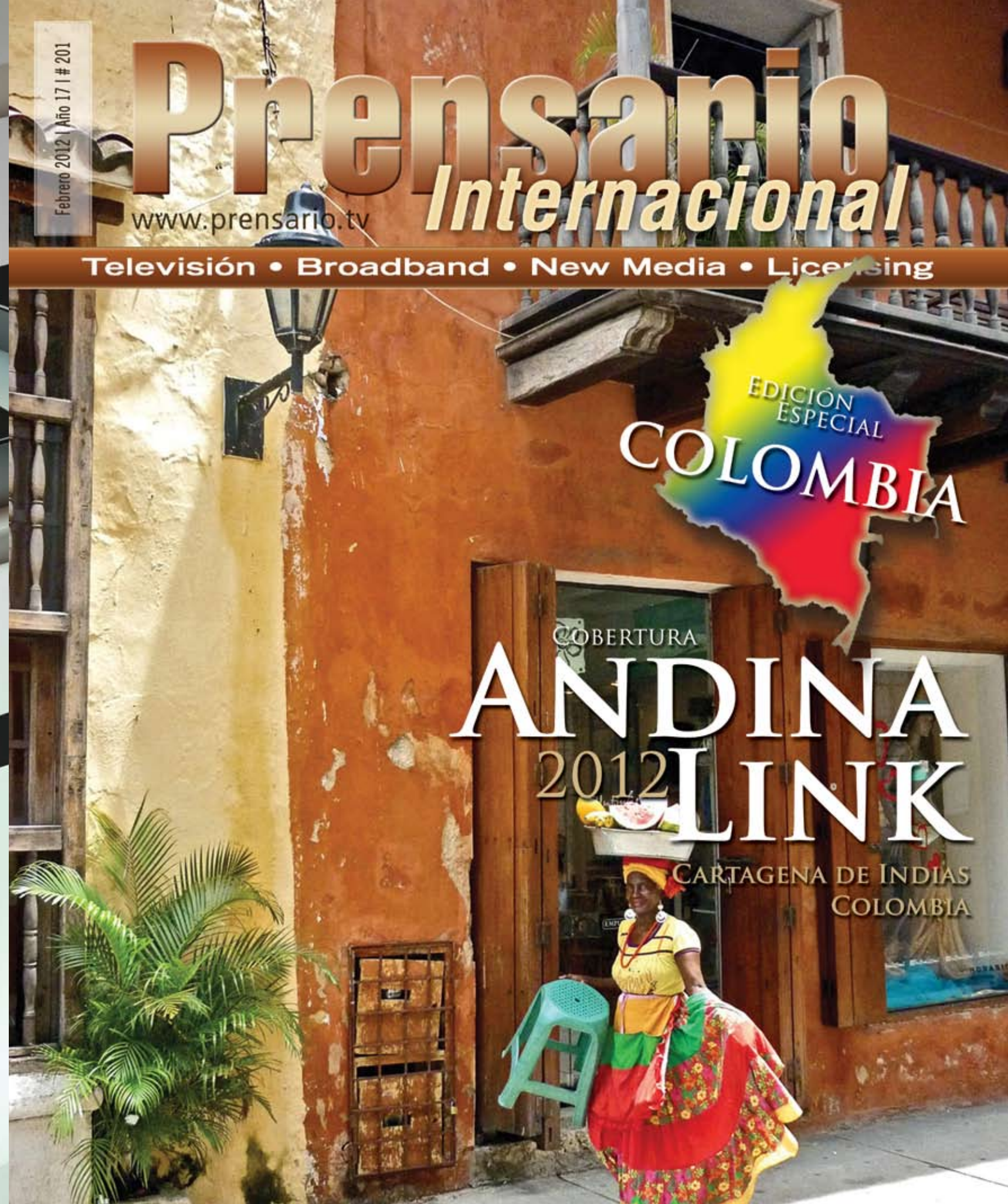




**LAS MEJORES PELÍCULAS,
CONCIERTOS Y EVENTOS EN VIVO
COMO NUNCA ANTES LOS HABÍAS VISTO.**

PASA EN TNT, PASA EN HD. WWW.TNTLA.COM



Febrero 2012 | Año 17 | # 201

Prensario Internacional

www.prensario.tv

Televisión • Broadband • New Media • Licensing

EDICIÓN ESPECIAL
COLOMBIA

COBERTURA

ANDINA 2012 LINK

CARTAGENA DE INDIAS
COLOMBIA

DE LA CNTV
A LA ANTV

LOS PROTAGONISTAS: TELMEX, UNE,
DIRECTV, CABLEVISTA Y TV COMUNITARIA

MERCADO PUBLICITARIO:
CRECIMIENTO DEL 11%

TRAVEL & LIVING

**¡Emprende una nueva aventura
y cambia de imagen!**

Acortando distancias...
Degustando sabores...
Haciendo que la vida sea irresistible...



Travel & Living Channel

¡No te lo pierdas!

 www.facebook.com/TLCTV
 @TLCTV

Miami (1786) 273-4201
México (5255) 5249-8867
Argentina (5411) 4313-5005
Brasil (5511) 2138-9600

LA PRIMERA SERIE ORIGINAL DE 



NUEVA SERIE

THE FIRM



TOMA EL DRAMA

BASADA EN LA NOVELA DE JOHN GRISHAM
ESTRENO MIÉRCOLES 11 DE ABRIL 10PM

PRODUCCIONES ORIGINALES EN AXN,
OTRA RAZÓN PARA TENERLO EN TU PAQUETE BÁSICO



COLOMBIA: DE LA CNTV A LA ANTV Y LOS NUEVOS ACTORES EN LA INDUSTRIA DE LA TELEVISIÓN

Durante 2011, el gran tema del mercado colombiano de televisión y telecomunicaciones fue la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), cuya disolución ya está contemplada en la nueva Ley de Televisión sancionada el 10 de enero por el presidente, Juan Manuel Santos. 2012 verá el nacimiento de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) y la industria de la TV tendrá nuevos actores.

La nueva legislación, sancionada por Juan Manuel Santos a comienzos de año, establece de qué manera se repartirán las funciones y responsabilidades que tenía la CNTV, y que ahora pasarán a la órbita de la **Autoridad Nacional de Televisión (ANTV)** entidad que, al cierre de esta edición, no se sabía cuándo entraría en funciones.

Según señaló a PRENSARIO el comisionado de la CNTV, **Jaime Andrés Estrada**, la entrada en vigencia de la ANTV no será hasta abril/mayo, cuando se le terminen de transferir las competencias que heredará de la CNTV (ver más información en reportaje aparte). Es que la nueva normativa da un espacio de tres meses para que esta transición ocurra: dependerá principalmente de la conformación de la **Junta Nacional de Televisión**, órgano

fundante de la ANTV

El establecimiento de un nuevo marco regulatorio, incluyendo la eliminación de la CNTV, fue una de las prioridades de la administración de Santos no bien asumió la Presidencia en agosto de 2010, aduciendo 'ineficiencia' de la Comisión en su funcionamiento, debido al avance de la televisión en particular y de las telecomunicaciones en general.

El nuevo organismo ejercerá la vigilancia y control sobre los contenidos de la programación televisiva colombiana, al tiempo que otorgará nuevas concesiones. Se espera que, apenas entre en vigencia, se explaye sobre la tercera red de televisión privada, cuyo lanzamiento se aguarda desde hace al menos 3 años.

