jaimes, Asociación Noreste Colombiana; Ezequiel Rueda, Esperanza Colombia Medios; Abel Mayorga de Nivel Internacional; Miguel Pesca, Esperanza Colombia Medios

Perú y la integración del sistema audiovisual de las oficinas de Google en Colombia, entre muchos otros proyectos de ingeniería.

## ÚNASE A LA JET SET

**PLAYOUT + GRAFICOS + MÁS**  
CINEGY AIR PRO + TYPE + DOLBY DIGITAL

**CAPTURA + CODIFICACIÓN**  
CINEGY CAPTURE PRO

**MONITORIZACIÓN + ALARMAS**  
CINEGY MULTMEWER

**REALIZACIÓN EN DIRECTO**  
CINEGY LIVE

**TRANSCODIFICACIÓN + MÁS**  
CINEGY CONVERT

¿Quién dijo, que no podía tenerlo todo, que la vida está llena de decisiones difíciles?  
De ningún modo.  
Venga y embarque en el Cinegy Jet.  
Puede tenerlo todo. Ahora.

Cinegy JET contiene nuestros principales productos: playout, gráficos, ingesta, trans-codificación, monitorización, realización y más.  
No espere más, instale y contrólole.

Flexibilidad para manejar todo lo que le pidan.  
Ahora está cubierto.

Súbase a bordo del Cinegy JET.

**Compre ahora Cinegy Jet por sólo EUR 4995 / USD 5999**  
**...o suscríbase al Cinegy Jet por año Euro 1995 / USD 2399**

**Cinegy LLC**  
Teléfono: 202-621-2350

**Cinegy GmbH**  
Teléfono: +49-89-23885360

www.cinegy.com

## Ríos & Cía.: más de 30 demostraciones en Caper

Cierra un buen año para Aviwest en la región

Francisco Aguayo Barbieri, jefe de ventas de Ríos & Cía., destacó sobre su participación en Caper: 'La feria fue toda una sorpresa. Hicimos más de 30 demostraciones en los tres días y quedamos avanzados en varios negocios con grandes clientes del mundo broadcast. La próxima semana comenzaremos las demos on site en cada uno de los clientes, por lo que esperamos cerrar varias de estas oportunidades en este año'.

Sobre el desempeño de Aviwest este año en la región, afirmó que 'ha sido de bastante crecimiento, con muchas novedades en cuanto a features y lanzamientos de nuevas plataformas'.

'En Sudamérica, hemos logrado posicionarnos como la mejor alternativa de transmisión de video por redes 3G/4G para los broadcasters y otros clientes cuyo negocio se relaciona con nuestras soluciones, conquistando nuevos mercados. Aviwest oficializó para Latinoamérica la apertura de una oficina para soporte y diversos servicios en español con base en Chile y estará presentando durante Caper su sitio web en español'.

### Productos destacados

Dijo Aguayo: 'Nuestro best seller sigue siendo el *DMNG PRO 180 RA*, transmisor tope de línea construido íntegramente en aluminio que incluye 8 modems internos, doble encoder por hardware entre otras características que lo hacen único como por ejemplo su salida ASI que permite conectarnos directamente a un modulador banda Ku. Sus encoders permiten transmitir video en vivo desde los 100kbps (FullFrame) desde lugares críticos en los que la competencia no es capaz de salir al aire. Es un equipo compacto, durable, fácil de usar y con una relación costo / calidad excelente, lo que nos ha ayudado a que hoy los más grandes broadcasters lo usen a diario en varios países de Latinoamérica, incluyendo a Chile, Bolivia, Brasil, Argentina, Uruguay, Colombia, etc'.

'Luego del *180RA* viene toda la gama de la serie PRO (100, 110 y 140RA) y RACK (110 y 180RA), que poseen exactamente la misma potencialidad del 180RA, pero con matices en el hardware de



Francisco Aguayo Barbieri

conectividad (como menor número de modems internos, por ejemplo) para ajustarse a la necesidad de cada cliente', añadió.

'El *QUAD*, antena externa multifrecuencia para la serie RA, es otro producto que está dando que hablar debido a que por un costo muy bajo permite obtener una mayor ganancia y robustez de la señal, de los equipos de esta serie, permitiendo mejores transmisiones incluso en situaciones de redes adversas'.

'En general, todos los equipos y accesorios de Aviwest están diseñados para funcionar en las condiciones más complejas y asegurar a nuestros clientes poder transmitir en vivo incluso en las peores condiciones. Todo esto está soportado por un ecosistema que permite manejar los equipos y procedimientos de forma local o remota, dándole al cliente el poder de decidir cuándo y cómo actuar según sus requerimientos', concluyó.

## DOAT: Revalorizar la producción de ficción para TV

La Asociación de Directores de Argentina, presente en Caper



DOAT es la asociación civil que nuclea a los directores argentinos de obras audiovisuales para TV y cocreadores de obras audiovisuales que busca revalorizar el rol artístico y técnico del director de televisión. Luego de su participación en Caper, Rodolfo Hoppe, vicepresidente de la entidad destacó a Prensario: 'La participación en ferias como Caper es fundamental para la difusión de nuestra actividad, convocar a nuevos directores, promover en los canales y productoras la tarea del director como elemento artístico y técnico imprescindible para llegar a buen puerto en las producciones de TV, generar conciencia de la importancia que tiene la ficción para difundir la cultura, los paisajes y la riqueza de nuestro país a través de la venta internacional'.

Hoppe destacó la importancia de haber logrado

reunir a los directores para formar esta asociación, y agregó: 'Nunca, desde el comienzo de la TV en nuestro país, los directores de TV pudimos aglutinarnos en una asociación con objetivos comunes como son la defensa de nuestros derechos, la gestión y cobro de regalías por derechos de emisión, la unificación de criterios para la enseñanza de nuestra actividad, la promoción de la ficción como líder del producto televisivo, etc'.

En referencia al presente de la industria televisiva, comentó: 'Desde DOAT vemos con preocupación que la emisión de ficciones en nuestras pantallas, que no sólo ha disminuido en la TV abierta y de pago, sino que también está siendo desplazada en todos los horarios, principalmente en el prime time, cubriéndose la grilla con producciones de origen extranjero. Ante esta situación, queremos aportar a la revalorización y preservación de los contenidos de ficciones para televisión, en especial la producción industrial



Daniel Alvaredo, Victor Stella, Rodolfo Hoppe, Oscar Maresca y Rodolfo Hermida

nacional de series de varias temporadas de duración, de series infanto juveniles y de telenovelas, porque son estos los géneros que mueven los mercados de la televisión en Argentina y en todo el mundo'.

Y comentó sobre los cambios tecnológicos: 'El director debe acompañar los cambios porque no sólo aportan a su tarea específica sino que también provocan cambios en los usos del espectador con el advenimiento de Internet y la telefonía celular. Conviven hoy con la TV abierta, el cable, los celulares, las *tablets* en la atención del espectador medio, siendo la juventud la que se aleja más de la TV tradicional'.

# WireTech

## PROVEEDOR INTEGRAL

Representante exclusivo

Prysmian Group

OPPC

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

# Chile Media Show cumplió su función

## Se anunció Bolivia Media Show y el capítulo mexicano de Certal

En su 11ª edición, Chile Media Show cumplió su función como evento de un mercado maduro pero donde sus operadores evolucionan. La organizadora, **María del Carmen Soto**, volvió a destacar la dinámica del mercado chileno en la inauguración, que ya superó los 1,9 millones de suscriptores, el millón de teléfonos 4G y los 12 de conexiones de banda ancha móviles. También anticipó la realización de **Bolivia Media Show** en Santa Cruz de la Sierra para mayo o junio próximos, con apoyo de **Entel** y **Tigo**.

En paralelo, se llevó a cabo la cumbre de Certal, ente que como novedad importante tuvo, a través de **AZ TV de Paga** con **Fidela Navarro**,



Luciano Rosas, Florencia Rainoni y Cristian Zuleta de TV Cables de Chile



Pablo Scotellaro y Javier Südel, de Coccopea

a los que liderarán el capítulo mexicano, **Ernesto Villanueva** y **Vanesa Díaz**, que ya participaron de las reuniones políticas con el gobierno chileno.

Acerca del gobierno local, en la inauguración también estuvo **Oscar Reyes**, presidente de la **CNTV**, que destacó la migración de TV analógica a digital y que se otorgaron 820 concesiones a los canales de aire y que el apagón será en abril 2020.

### Presencia de operadores y reclamos de costos

La expo chilena tuvo momentos muy buenos, como la concurrencia de operadores en la apertura y hacia el final del primer día, tras el panel de OTT que sin duda fue uno de los puntos más altos. También tuvo momentos con el hall vacío, pero es habitual en estas exposiciones para mercados individuales y los operadores que se esperaban estuvieron, junto alguno de Bolivia **Red Uno** y gente de Paraguay y Uruguay.

La presencia independiente chilena de regiones estaba asegurada por la invitación de hotel y viaje esta vez sólo de **Turner**, que tuvo además un simpático evento privado en la ciudad industria con un cóctel y carreras de kartings. Estaban invitados allí no sólo los independientes sino también los grandes de Santiago, que de alguna manera pasaron por Chile Media Show, como **TuVes**, **Claro**, **Entel** y **GTD**.

De TuVes estuvo el propio **Konrad Burchardt**. Respecto al tema candente en Chile Media, dijo que ve 'demasiada presión de los programadores



María del Carmen Soto, Oscar Reyes, presidente de CNTV, Jaime Bellogio y Carmelo Ruggilo de Certal

a los operadores' sin considerar las devaluaciones. La del peso chileno, que lleva el costo de la programación a cerca del 50% de la facturación de algunos cables, motivó muchas protestas.

### TV Cables de Chile

De los independientes, además de **Pacífico Cable**, sin duda sobresalió la asociación **TV Cables de Chile**. Su presidente **Cristian Zuleta** remarcó que llega a más de 50.000 hogares — con sus más de 50 socios — y reclamó un mejor costo de la programación a la par de los grandes del mercado. La asociación que destaca en las negociaciones a **Luciano Rosas**, tuvo su asamblea con 25 socios el segundo día.

De todas maneras entre los socios se destaca **José Luis Moya de Alerce**, el único independiente que tiene una cabecera digital con **Verimatrix**, **AppearTV** y **Wisi**, y agrega 24 señales HD. La integración fue de **Felipe Larraín**. La tecnología estuvo más fuerte en los stands de **Internexa** y **TAC** (el brazo chileno de TCA).

## Los OTT tienen un crecimiento de 5% anual

Panel sobre este segmento de mercado en CMS

Uno de los momentos altos de Chile Media Show, fue el panel de OTT, titulado "¿El fin del prime time?", que con moderación de **Emilio Martinic** protagonizaron **Carolina Garcé** de **Business Bureau**, **Sebastián Rojas** de **Mubi** y **Carlos Hulett** de **VivoPlay**.