El gran actor en el área de televisión será desde ahora el **Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC)**, como bien ha venido destacando PRENSARIO en todas las ediciones de Andina Link y el mercado colombiano, en su ya clásico informe especial sobre este mercado.

La **Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)** será el brazo ejecutor en todo lo referido al uso de las redes de transmisión

tanto en TV como en telecomunicaciones, mientras que la **Agencia Nacional del Espectro (ANE)** administrará el espectro electromagnético frente a los servicios de televisión. La **Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)**, debe controlar y vigilar las prácticas empresariales y las prácticas restrictivas de la Agencia.

En relación a la Junta Nacional de Televisión, estará conformada por el

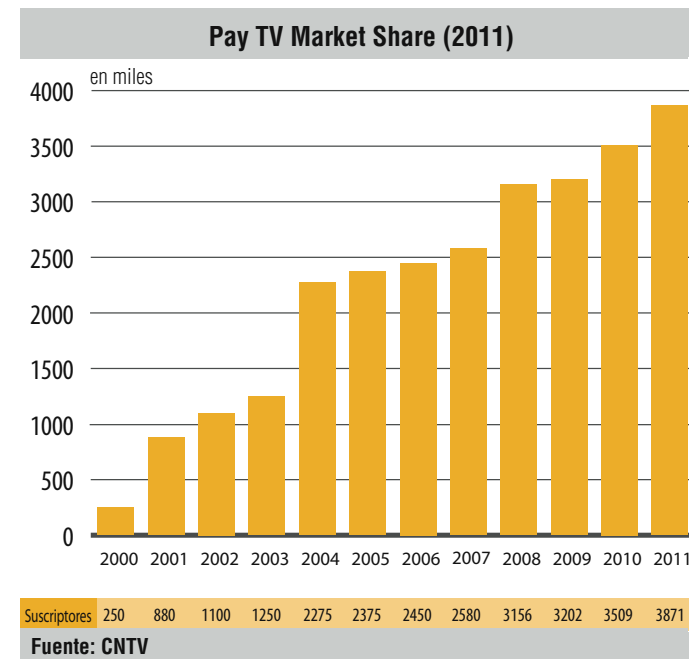


El presidente colombiano, Juan Manuel Santos, impulsó políticamente la nueva normativa. Sancionó la nueva ley de Televisión el 10 de enero

Principales operadores de TV de paga (2011)

COMPANÍA	SUSCRIPTORES
TELMEX	1.814.313
UNE-EPM	1.034.766
DIRECTV	435.495
TELEFÓNICA	249.466
GLOBAL TV	184.074
HV TELEVISIÓN	26.573
CABLE BELLO	23.942
SÚPER CABLE	18.181
INGELCOM	14.568
CODISERT	10.056
Fuente: CNTV	

Ministro de Comunicaciones, **Diego Molano Vega**; un representante designado por el Presidente; un representante de los gobernadores; uno de las universidades públicas y privadas reconocidas por el Ministerio de



DEL CREADOR DE LOST, J.J. ABRAMS.

302 DESAPARECIERON
3 DEBEN ENCONTRARLOS



warnerchannel.com

COLOMBIA: DE LA CNTV A LA ANTV Y LOS NUEVOS ACTORES EN LA INDUSTRIA DE LA TELEVISIÓN



El MINTIC y su director, Diego Molano Vega, serán los nuevos protagonistas de la industria colombiana de TV. El ministro liderará la Junta Nacional de Televisión que conforma la ANTV



Carlos Andrés Rebellón Villán reemplazó en diciembre de 2011 a Cristhian Lizcano Ortiz en la CRC, quien había estado a cargo por cuatro años

y uno de la sociedad civil.

Con el voto de cada uno de estos representantes, se elegirá al director de la ANTV, idéntico mecanismo que hasta el momento definía las autoridades de la CNTV. Su objetivo es asegurar que el organismo sea autónomo y autárquico, independiente de cualquiera de los poderes del Estado.

EL PAPEL DE LA CNTV

Con sus pros y sus contras, los principales actores colombianos han destacado el papel

de la CNTV, que ha avanzado en algunos aspectos clave, como ser la digitalización —siendo el único país de Sudamérica que sostuvo la norma europea DVB-T— y el trabajo desarrollado en la financiación de la TV pública, RTVC; mientras otros aspectos fueron fuertemente criticados, como el proceso de licencia de la tercera red nacional privada, que quedó trunco cuando el ex director de la CNTV, Eduardo Osorio, lo dio por terminado en 2010.

Más del 50% del gasto de la CNTV entre 1996 y 2010 se comprometió en la operación de la TV Pública, de acuerdo al informe sectorial que el organismo desarrolló a fines de 2011. Los recursos del *Fondo para el Desarrollo de la TV* alcanzaron 543 millones de dólares en 2010; un 98% (533 millones) se destinó a la financiación de los proyectos y transferencias a los canales regionales y RTVC. De ese total, 227 millones fueron para la producción y adquisición de derechos con destino

Índices del mercado de telecomunicaciones (2011)	
SEGMENTO	SUSCRIPTORES
TELEFONÍA MÓVIL	47 MILLONES
TELEFONÍA FIJA	7 MILLONES
BANDA ANCHA FIJA	2,8 MILLONES
BANDA ANCHA MÓVIL 3G	1,8 MILLONES
TV DE PAGA	3,8 MILLONES
Fuente: CRC en base a datos propios	

a los canales regionales y Señal Colombia Institucional, así como de Señal Colombia Educativa y Cultural.

TV DE PAGA

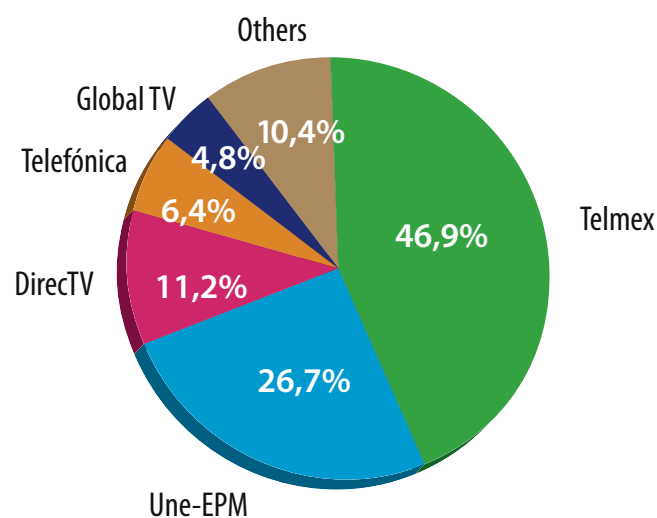
En 2011, el mercado de TV Paga en Colombia totalizó 3,87 millones de abonados, marcando un crecimiento del 8% frente a 2010, según el informe mensual de la CNTV. La penetración, tema siempre polémico en este país, es del 76%, según el **Departamento Administrativo Nacional de Estadística** (DANE), aunque los datos de la CNTV indican 35,1%, donde el 31,7% pertenece a suscripción y el 3,4% a comunitarios (ver más información en reportaje a CNTV).

De una u otra manera, la penetración de la TV de paga en Colombia es alta, lo que ha hecho que la inversión publicitaria en canales internacionales se haya incrementado sustancialmente. 'Anunciantes de productos nacionales y anunciantes con presencia en varios países de América Latina pautan en señales de TV de paga, que ofrecen contenidos temáticos. Esto produjo cambios en el mix de medios y en los presupuestos destinados a publicidad en TV, a la vez que los canales empezaron a explotar múltiples plataformas, sumando Internet y telefonía móvil'.