Todos aportaron cifras interesantes. Garcé dijo que el segmento OTT tiene un crecimiento del 5% anual y que los que cortaron el cable o DTH pasaron del 10 al 12% en 2015, mientras que los que nunca tuvieron servicio que se sumaron del 7 al 9%, respectivamente.

Por su parte, Sebastián Rojas de Mubi, un OTT Prensario Internacional

de Estados Unidos con oficinas en México dedicado al buen cine con convenios con el Festival de Cannes, entre otros, se centró en **Netflix**. Dijo que si bien tiene ganancias de \$6440 millones, un EBITDA de \$ 372 y está valuado en \$ 48.460 millones, muchas veces su EBITDA. Así que es más un estado de convencimiento del resto del mundo que una realidad, y que no podrá seguir soportándolo salvo que su expansión internacional sea un éxito.

Hulett confirmó eso y que Netflix está abandonando su inversión en programación, por falta de fondos, dedicándose más a la producción propia



Emilio Martinic, Sebastián Rojas de Mubi, Carolina Garcé de BB y Carlos Hulett de VivoPlay

y a los blockbusters. Y que eso dará, coincidieron todos, muchas oportunidades para otros OTT de nicho — como las empresas de ambos —. También remarcó que ellos creen que habrá lugar para la TV lineal especialmente vinculada con el vivo, y por eso le dan tanto espacio en VivoPlay.

**ANDINA LINK EXPO 2016**  
**Cartagena**  
**MARZO**  
**1,2,3**

TELECOMUNICACIONES  
 NUEVOS NEGOCIOS  
 INTERNET  
 CATV  
 CONTENIDOS  
 APPS Y ISP



**Usa**



1 305 767 46 56  
 1 954 990 53 19



**Colombia**



57 + 1 635 68 98  
 57 + 1 635 68 87  
 57 + 1 256 83 87



57 + 1 256 83 87



**contacto@andinalink.com**

## AZ TV de paga: acuerdo con VTR, de Chile

Presentó el capítulo mexicano de Certal en CMS

**AZ TV de Paga** terminó muy bien su medio año de gestiones directas en las convenciones de la región, que comenzó en Tepal y terminó en Chile Media Show. El día anterior al evento, en el mismo hotel Intercontinental de Santiago, se hizo un desayuno para todos los clientes y agencias de publicidad que abre muchas puertas. Concretamente para el mercado chileno, anunció como gran noticia un buen comienzo con **VTR** de Chile que implica un paquete de 450.000 suscriptores y cuatro señales en HD.

Además, para la Cumbre de Certal, se trajo a Chile a los que liderarán el capítulo mexicano,

**Ernesto Villanueva** y **Vanesa Díaz**, que vienen con vasta experiencia en la UNAM en todos los temas regulatorios.

En cuanto al resto de las negociaciones, se hizo un buen acercamiento con el equipo de **América Móvil** en México para llevar las señales en la región, estando en buena comunicación con **Andrés Vázquez del Mercado**, **Agustín Vigil** y **Arturo Flores**. **AZ Mundo** partiría en todos los países y **AZ Corazón** en Colombia y Centroamérica.

Es importante además que en Estados Unidos se generaron los contactos pertinentes con



Fidela Navarro y Jorge Gutiérrez

**Time Warner** y **Comcast**, con presentaciones en Filadelfia y Nueva York. Allí como en otros mercados de Latinoamérica se recibe el gran apoyo de **Condista**.

## Food Network busca consolidarse en Latinoamérica

Se sumó Ignacio Guido para las ventas del Cono Sur

**Mauro Páez Pumar** destacó que **Food Network** llegará en siete meses a todos los países de habla hispana y portuguesa con la prioridad de consolidar el canal en toda América Latina. Hay importantes conversaciones con todos los clientes panregionales y la aceptación del canal es muy buena. Tomó los niveles de rating de la plataforma de **DirecTV**, que demostró que está entre los 20 canales más vistos de la TV paga básica. Es entretenimiento con un nuevo concepto, siempre alrededor de la comida.

Ratificando tanto la apuesta como el creci-

miento, a partir de finales de octubre se sumó a la compañía **Ignacio Guido** que estará trabajando con todos los operadores del Cono Sur para llevar este canal que es una gran novedad para todos los operadores. Tiene trayectoria en empresas líderes como **Pramer** y **Claxson**, y es reconocido por los clientes. Va creciendo el equipo de Latinoamérica.

Remarcó Páez Pumar que Food Network pertenece a **Scrrips**, 'la empresa líder en producción de contenidos de estilo de vida, donde se garantiza la calidad del canal y lo hace una gran opción para los operadores de la región'. Y subió la apuesta:



Todo el equipo de Food Network en Chile Media Show

'Después de la reunión del Summit en Miami, se habló de la necesidad de mejorar la oferta y deshacer un poco los bundles; este canal es perfecto para eso como canal individual'.

Está en medio de negociaciones con los grandes operadores y habrá noticias en el corto plazo.

## Turner: protagonista excluyente

En Chile Media Show

**Martín Bellocchio**, director de ventas afiliadas de **Turner** para Chile, Bolivia y Perú, destacó a **PRENSARIO** la participación que volvió a tener el grupo este año, mientras otros protagonistas no estuvieron. 'Desde hace cuatro años venimos trabajando con el grupo **Isos** de manera muy coordinada. La idea es apoyar para salir de un esquema de poner un stand e invitamos a los clientes más chicos para que tuviesen el hotel incluido', expresó.

'Este año, como Fox no participó, entregamos la noche del miércoles en lugar del martes y, como no había un evento de la fiesta como

solía tener TVN, decidimos hacer nuestra reunión privada el miércoles. Con los clientes grandes estamos todos los días para llevar la mejor propuesta de entretenimiento, así que era un momento para relajarse, disfrutar e hicimos una carrera de kartings, de la misma manera que aprovechamos para interactuar de otra manera con todos los independientes', agregó Bellocchio.

'Decoramos la pista con branding de Turner, hubo un cóctel y hubo muchos que se animaron. El incentivo fue interesante, ya que dimos premios importantes: **Konrad Bruchardt** de



Martín Bellocchio, director de ventas afiliadas para Chile, Bolivia y Perú, con Angelo Cerda, consultor de Pacífico Cable

**TuVes** ganó un LED de 42' SmarTV y 3D. El segundo premio fue una tablet para **Sergio Vázquez** y el tercero unos auriculares para **Juan Carlos Baldebenito**', dijo y concluyó: 'La concurrencia de la expo estuvo en un 70% con clientes clave como **Claro**, **TuVes** y **GTD**'.

Por Sergio Daniel Piris, Jefe de Clandestinidad y Delitos en Tecnologías

## Cablevisión de Argentina, contra la ilegalidad en TV paga

Muchas veces las empresas que ofrecemos servicios de telecomunicaciones, nos encontramos ante la disyuntiva de poner o no en conocimiento de la Justicia los ilícitos de los que somos víctimas. Las razones de ello pueden ser de lo más variadas, pero lo cierto es que resulta sumamente importante y hasta nos animaríamos a afirmar indispensable que se ponga en funcionamiento el aparato jurisdiccional penal por iniciativa de las firmas perjudicadas.

Ello así en cuanto las maniobras delictivas a las que nos enfrentamos y que nos afectan en nuestro normal desarrollo empresarial, amén del perjuicio económico que ello ocasiona, son cada vez más sofisticadas y estimamos necesario ponerle un freno en pos de garantizar un efectivo y completo ejercicio de los derechos fundamentales consagrados en nuestra Constitución Nacional como ser el de trabajar y ejercer industria lícita (art. 14) y el de propiedad (art. 17).

Afortunadamente Cablevisión S.A. es precursora en este punto y ha tomado la decisión de abordar estos casos con seriedad y conciencia con el claro objetivo de disminuir al mínimo posible este tipo de accionar ilícito de los que las empresas de televisión por cable son víctimas.

Fue así que la empresa ha creado dentro de la Gerencia de Legales, la Jefatura de Clandestinidad y Delitos en Tecnologías, cuya función específica es analizar, denunciar y, en definitiva, combatir todo hecho delictivo que perjudique a la empresa y al servicio que presta.

Cablevisión trabaja actualmente la clandestinidad a través de dos grandes procesos (denuncias y operativos) que generan la información que nutre nuestras bases de datos y nos permite monitorear el comportamiento de la actividad clandestina.

Disponemos de cuatro canales de denuncias que disparan acciones reactivas y contamos con equipos dedicados que controlan nuestras redes con operativos proactivos atendiendo los reclamos de nuestros clientes.

El crecimiento del negocio de la tv paga hizo que las acciones proactivas (operativos) fueron

perdiendo efecto en las grandes ciudades debiendo recurrir a las acciones reactivas como modo más adecuado de combate.

Actualmente la clandestinidad ha mutado.

El clandestino de hoy paga por el servicio que recibe. Asimismo las conexiones ilegales son muy buenas, están normalizadas y utilizan materiales homologados.

Han crecido en gran manera grupos de instaladores clandestinos, formando en algunos casos Pymes de TV por cable ilegales, organizadas con móviles propios que movilizan gran cantidad de materiales. De la misma manera ha crecido el ofrecimiento ilegal de equipos Decodificadores y Módem "liberados" que son propios de Cablevisión, por plataformas como MercadoLibre, Facebook, etc.

Estas situaciones de actividad clandestina, son investigadas desde la Jefatura de Clandestinidad y Delitos en Tecnología de la empresa, donde se concentra la información que nos permite judicializar los casos más importantes o relevantes para la compañía.

El tema de los instaladores ilegales es uno de los casos donde estamos poniendo el foco, hemos logrado buenos resultados judiciales, con allanamientos, en los que secuestraron una gran cantidad de materiales de red, decodificadores y módems.

Otro caso, que estamos observando es el ofrecimiento en MercadoLibre de equipos decodificadores propios. En estos casos luego de una investigación y recolección de la prueba correspondiente, iniciamos la denuncia penal. Hemos logrado sentencias en estos casos, donde se procesó a la persona que ofrece a la venta el equipo, por el delito de estafa, (art. 173 inc. 9), es decir cuando alguien ofrece o vende algo que no es de su propiedad.

También obtuvimos un buen resultado judicial, en un caso de una casa de electrónica que ofrecía a la venta equipos decodificadores digitales adulterados, es decir que permitía acceder al servicio, sin pagar por el mismo. Luego del inicio de la denuncia penal y logrando un allanamiento donde se secuestraron 15 equipos, se pudo constatar mediante pericias técnicas, que el Unit Adres del decodificador



había sido adulterado, por lo que se procesó a la persona que ofrecía este servicio, por violación a los art. 71 y 72 de la Ley Propiedad Intelectual.