Telmex sigue siendo el principal operador del país con 1,81 millones de clientes, seguido por **Une-EPM** que alcanzó 1,03 millones y **DirectTV** Colombia con 435.495 abonados. La base de suscriptores de estos últimos, sobre todo, se muestra más dinámica que el líder, cuya variación anual en más leve.

El sistema DTH de **Telefónica** totalizó 249.466, a la vez que **Global TV Telecomunicaciones** llegó a 184.074 abonados,

Pay TV Market Share (2011)



Fuente: CNTV

RECOMENDADO PARA CARAS DE "ME LEVANTÉ UN LUNES CREYENDO QUE ERA DOMINGO".



EL PRIMER CANAL
24 HS DE HUMOR
PARA TODA LA FAMILIA

tbs veryfunny

ARGENTINA / BOLIVIA / CHILE / PARAGUAY / URUGUAY

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

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / PAÍSES ANDINOS / CARIBE

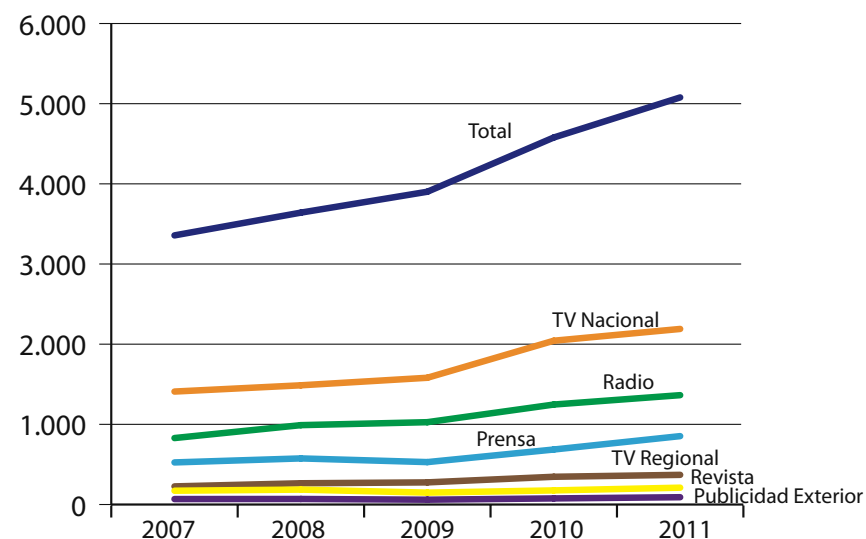
• LUIS BOLIO
luis.bolio@turner.com
Tel: (5255) 5089-3556
Fax: (5255) 5089-6280

BRASIL

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

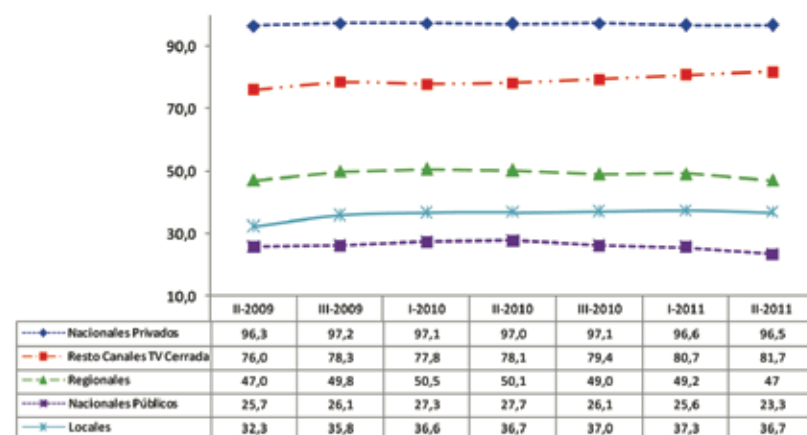
COLOMBIA: DE LA CNTV A LA ANTV Y LOS NUEVOS ACTORES EN LA INDUSTRIA DE LA TELEVISIÓN

Colombia: evolución de la inversión publicitaria, por medios (2007-2011)



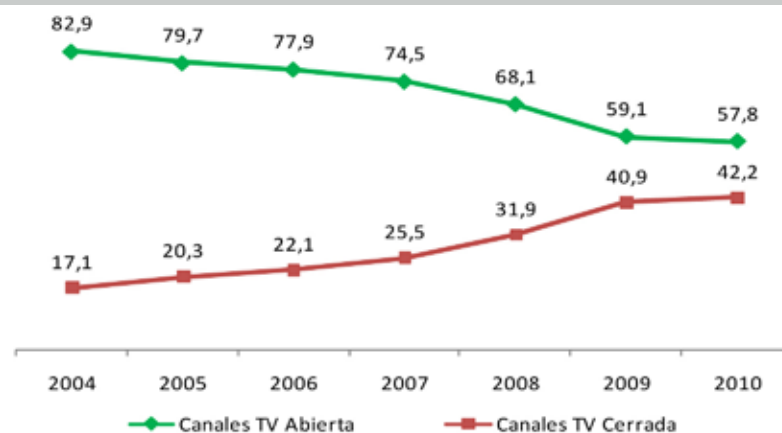
Fuente: Ibope Colombia

Audiencia último mes por tipo de canal (II 2009 - II 2011)



Fuente: Estudio General de Medios - Segunda Ola - CNTV

Evolución de la participación de canales
abiertos vs. canales cerrados (2004-2010)



Fuente: CNTV



Jaime Andrés Estrada, director de la CNTV, tiene a cargo la transición de la CNTV a la ANTV

HV Televisión con 26.573, Cable Bello con 23.942, Súper Cable llegó a 18.181, Ingelcom (adquirido por ETB) con 14.568 y Codisert con 10.056. En cuanto a los operadores zonales, estos sumaron 135.600 usuarios, mientras que los zonales y nacionales llegaron a 3,05 millones, y los satelitales 684.961, siempre de acuerdo a la misma fuente.

El informe sectorial de la CNTV indica respecto de los ingresos de los operadores: 'Se observa un incremento quinquenal del 75,2% de los ingresos brutos (por suscripción y pauta de canal propia), pasando de 335 millones de dólares en 2005 a 983 millones en 2010'.

Otro dato interesante: dice que el mercado colombiano se dinamizó a partir de 2007, producto de la expedición del Acuerdo 010 de 2006 en el cual se permite la expansión para la prestación del servicio a otros municipios, zonas o a nivel nacional y de las integraciones autorizadas por CNTV.

'El crecimiento del número de usuarios ha estado acompañado por la disminución del ARPU. En diciembre de 2000, éste era de 22 dólares y cayó a 14 dólares en junio de 2011, una reducción del 35,7% en términos reales. Lo anterior es producto de las operaciones de integración que se produjeron en el sector desde 2005 y de las ampliaciones de la CNTV para la prestación de servicios de TV empaquetados a los de telecomunicaciones (telefonía fija e Internet)', remarca.