Evidentemente el tema de la clandestinidad está presente y en Cablevisión se los ataca de varias formas:

Tecnológica, Cablevisión constantemente invierte en la digitalización de sus redes;

Acciones Preventivas: se incentiva la denuncia interna y externa. Es importante crear el clima interno para el combate de la clandestinidad. Capacitación de los miembros de la fuerza de seguridad, de la justicia y difusión de la problemática.

Acciones Reactivas: Se impulsan operativos, investigaciones y se denuncia ante la justicia. Como verán el actuar de los clandestineros y/ o piratas en muchos casos se ha ido sofisticando y es importante estar a la altura de las circunstancias.

Para terminar, un tema a tener en cuenta es el actuar de la justicia en estos casos, si bien es distinto como actúa la Justicia Nacional, donde hemos tenido muy buenos resultados, la Justicia Provincial, donde también hemos logrado buenos resultados, pero observamos que es más complejo, por la falta de herramientas para investigar estos delitos, los que están relacionados con la tecnología.

Por eso, desde la empresa consideramos de suma importancia capacitar a fiscales y peritos oficiales, con relación al funcionamiento de equipos decodificadores, módems y todo material que utiliza la empresa. Cablevisión a nivel nacional forma parte de la Asociación Civil Antipiratería y a nivel regional estamos adheridos a Certal, que es un centro de estudios en Telecomunicaciones.

Es de suma importancia que la empresas del rubro se junten para intercambiar experiencias relacionadas con el tema de la piratería y otros delitos que sufren y a su vez interactuar con sectores de la Justicia y de las fuerzas de seguridad.

# AMC Networks: protagonismo y consolidación de marca

## Gran apuesta al contenido original

Alejandro Kember pudo estar en Chile Media Show y dio a Prensario su balance de AMC Networks cerca de fin de año. 'Nos fue muy bien y cumplimos la promesa con la apuesta al contenido original y propio del grupo como con *Fear the Walking Dead* e *Into the Badlands*, que es la serie más cara de la historia de *Sundance*', dijo. 'Para el año que viene estamos redoblando la apuesta con series importantes, en estreno simultáneo o 24 horas después con Estados Unidos. Lograron hacerse en simultáneo con gran valor agregado para los operadores, que quedaron muy contentos. Eso nos dio una gran consolidación de

la marca, un protagonismo que no teníamos y una mejor percepción sobre nuestro grupo'. 'Por el lado del resto de los canales la actualidad también es importante. Estamos lanzando ahora *Gourmet HD* para el sur y en dos meses para el norte. Y para el primer cuatrimestre *Europa Europa* y *Film&Arts* para completar todo el portafolio en HD'. 'Con el *Gourmet* se cambió la forma de programar, tuvo buenos resultados en rating y está posicionándose como un canal único del segmento. Por el lado de de *Sundance* estamos muy contentos, se posicionó como el único canal de festivales y convirtió en realidad la visión de Ro-



Alejandro Kember

bert Redford con un mix atractivo, series de un guión profundo y películas de festival que no se ven en otro lado. *Film&Arts* también tiene una nueva estrategia con segmentos de obras de Broadway, y en *Europa Europa* estrenamos *El Príncipe*'. Sobre CMS, completó: 'Chile para nosotros siempre es un mercado importante, sirve para afianzar relaciones. La coyuntura económica nos da más temas para conversar y buscar alternativas para seguir. Pero las reuniones fueron muy positivas'.

# Internexa: Comunidades de operadores



Carlos Giraldo

Carlos Giraldo, gerente general para Chile de Internexa, dijo que hubo buena recepción a la presentación de la empresa en Chile Media Show, que tiene continuidad año a año. 'Como tenemos clientes importantes en el sector se ha corrido la voz y hay un segmento de empresas tentadas a contratarnos. Una aparición pública como esta sirve para que se escuche lo que estamos haciendo. Estamos atendiendo desde cableros grandes

prestadores de servicios de telecomunicaciones a pequeños cableros de una o dos ciudades'. 'El servicio es bien transversal y nos enfocamos en generar una oferta de valor a través de la asociación de cableoperadores. Con eso tenemos llegada y unificamos la oferta. Somos más transparentes con el mercado. Puede estar más caro o más barato con una oferta transparente donde cualquiera se puede sumar. De entrada ven lo que ofrecemos'. 'Este año tenemos una variación de nuestro producto estrella de Internet. Originalmente damos servicio Internet sin tasa de reuso, pero algunas plazas ya funcionaban con él porque ese modelo acomodaba más. Así que ahora empezamos a ofrecer dicha modalidad otra opción para los

cableros, que pueden ofrecer una tasa Premium (sin reuso) u otro más económico y flexible, pero no nos quita el servicio pormenorizado y la atención post venta que nos caracteriza en contacto directo con la compañía. Ese tipo de funcionalidades de valor se mantienen'. Y se refirió a su mercado: 'Chile creció más que en otros países de la región, justamente porque la compañía llegó a un punto de madurez. En 2015 cumplimos cinco años en el mercado, por lo que tenemos un buen posicionamiento comercial que se refleja en nuevos clientes. Y también destacamos que desde este año llegamos a lugares de menor densidad poblacional que permitió atender a cableros más pequeños'.

# TAC: A la vanguardia en Chile

## Con Wisi, FTTH y OTT

Una vez más TAC, el brazo chileno de Latino TCA, fue el proveedor de tecnología más destacado en Chile Media Show, con seminarios y el trabajo desde su stand central. Leo Rodríguez contó a Prensario que la prioridad estuvo en promover la cabecera digital Wisi. Con ella, el operador puede empaquetar programación HD sin necesidad de contar con un deco, aprovechando que los televisores ya tienen sintonizador ISDB-T. Es una ventaja estratégica con la que los operadores pueden hacer frente a los competidores que ya dan alta definición, pero que tuvieron que poner una caja Prensario Internacional

y cobrar ese servicio aparte. Ellos, en cambio, pueden ponerlo en la grilla básica fidelizando a sus clientes. La segunda prioridad que ya vienen trabajando es el FTTH y EOC, que este año tomó 'un gran envión', según afirmó Rodríguez. 'Fue debido a que hoy el operador tomó conciencia que una red HFC no puede dar la velocidad que el mercado está solicitando. Tenemos aquí a KT como aliado principal'. Y la tercera, es una nueva plataforma OTT de bajo costo para que todos los operadores puedan tener ese servicio. En Chile Media se le



Todo el staff de TAC en CMS

estaba ofreciendo a nivel nacional a la Asociación de TV Cables. Es una proposición para dar OTT a que todos los operadores de la red puedan compartirla, pero incluyendo todos sus canales propios regionales. Esto es con Safeview, en un desarrollo que es muy novedoso y está operativo como vanguardia.



Jhonita Muñoz, de Global Media; Ekaterina Alvarado, Maya Erkova, Alpina Cipolat y Yulia Oparina, de RT; Florencia Geoghegan, de AMC Networks, con Alejandro Neri y Juliana Moreira, de SES; Michel Bonet, de GX Vision; Carmelo Ruggilo y Luis Reinoso; Javier Dolder y Alejandro Cubino, de Network Broadcast; José Argous y Mauro Tolosa, de FIC; Miguel Angel Pose, Eric Cremer, Pompeyo Pino, Carmelo Ruggilo y Juan Hebert Brañas; Keria Santana y Alexa Chavarría, de Alientovisión; María Eugenia Ramos Mejía, de EWTN; Alejandro Wilson y Cristian Iriani, de Techné; Luis Reinoso de Paraguay, Alejandro Neri de SES y Jorge Rada, de Unotel Bolivia

Por Huba Rostonics, gerente de marketing regional, Viavi Solutions

# Viavi Solutions: CCAP, evolución no sólo en la red



La creciente demanda de nuevos servicios de telecomunicaciones, así como el acceso desde varios dispositivos, pone a la red en el límite de lo posible, mientras que la disponibilidad de WiFi en el domicilio permite la aparición de la "segunda pantalla".

La respuesta que han encontrado los grandes fabricantes de equipo de red es la migración a una arquitectura puramente basada en tráfico de datos. Con ello nace CCAP (Plataforma Convergente de Acceso por Cable); una tecnología que promete simplicidad, una mayor integración con servicios en la nube y una red en el abonado capaz de adaptarse al uso que se le dé.

La arquitectura de la red cambia sustancialmente y la nueva red CCAP se parece más a una LAN Ethernet que a una red tradicional HFC, y mientras que la red se simplifica y es "más plana", los elementos que deciden como fluye el tráfico dentro del domicilio del cliente, adquieren mayor inteligencia y por lo tanto se introducen

más variables que pueden ser las causantes de problemas en la calidad de servicio.

Para este nuevo panorama, el técnico de campo requiere de soluciones de pruebas que puedan analizar simultáneamente la capa física, la capa de transporte y la de los servicios. En adición a esto, se debe tener la posibilidad de diagnosticar los diferentes puntos de demarcación, a fin de aislar el problema; y por si fuera poco, se debe ser capaz de realizar todo ello analizando los diferentes servicios que corren sobre la red.

Para este tipo de arquitectura, la red WiFi del cliente se tiene que considerar forzosamente como parte integral de la red, ya que muchos de los servicios van a depender de ella. La capacidad de hacer las mismas mediciones antes mencionadas, pero ahora en la red WiFi son una necesidad y se debe considerar nuevamente la capa física, que en este caso es la transmisión RF, el transporte (802.11) y la de los paquetes y servicios.

La tecnología es muy prometedora, pero requerirá de inversión no sólo en el despliegue, sino



Huba Rostonics

en equipar de forma adecuada a los encargados del mantenimiento, tanto con herramientas como con conocimiento. En esta fórmula, la ecuación de ahorro en costos debe reforzarse aún más con soluciones que permitan el mantenimiento y el diagnóstico remoto, garantizando que estemos "despachando para reparar, no para diagnosticar".

En fin, la tecnología CCAP es un paso enorme en la evolución de las redes de cable pero por ello mismo, se debe considerar también la evolución de la forma como se hace el despliegue, la activación de los servicios y el mantenimiento de la red, como una práctica integral.

## Konrad Burchardt, TuVes: 'Eduardo Stigol es el mejor socio de la región'

Acuerdos en Chile Media Show con Food Network y RT

Konrad Burchardt, director general de TuVes HD, estuvo personalmente en el stand del operador satelital en Chile Media Show y dijo, sobre haber sumado a Eduardo Stigol a la propiedad de TuVes: 'Creo que es el mejor socio de la región, y ha ayudado a dar un impulso a la operación a una escala regional fuerte'.

'En algunos países nos está yendo muy bien como en Paraguay, Bolivia y Panamá, en estos últimos donde Cotas y Cable Onda son muy profesionales y eso es fundamental', y completó: 'En Colombia, lanzamos este año, ampliando la capacidad satelital, pero invito a todos los cableeros que deseen tener DTH con muchas señales en HD y SD a que finalmente se decidan. Hemos hablado con todos pero no se ha concretado hasta ahora'.