La caída del ARPU ha sido constante tanto en cable como en DTH. Mientras que el

LA MÁXIMA EXPRESIÓN
DE LA CREATIVIDAD,
UNA COLECCIÓN DE LO QUE DEFINE
EL ESTILO NARRATIVO
DE LA MARCA HBO

PELÍCULAS
SERIES
DOCUMENTALES
MÚSICA
DEPORTES

HBO
SIGNATURE®
CALIDAD ORIGINAL

DESCÚBRELO
WWW.HBOMAX.TV

Disponible a partir del 1° de febrero en el paquete HBO MAX



COLOMBIA: DE LA CNTV A LA ANTV
Y LOS NUEVOS ACTORES EN LA INDUSTRIA DE LA TELEVISIÓN

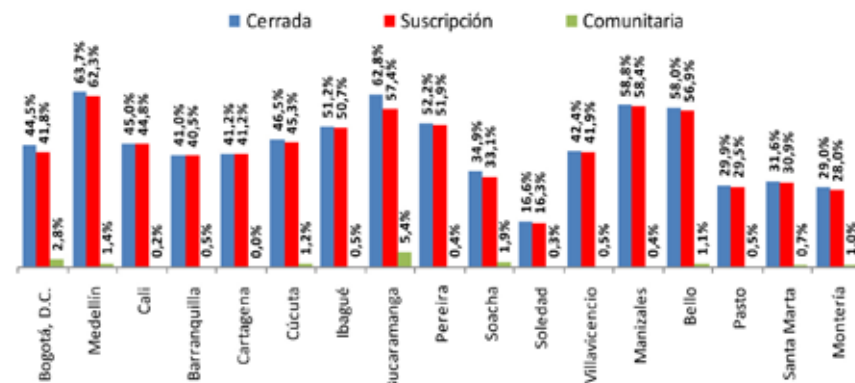


Operadores y Asociados de TV Comunitaria (2010)

DEPARTAMENTO	Nº DE COMUNIDADES	ASOCIADOS	PARTICIPACIÓN
AMAZONAS	1	686	0,2
ANTIOQUIA	112	83.366	21,2
ARAUCA	5	1.139	0,3
ATLÁNTICO	13	3.134	0,8
BOGOTÁ	68	57.199	14,5
BOLÍVAR	13	4.370	1,1
BOYACÁ	49	13.903	3,5
CALDAS	18	14.247	3,6
CAQUETA	14	2.134	0,5
CASANARE	11	5.468	1,4
CAUCA	9	1.559	0,4
CÉSAR	21	6.113	1,6
CHOCÓ	10	3.034	0,8
CÓRDOBA	20	9.932	2,5
CUNDINAMARCA	83	46.550	11,8
GUAJIRA	7	1.225	0,3
GUANIA	1	515	0,1
GUAVIARE	2	1.978	0,5
HUILA	22	11.511	2,9
MAGDALENA	12	3.186	0,8
META	26	4.706	1,2
NARIÑO	14	4.793	1,2
NORTE DE SANTANDER	21	17.057	4,3
PUTUMAYO	8	2.680	0,7
QUINDÍO	4	2.383	0,6
RISARALDA	18	8.620	2,2
SAN ANDRÉS ISLA	1	125	0
SANTANDER	66	58.033	14,7
SUCRE	15	5.468	1,4
TOLIMA	30	9.649	2,5
VALLE DEL CAUCA	31	8.852	2,2
VAUPÉS	1	0	0
VICHADA	1	0	0
TOTAL	727	393.615	100

Fuente: CNTV

Penetración de TV Cerrada por Municipios (Junio 2011)



La penetración se calcula suponiendo que los usuarios de TV cerrada corresponden a hogares, por lo que el cociente se realiza con respecto al número de hogares estimado a partir de las proyecciones de población del DANE.

Fuente: CNTV



José Miguel de la Calle, superintendente de Industria y Comercio, vigilará las prácticas empresariales

usuarios de cable crecieron 135% entre 2005 y junio de 2011, el ARPU disminuyó 31%.

El estudio resalta también que el servicio de TV de paga está 'altamente concentrado', de acuerdo al índice Herfindal y Hirschmann (HHI) que indica que los mercados son altamente competitivos si ese índice es menor a 1.000 puntos y altamente concentrados si se encuentra por encima de los 1.800 puntos.

Desde febrero de 2009 (el punto más alto con 3.799), esta medición ha venido disminuyendo y el informe señala una de sus causas el aumento entre operadores del sector, promovido por la regulación de la CNTV. 'Telmex pasó de un market share de 57,4% en enero de 2008 a 47,9% en junio de 2011; Une-EPM del 16,6% al 25,9% y Telefónica del 2,9% a 6,3%', se añade.

TV COMUNITARIA

Sobre este mercado, el informe afirma que tiene como finalidad 'satisfacer necesidades educativas y cuya programación tiene un énfasis en el contenido social y cultural', y remarca que los operadores de este tipo no podrán tener más de 15.000 asociados, salvo autorización de la CNTV.

'Los asociados reportados por los operadores tuvieron un incremento del 32% entre 2007 y 2010. En diciembre de ese año había 727 comunidades organizadas activas, las cuales reportaron 393.615 asociados, siendo Antioquia, Bogotá, Santander y Cundinamarca las regiones con mayor número: un 62,3%'.

Go Digital TV Solution

La mejor solución en América Latina para implementar y digitalizar tu operación de TV Paga



Transforma tu negocio

Da el gran salto y dile adiós a las redes analógicas limitadas. Con nuestra solución integral de TV Paga, tu empresa podrá:

- Digitalizar su servicio.
- Diferenciarse de sus competidores.
- Incluir más canales en sus paquetes.
- Disponer de más ventajas que satisfacerán a sus clientes.
- Ofrecer canales HD y Premium.

medianetworks

Estamos en Andina Link
visítanos en el stand 118 - área B

MINTIC: DIEGO MOLANO EN LA INAUGURACIÓN DE ANDINA LINK

LOS LOGROS DEL PLAN VIVE DIGITAL PARA REDUCIR LA BRECHA DIGITAL

Diego Molano Vega, ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC) de Colombia tiene a su cargo en Andina Link un *keynote*, en un panel moderado por **Fernando Devis Morales**, coordinador académico del evento, y con **María Carolina Hoyos Turbay**, viceministra, y **Santiago Amador**, director de apropiación del ministerio, como panelistas.

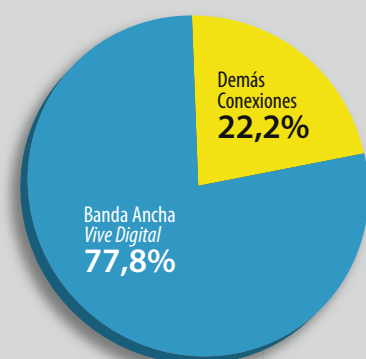
La presentación del ministro Molano se enmarca en el nuevo rol que el MINTIC tendrá sobre el mercado de la TV y las Telecomunicaciones de Colombia, una vez que desaparezca la CNTV (se estima que será a mediados de 2012) y cuyas funciones se distribuirán entre la CRC, ANE, SIC y ANTV, esta última compuesta por la Junta Nacional de Televisión de la cual Molano será el máximo responsable.

EL PLAN VIVE DIGITAL

Al igual que muchos gobiernos de la región, el presidente colombiano, **Juan Manuel Santos**, impulsa fuertemente el *Plan de Conexiones de Banda Ancha Vive Digital*, que busca reducir la brecha digital en la población, como una manera de igualar las oportunidades y los niveles educación que reciben los niños y jóvenes.

Es una prioridad en estos años para el MINTIC y es defendido por el propio ministro Molano en Andina Link, detallando sus logros. PRENSARIO accedió al informe trimestral del tercer trimestre de 2011 (publicado en noviembre

CONEXIONES BANDA ANCHA VIVE DIGITAL Y DEMÁS CONEXIONES (3T 2011)



Fuente: Datos reportados por proveedores de redes y servicios SIUST

pasado), que destaca casi 4,6 millones de suscriptores de Banda Ancha *Vive Digital* que acceden a una velocidad mayores o iguales a 1 mega, número que incluye a quienes acceden a Internet móvil a través de redes 3G.

‘En cantidad total de suscripciones, el país creció un 6,9% respecto al segundo trimestre de 2011, y un 46% respecto al mismo período de 2010’, indica el reporte y añade que quienes accedieron a velocidades menores, totalizan 1,3 millones de clientes.

VIVE DIGITAL CRECIÓ MÁS

Pero en *Banda Ancha Vive Digital* se creció más: un 12,8% respecto al trimestre anterior, con un comportamiento positivo hacia plan, y un 63,4% respecto al último trimestre de 2010. Con eso, las demás conexiones de menor capacidad subieron respecto a 2010 pero bajaron un 9,5% (137.000 menos) respecto al trimestre anterior, con lo que se ven los efectos del plan de hacer que la gente acceda a un mayor ancho de banda.

La composición de las suscripciones al plan *Vive Digital* se conforman en un 63,9% a banda ancha y en un 36,1% a Internet móvil 3G. De las demás conexiones de menor capacidad que todavía se dan en la población, un 78,5% es de movilidad 2G, lo que marca el camino a crecer.

Otro dato importante es cómo el plan incrementa la penetración de la banda ancha en general. Al cabo del tercer trimestre de 2011, la penetración alcanzó al 10%, con un punto de crecimiento porcentual respecto al segundo trimestre del mismo año. Todavía es mucho lo que se puede crecer en este campo para aumentar la conectividad.

TELEFONÍA E INTERNET MÓVIL

En el mismo período de tiempo, Colombia alcanzó casi 47,8 millones de clientes de telefonía móvil, con un crecimiento del 3% con respecto al segundo trimestre de 2011. Llegó así a tener 103,7 abonados por cada 100 habitantes, más de una línea por persona.

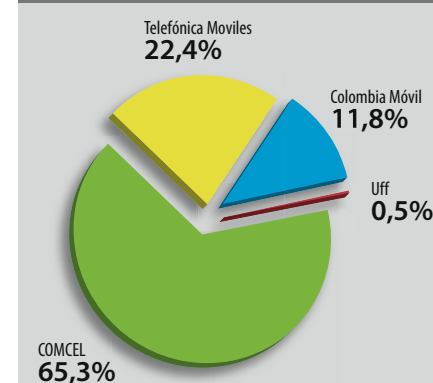


Diego Molano

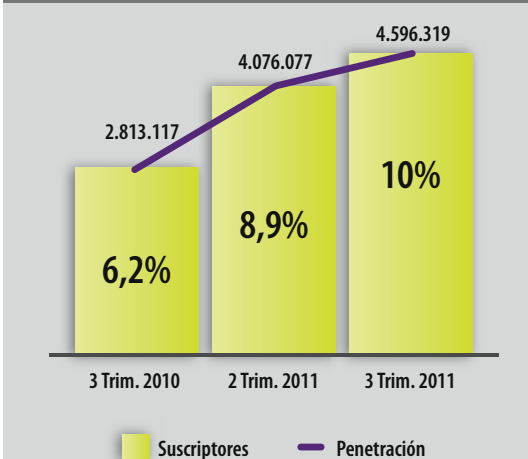
Comcel es el principal operador del mercado con 65,3%, seguido por **Telefónica Móviles** con 22,4%, **Colombia Móvil** con 11,8% y el operador virtual **Uff Móvil** con 0,44%. El post-pago continuó creciendo aunque su porción de mercado es minoritaria, de 17,1% del total frente a 82,9% del prepago que cayó igualmente un 1%.

El crecimiento de Internet móvil fue de un 81,3% del tercer trimestre de 2010 al de 2011, movilizándolo el crecimiento de las conexiones a banda ancha en general, y en el último trimestre un 8,3%, superior al que tuvo el fijo.

MARKET SHARE DE TELEFONÍA MÓVIL, POR COMPAÑÍAS (3T 2011)



EVOLUCIÓN DE SUSCRITORES Y PENETRACIÓN DE BANDA ANCHA VIVE DIGITAL (3T 2011)



Fuente: Proyección de población 2010-2011 DANE y datos aportados por proveedores de redes y servicios SIUST

SERIES MOVIES KIDS CONCERTS



NEON™ es el primer servicio multiplataforma de VOD por suscripción en América Latina.

NEON™ te abre las puertas a una nueva era de entretenimiento con acceso inmediato e ilimitado a la mejor y más variada programación, incluyendo las mejores series por temporada, las películas más exitosas de Hollywood, programas infantiles, deportes extremos, conciertos y más... todo con un precio fijo mensual.

- Más de 3,500 títulos 24/7
- Siempre algo nuevo para toda la familia
- En HD, Audio Dolby 5.1, subtítulo y doblado

NEON™...práctico, rentable, seguro y flexible.

Disponible en múltiples plataformas, incluyendo TV Paga, Internet, OTT y Móviles.

¡Realza tus servicios y fortalece tu negocio!

VIVE LA ERA DE NEON™

myneon.tv

Powered by
OLA

CRC: 'CAMBIA EL MODELO INSTITUCIONAL PERO NO LAS NORMAS'

EL REGULADOR FRENTE A LOS NUEVOS DESAFÍOS DE LA INDUSTRIA



Carlos Andrés Rebellón Villán,
director Ejecutivo de la CRC

Elegido en diciembre de 2011 como nuevo director de la Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia (CRC), Carlos Andrés Rebellón Villán, describió a Prensario que 2012 será un año de transición en la industria colombiana, a partir de las nuevas tareas que le asigna al ente la nueva ley de TV N° 1507.

‘Lo que cambia es el modelo institucional, pero no las normas. Hay un reparto de las funciones: por un lado la ANE con las licencias y otorgamientos de espectros; por otro la ANTV para el financiamiento de la TV pública y los contenidos; y finalmente nosotros, que tendremos como objetivo regular el mercado en relación a los usuarios, calidad de servicio, competencia e interconexión, entre otros temas’, remarcó Carlos Andrés Rebellón Villán, director de la CRC de Colombia.

‘2012 es el año que los colombianos pasaremos de estar acostumbrados a una super comisión (CNTV), que regulaba, hablaba de competencia y se expedía sobre los usuarios, a un modelo más parecido al de los países europeos, donde por un lado se financia al broadcaster público y se promueve la producción de contenidos, y por otro se regula. La Ley TIC de 2009 incluye desde ahora a la TV como industria’, agregó.

El director señaló que la CRC tendrá más incidencia en la TV de paga que en la abierta: ‘Si bien en el último tiempo vimos una formalización del mercado de TV por suscripción, algunos informes recientes de la CNTV indican que tiene problemas estructurales que refieren a

la informalidad y al fraude. Nosotros vemos que es un mercado de tarifas distorsionadas que son producto, tal vez, a su propia informalidad. Es un reto analizarlo y darle un remedio adecuado para que sane y comience a crecer en número de usuarios’.

En relación a los operadores comerciales, sobre los que pesa una auditoría de la CNTV por el subreporte, Rebellón Villán indicó: ‘Debemos definir primero si eso es así. Desde esta posición, y no habiendo tomado las riendas aún, no es apropiado dar un dictamen sin datos concretos. Si vemos una distorsión cuando el servicio de TV se empaqueta con telefonía y banda ancha’.