Sobre Argentina, dijo: 'La definición de TuVes

es dar servicio y nuestro satélite tiene buena cobertura en ese país, pero por ahora no podemos actuar con la nueva ley de satélite por falta de permiso de operación. Nos preocupa que no dan concesiones a los nuevos satélites'.

Sobre su presencia en CMS y su visión del mercado actual, dijo: 'Siempre es para nosotros importante conversar con los proveedores y las señales y así celebramos acuerdos con Food Network, y RT (Russia Today)'.

'Este año seguimos creciendo pero sentimos que la industria está muy presionada por los programadores en cuanto a los precios, lo que deja márgenes muy apretados. Entre programación y precio al público quedó muy apretada. Esto más aún con una devaluación en todos los mercados, mientras el costo de satélite y programación es en dólares, los ingresos siguen en moneda



Juan Carlos de Gómez de DHE y Konrad Burchardt

local', agregó.

'Además —continúo con su crítica— las mismas señales tienen mucha publicidad y una autopromoción eterna, lo que hace que Netflix gane terreno y la gente esté abandonando el cable. Mucha gente con la TV digital tiene los canales abiertos digitales y los jóvenes usan Netflix, si no cuidamos nuestro negocio la gente se mueve fuerte a las otras plataformas. Igualmente, eso afecta más a cables en doble o triple play, pues los a los DTH porque es otro público'.

## Aerodoc empieza a operar como compañía global

Especializada en mercados emergentes

Abel Tamayo y Bernardo Hoffmann realizaron para Prensario un buen análisis del crecimiento y potencial de Aerodoc ya como compañía global. 'Si uno ve la historia de Aerodoc en los últimos 20 años, ve que ha ido creciendo y, aunque ahora el mercado es más competitivo, es vista ahora como líder. La empresa empezó a hacer grandes inversiones, tanto del área operativa, montando el sistema SAP que va a mejorar la información del servicio que le damos a los clientes, como en personal, que tiene que ver con la parte comercial que estoy liderando desde hace menos de un año, si bien con la compañía era consultor hace tres', expresó Tamayo.

'Tomamos gente de target alto, muy especializados en el rubro de satélite y broadcast, y empresas de telecomunicaciones que tienen que ver con otro tipo de tecnología, radio y switching. Estamos tratando de invertir por fases y en la participación en eventos a nivel global, pues nos especializamos en mercados emergentes así que podemos aplicarlo para África, Rusia, Indonesia y Malasia. Por eso el año que viene haremos shows en India y Broadcast Asia, además de NAB e IBC', agregó.

Hay tenemos oficinas en Lima, Brasil, Buenos Aires y Miami, el año que viene abrimos México, pero con una red de 200 agentes y partners que



Abel Tamayo y Bernardo Hoffmann

llega a nivel mundial. Entramos en una nueva fase de recursos y esfuerzos.

Además, abrimos una división CaVsat, que se va a ocupar de tener algunas representaciones de equipamientos en el área satelital, OTT y algunas cosas en TV por cable a nivel de servicios. Muchas de estas representaciones tienen que ver con clientes nuestros que son distribuidores que nos llaman para ayudarlos a hacer tanto la venta como la integración' completó.

## GoTV crece en HD

Claudio Baglietto, gerente de afiliadas de GoTV, destacó a Prensario que se ve el trabajo de todo este año y medio, empujando tanto el HD como el OTT Play. Está claro que el público quiere ver el fútbol y el deporte en general en la más alta calidad. Lo importante es que GoTV se

consolidó a nivel regional en un panorama que está teniendo muchos cambios para el deporte.

Las últimas incorporaciones de programación fueron la MLS de Estados Unidos y la Gold Cup (Copa de Oro de la Concacaf) que tiene gran demanda en toda Centroamérica.



Claudio Baglietto y Juan Cresco de Coltrahue

# BE CREATIVE BE FEARLESS BE READY

NATPE.COM

TOMORROW'S CONTENT BEGINS TODAY.  
You must prepare and adapt to create the future of content.  
Join us at NATPE Miami to tackle creative challenges head-on  
while laying waste to the fears of missed opportunities.

BE THERE

5,000+  
TOP MEDIA EXECS

1,100+  
BUYERS

300+  
GLOBAL EXHIBITORS

200+  
SPEAKERS

19-21 JANUARY • 2016  
MIAMI BEACH • FONTAINEBLEAU & EDEN ROC

**natpe**  
CONTENT FIRST

BUYERS: \$550 Through Dec. 17; \$675 Dec. 18-Jan. 13  
GENERAL ATTENDEES: \$1,250 Through Dec. 17; \$1,450 Dec. 18-Event

## Simplemente: “Luz, cámara y acción”

El integrador convocó a sus clientes en México

El integrador mexicano **Simplemente** realizó, el 10 de noviembre en el Hotel W de Polanco del DF, el evento “Luz, cámara, y acción”, en donde sus clientes pudieron ver las últimas novedades de tecnología para Broadcast.

**Mónica Reina**, CEO de **Simplemente**, expresó: ‘Este evento es un regreso a las raíces de Simplemente, que es siempre estar buscando algo nuevo, y cuando encuentras una joyita, un diamante sin pulir te dices vamos a traerlo a la gente de México’.

En materia de luces, **Rotolight**, la marca inglesa liderada por **Rod Gammons**, un sistema de LED, que ya fue probado en la última película de *James Bond*, *Spectre* o en los estudios Pinewood de Inglaterra para la iluminación de *Star Wars VII*, en donde Simplemente conoció la empresa para luego concretar su introducción al mercado mexicano, como se vio en la NAB de este año.

Las luces proveen una amplia versatilidad en sus tres modelos que cubren diferentes necesidades del sector. Desde producciones de muy

bajo costo, a complejas iluminaciones, su bajo consumo, la iluminación sin flicker (parpadeo), ajuste de temperatura color e intensidad de alta precisión lo hacen un equipo con alta compatibilidad con otros sistemas de iluminación lo hace un producto ideal para una transición paulatina con mejor costo beneficio.

En la parte de cámaras, **BlackMagic Design** y **Simplemente** han trabajado juntas desde sus inicios, hace 15 años. En esta oportunidad, **Dan May**, presidente de **BMD** presentó los nuevos *URSA Mini* y el escáner de cinta de 35mm y 16mm a *K4 Cintel*. La *Ursa Mini* incorpora las mejoras solicitadas por los clientes, mientras que el escáner de cinta 4K producido por **Blackmagic** para cubrir las necesidades de un mercado que requiere cada vez más soluciones de conversión de material a un precio competitivo.

Finalmente, en almacenamiento, **Quantum**, liderada por **Armando Pérez**, presentó la nueva línea *Xcellis*, flexible y compatible con



Mónica Reina, CEO de Simplemente

sus líneas anteriores simplificando la transición y el crecimiento de almacenaje que requieren las empresas. La nueva línea de equipos de Quantum tendrá disponibilidad en México a finales de noviembre.

‘Muchas veces tienes que esperar mas tiempo desde el lanzamiento de un producto para tenerlo en México, pero estamos contentos que este año pudimos traer productos de muchísima calidad para nuestros clientes. Siempre hemos tratado de cambiar el paradigma de lo mas caro es lo mejor y hemos tenido la fortuna de tener clientes que confían en nuestro criterio y dejan que les ayudemos a gastar bien su dinero sin comprar monstruos del pasado carísimos’, concluyó Reina.

## Amtec distribuirá Red Digital Cinema en México

El integrador mexicano **Amtec** lanzó este mes en sus instalaciones del DF, la comercialización y capacitación para los productos de **Red Digital Cinema** en el mercado mexicano.

**Travis Sims**, director comercial para Latinoamérica de Red Digital Cinema, anunció un acuerdo con **NMF Nacho Mazzini Family** y Amtec para importar con mayor facilidad la línea de cámaras. Este viaje también tiene el objetivo particular de mejorar e incrementar la relación de los consumidores con los productos Red

poniendo a disposición capacitación, soporte y actualización de los equipos de forma oficial y al mismo nivel que se realiza en Estados Unidos.

Para Red Digital Cinema el mercado latinoamericano es crítico y su estrategia de inserción hace particular hincapié en la capacitación en el uso de los productos sin dejar de lado el apoyo con representantes individualizados por cliente y el soporte técnico característico en este tipo de servicios.

La capacitación está planeada en dos etapas,



Travis Sims, Andrés Martínez (h), de Amtec, Nacho Mazzini y Andrés Martínez, de Amtec

donde la primera estará dada en forma directa por parte de la empresa, mientras que para la segunda se implementará un sistema de capacitación uno en uno que, como señalaba Travis Sims, representa su ‘filosofía Red Digital Cinema’ que busca ser un *game changer*, ‘nuestra idea no es ser seguidores sino líderes’, resumió.

### Elemental



Gustavo Guevara de HBO, Dwaine Brady y Sergio Silva de Elemental

**Sergio Silva** de **Elemental** comentó a **Prensario** que está trabajando como siempre dentro de **Amazon** y que incluso mejor, ya que puede aumentar dramáticamente la capacidad de ingeniería. En Caper estuvo con **Viditec** y **Network Broadcast**.

### Swit



Marisa Perrone, William Xiao, Marcelo López Colomar, Kevis y Dustin Chen

**Swit** tuvo su primera presencia en Caper en el stand de **TLT**. La relación comenzó a principios de año y arrancó con una buena venta de baterías a **Canal 13**. Tiene también monitores y producto inalámbrico de cámaras de gran fluidez. Es una empresa sólida que empieza a abrir toda Latinoamérica. **William Xiao** destacó que está trabajando muy bien con **TLT** y que están haciendo todo para que sea una relación exitosa.



Cumplimos con nuestros compromisos de entrega

En este mercado extremadamente competitivo, cumplir con las entregas es de vital importancia.

**Nosotros lo sabemos.** Por eso nos comprometemos a entregar en tiempo y forma o pagamos por los daños causados. Sin letra chica ni cláusulas ocultas.(\*).

Advanced Network Monitor • Flexible IP Manager • Network Security Platform • QX • Real-Time Universal Service Activator • Techwizard

(\*). Terminos y condiciones aplican. Para más información comuníquese a [sales@intraway.com](mailto:sales@intraway.com) o su vendedor.

Intraway posee oficinas comerciales, centros de desarrollo diversificados y oficinas de soporte en:

**AMÉRICA DEL NORTE (HQ)**

US +1 516 620 3890

**EUROPA, MEDIO ORIENTE Y ÁFRICA**

UK +1 516 620 3890

**AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE**

AR +54 11 6040 4000

UY +598 2927 2358

MX +52 55 8526 1043

BR +55 11 3014 0982

CO +57 13 814 964

PA +507 833 9915