‘Según estudios de diversas fuentes, el 70% de la población es atendida por un telco y un cablero a la vez, lo que daría a entender de que es un mercado donde la competencia está bien distribuida. Lo cierto es que quien quiera montar un red de datos puede hacerlo: Por ejemplo, una empresa, como DirecTV, que busca hacerlo, no creo que tenga inconvenientes’, dijo.

En relación a los comunitarios dijo: ‘Hoy no son sujetos de regulación, pero estoy seguro que será uno de los grandes temas jurídicos del año y muy controversial. Entendemos que hay informalidad en este mercado también, y abogaremos por solucionarlo’, comentó y añadió sobre el polémico tema de penetración: ‘Hay tres cifras: la de IPSOS, con 76%, la del DANE, más conservadora, con un 50%, y la de la CNTV, que indica un 35%, aproximadamente’.

En cuanto a la fuerte presencia telco en el negocio de la TV, el director destacó que no en muchos mercados latinos sucede de ese modo. ‘El modo de expansión de las empresas de telecomunicaciones comienza al adquirir un operador pequeño, como sucedió en octubre con ETB que compró a Ingelcom en Cúcuta, al nororiente del país’, resaltó.

SEGUIR EL MODELO DE LA BANDA ANCHA

Rebellón Villán destacó que el mercado de Banda Ancha (sólo conexiones a partir de 1 mega), estimado en 4,5 millones de usuarios (sumando las cuentas 3G) está ‘muy bien repartido’ con cuatro grandes players como Une-EPM,

Telmex, Telefónica y ETB, que concentran el 80% del mercado, pero no se sacan ventajas sustanciales entre ellos.

‘Por regiones, en Medellín, Une tiene más del 90% del mercado, pero en Bogotá Telmex y ETB suma más del 50%, mientras que hay mercados donde Telefónica tiene el 90%’, comentó. En Internet móvil, es más notoria la distancia de Telefónica, que tiene más del 50% de los accesos, seguida por Tigo y Comcel, que se reparten el resto.

‘Las metas del Gobierno es sumar entre accesos de Banda Ancha y 3G 8,8 millones de abonados en 2014. Estamos a la mitad de esa meta, por lo que estamos bien posicionados para lo que viene’. Finalmente, indicó que en Colombia hay 47 millones de clientes de telefonía móvil (103% de penetración) y 7 millones de líneas fijas, que mostró un descenso de 1 millón de líneas entre 2008 y 2011.

‘Hay desafíos como el 4G, con empresas como Une que ya tiene una licencia, y ahora esperan tenerla DirecTV y ETB. Vemos que los operadores quieren sumar servicios en mercados donde no tienen espectro, y eso planteará un buen escenario de competencia’, completó

DESAFÍOS DE LA CRC

‘En primer lugar debemos ver los puntos flojos en los mercados de banda ancha, TV de paga y telefonía, y determinar cuáles son sus problemas. Hay que establecer un diálogo franco con la industria y plantear soluciones. Debemos trabajar en el régimen convergente de usuarios y analizar en qué segmentos se necesitan más inversiones’, comentó Rebellón Villán.

Sobre la industria de TV de paga dijo que debe empezar a acostumbrarse a tratar con un regulador telco. ‘Tiene haber un cambio de chip en ese sentido. Hay que resolver rápidamente los problemas y facilitar el crecimiento y expansión de la base de abonados’.

‘Si se observan los principales mercados TIC, como Canadá, Estados Unidos, Australia y Francia, más del 20% del revenue proviene de los servicios audiovisuales, mientras que en Colombia es sólo del 5%. Hay mucho camino por recorrer y, sobre todos, muy buenas oportunidades de negocio’, finalizó Rebellón Villán.



Turistas perdidos

TM & © 2012 truTV. Una Compañía de Time Warner. Todos los derechos reservados.

Ver un detalle cambia la historia.

truTV HD
GENTE REAL.
EXPERIENCIAS EXTRAORDINARIAS.™

ARGENTINA / BOLIVIA / CHILE / PARAGUAY / URUGUAY

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

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / PAÍSES ANDINOS / CARIBE

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

BRASIL

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

CNTV: 'LA CONVERGENCIA TECNOLÓGICA MERECE UNA CONVERGENCIA INSTITUCIONAL'



Jaime Andrés Estrada

PRENSARIO dialogó con el comisionado y representante del presidente de la República en la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), Jaime Andrés Estrada, a dos días de que el presidente de Colombia, Juan Manuel Santos, sancionara la nueva Ley de Televisión N° 1507, modificando la Ley 182 de 1995 que había creado la CNTV.

El comisionado, en funciones desde julio de 2011, resaltó que la nueva ley distribuye las antiguas competencias de la CNTV en tres organismos principales: la **Agencia Nacional del Espectro** (ANE), que se encargará de manejar el espectro electromagnético, la **Comisión de Regulación de las Comunicaciones** (CRC), que hará lo propio con la regulación, y la **Autoridad Nacional de Televisión** (ANTV) que tendrá tres funciones específicas: 1) concesiones; 2) vigilancia de contenidos; 3) fomento a la TV Pública.

El nuevo actor que administrará el mercado de las telecomunicaciones y la televisión será el **Ministerio de Tecnología de Informaciones y de las Comunicaciones** (MINTIC), dirigido por **Diego Molano Vega**, quien a su vez integrará la Junta Nacional de Televisión, la cual conformará la futura ANTV.

Virtualmente, la CNTV deja de existir con la sanción de esta Ley, aunque el comisionado

Jaime Andrés Estrada, director de la CNTV y representante del presidente, **Juan Manuel Santos**, aclaró a PRENSARIO: 'Este organismo sigue teniendo potestad en los temas clave, ya que la normativa contempla un espacio de tres meses para que se conforme la Junta Nacional de Televisión'.

'Una vez culminado este proceso, comienza la liquidación y transferencia de competencias de la CNTV a la ANTV, la cual será toda de una vez, no progresivamente', agregó. La Junta estará integrada por el ministro Molano Vega, un representante designado por el Presidente; uno de los gobernadores del país; uno de las universidades públicas y privadas reconocidas por el Ministerio de Educación con programas de Maestría, y uno de la sociedad civil. Todos los miembros, a excepción del Ministro, deberán cumplir con los requisitos y calidades que se exigen para ser miembro de la **Junta Nacional de Televisión**.

EL LEGADO DE LA CNTV

'Ha sido una Comisión muy polémica: ser regulador de la TV, industria donde hay muchos actores, a la vez poderosos pero también queridos por el público, es estar todo el tiempo en el ojo de la tormenta. Creemos que ha cumplido un rol en al menos dos aspectos centrales: entregar las concesiones a los canales privados de TV y haber aportado a la evolución y crecimiento de la TV de paga', resaltó Estrada.

Consultado sobre la responsabilidad del organismo en la evolución de esta industria, el comisionado dijo: 'Nunca fuimos intervencionistas, dejamos que el mercado se desarrolle normalmente; nunca pusimos restricciones a la pauta publicitaria en TV de paga (esto tuvo una incidencia importante en el crecimiento); y apoyamos las integraciones de las compañías'.

Confirmó que hay 44 empresas ofreciendo TV de paga comercial, aunque comentó que sólo 4 operadores se concentran por encima del 90% del mercado (algo más de 3,2 millones): **Telmex** (1,8 millones), **Une-EPM** (1,02 millones), **DirecTV** (418.000) y **Telefónica** (242.000), según datos a noviembre pasado. 'Es un mercado concentrado, aunque está bien equilibrado con jugadores operando nacional y localmente', añadió Estrada.

Tema siempre polémico del mercado colombiano, la penetración indicada por el **Departamento Administrativo Nacional de Estadística** (DANE)

es del 76% (lo que indica más de 7,5 millones de suscriptores), aunque si se compara con los datos que distribuye la CNTV, se contempla una diferencia importante: 3,8 millones de abonados (a noviembre) que estiman una penetración del 31%, aproximadamente.

Lo que las cifras no contemplan son los abonados de los sistemas comunitarios y los llamados parabólicos, evaluados en 2 millones más, según Estrada. Eso daría un total de 5,5 millones, siguiendo los números del comisionado. Sin embargo, la distancia sigue siendo considerable.

'Creemos que hay un subreporte, tanto del lado de los operadores comerciales como de los comunitarios. El subreporte es grave en la medida que significa que por menos suscriptores pagan menos contribuciones y se deja de aportar al fondo de financiamiento de la TV pública (un 60% del fondo, 60 millones de dólares se destinan a RTVC y los canales regionales)'

Estrada destacó que la CNTV ya inició dos auditorías en ambos segmentos del negocio para controlar si hay subreporte y 'sincerar el mercado'. Y agregó: 'Las comenzamos nosotros, pero las terminará la ANTV, cuando hagamos el traspaso de funciones'.

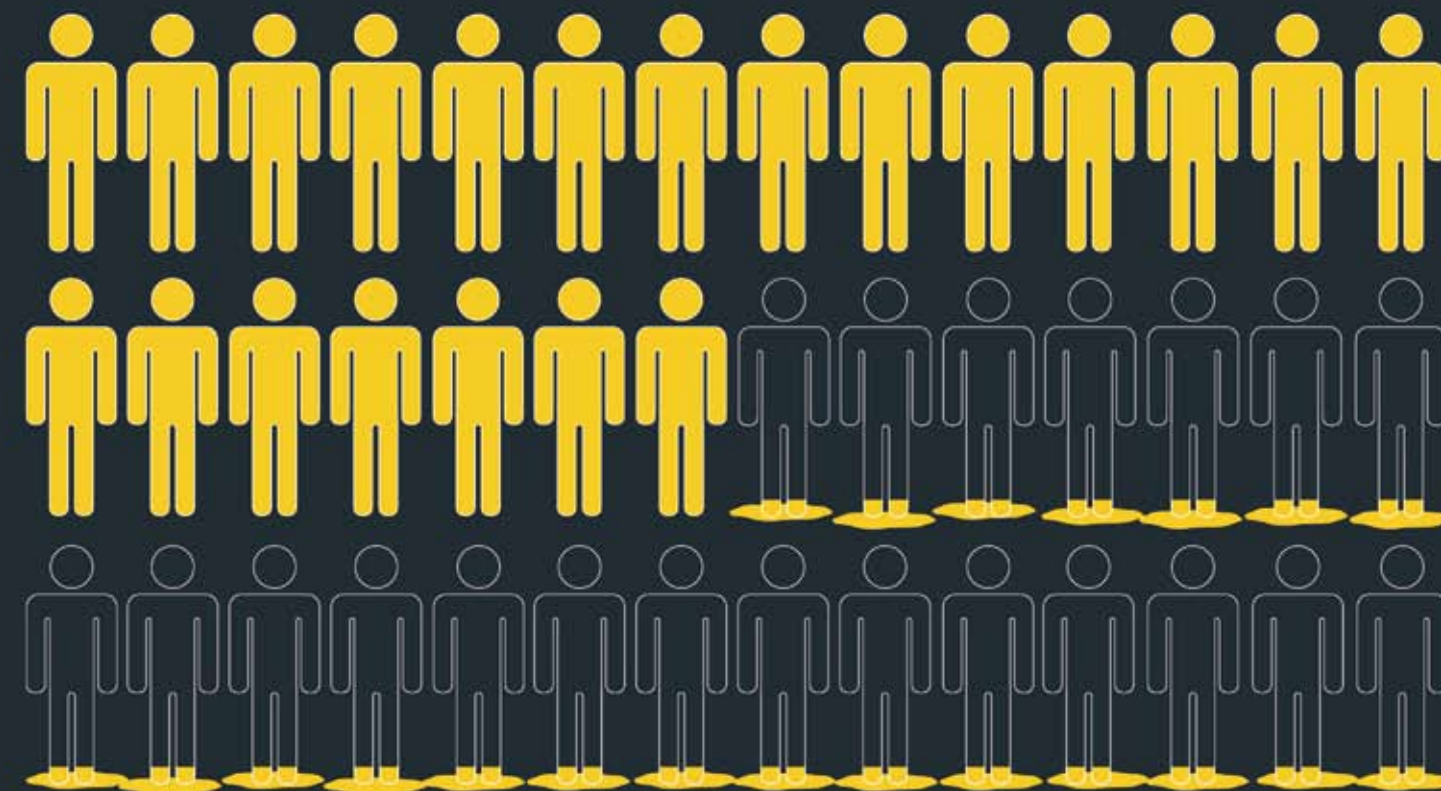
TV DIGITAL

Estrada indicó que las señales digitales de los canales privados ya cubren el 25% del territorio en las ciudades de Bogotá, Medellín y próximamente entran en operación Cali y Barranquilla. 'Actualizamos el estándar a DVB-T2, siguiendo a Italia, el Reino Unido y otros países europeos. Permite mayor número de servicios de TV, principalmente en HD y 3D, con mejor calidad, más contenidos y servicios interactivos, a la vez que da la posibilidad de integrarlos con otros servicios de telecomunicaciones', describe.

Radio Televisión de Colombia (RTVC) inició la licitación para adquirir los equipos



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



WWW.COMEDYCENRAL.LA

Manuel Reveiz / Gerente de Ventas, Distribución / (571) 646-7334 ext. 2221 / manuel.reveiz@vimn.com
Andrés Sánchez / Ejecutivo de Cuentas, Distribución / (571) 646-7334 ext. 2257 / andres.sanchez@vimn.com
Viacom International Media Networks
Calle 100 No. 8A-37, Torre A, Piso 5, Of. 505, Bogota, Colombia / Fax 571.621.1565

COMEDY CENTRAL

CNTV: 'LA CONVERGENCIA TECNOLÓGICA MERECE UNA CONVERGENCIA INSTITUCIONAL'

para digitalizarse al 50% a finales de 2012. 'Los privados sumarán otras dos ciudades para alcanzar también el 50%. El apagón analógico está estipulado para 2019'.

TERCER CANAL

Tal vez no hubo a lo largo de la historia de la CNTV otro tema más candente y polémico como la licitación de la tercera red nacional privada de televisión. El proceso está estancado desde junio de 2010, cuando la CNTV, suspendió la licitación, a la espera del fallo del Consejo de Estado.

'El proceso sigue en esa instancia, estamos a la espera de que se exprese el máximo tribunal. Hay dos posibilidades: la primera que diga que no se puede realizar la subasta con un solo proponente y deba iniciarse nuevamente el proceso; y la segunda que siga que sí es viable y entonces se continué con la audiencia del proceso en que sólo se presentó el **Grupo Planeta** de España, único proponente que quedó en pie, tras la salida del **Inversiones Rendiles/Grupo Cisneros** y **Promotora Audiovisual de Colombia/Prisa**,

explica Estrada.

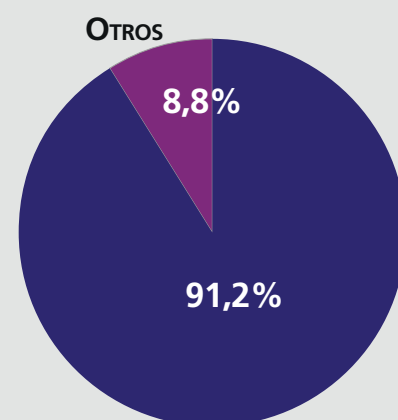
'La posición del gobierno es que haya una mayor oferta televisiva, adelantó el comisionado y completó: 'Según los estudios de la CNTV, el mercado colombiano soportaría un tercer jugador'. El mercado publicitario de televisión es, según fuentes locales, de 500 millones de dólares.

TRANSICIÓN EN 2012

A modo de balance, Estrada resumió: 'Lo cierto es que con o sin CNTV, hay una serie de temas de los que el país debe ocuparse. En primer lugar de prioridad está completar la transición del sistema analógico a digital; el segundo es la universalización del servicio; y el tercero el fomento a la TV pública'.

Sobre el segundo y tercero, finalizó: 'Hay en Colombia 200 municipios que no reciben señal radiodifundida, es menester de los futuros organismos hacerles llegar contenidos televisivos.

MARKET SHARE POR COMPAÑÍAS (2011)



TELMEX, UNE-EPM, DIRECTV Y TELEFÓNICA

Fuente: CNTV

Hoy, RTVC tiene 3 canales nacionales públicos y tenemos 8 Canales Regionales, que preservan la identidad y cultura colombiana. Es imperante continuar financiando su programación con contenidos locales'.



SOMOS UN SOCIO ESTRATÉGICO
PARA PROGRAMADORES Y OPERADORES DE LA
INDUSTRIA DE TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN
EN AMÉRICA LATINA, EL CARIBE Y ESPAÑA.



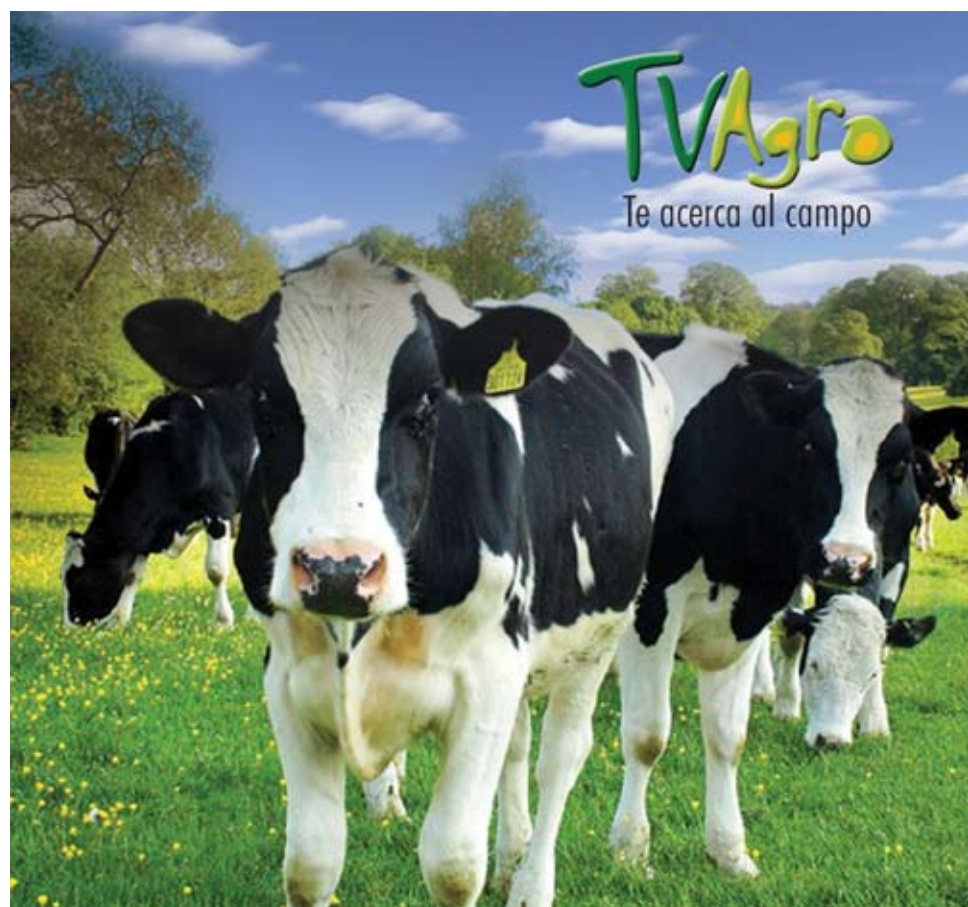
REPRESENTAMOS, DISTRIBUIMOS Y COMERCIALIZAMOS

14 SEÑALES INTERNACIONALES EN 25 PAÍSES, LLEGANDO A MÁS DE 20 MILLONES DE HOGARES.

16 AÑOS GENERANDO VALOR A NUESTROS CLIENTES.



MATILDE BOSHELL mboshell@mbanetworks.tv / CARLOS BOSHELL cboshell@mbanetworks.tv / T. [571] 642 00 79 / www.mbanetworks.tv



GLOBAL MEDIA TELECOMUNICACIONES

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

CABLE
NOTICIAS

Tele
Nostalgia

TVAgro

Rumba
tv

TV

Ventas:

Piedad Martínez

Tel (574) 448 25 00

Cel (57) 314 862 0814

pmartinez@globalmedia1.tv

www.globalmedia1.tv

ANDINA LINK 2012:

COLOMBIA MUESTRA SU EVOLUCIÓN EN CARTAGENA DE INDIAS

Andina
Link'2012

Con muy buenas expectativas se desarrolla del 28 de febrero al 1 de marzo la décimo novena edición de Andina Link Colombia, como es ya tradicional en Cartagena de Indias.

El año pasado el evento organizado por **Luz Marina Arango** logró un buen equilibrio entre el fuerte participación del gobierno colombiano y la llegada de empresas de la convergencia para el foro **FICA 2012**, con el recupero de la histórica presencia de los operadores de TV paga en Colombia, tras los años en que la gremial **TVPC** quiso separarse. Eso junto a la fuerte apuesta por la capacitación para pequeños operadores que siempre es reconocido en Andina Link.

Este año se espera un avance en todos estos aspectos, en sintonía con los cambios que detallamos en el informe central sobre Colombia que obliga a los operadores, medianos, pequeños y comunitarios, a moverse también.

EL MINISTRO MINTIC EN LA INAUGURACIÓN

Vuelve a ser fuerte la apuesta del gobierno destacando nuevamente el *Plan Vive Digital*, que defenderá en la inauguración el máximo representante del **Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones** (MINTIC), **Diego Molano Vega** —ver reportaje en esta edición— y los cambios regulatorios que implican la desintegración de la CNTV, cuyas competencias se dividirán en otros organismos, bajo la coordinación de MINTIC.

Las conferencias volverán ser menos ampulosas que años atrás cuando se tenía la participación activa de **AHCIET**, pero tiene la ventaja que no van en paralelo con la expo comercial y coinciden con un regreso del evento a sus fuentes. El foco del **FICA** —ver agenda en la página siguiente— están en el achicamiento de la brecha digital, el rol de los operadores

en la convergencia y la banda ancha.

Los seminarios de capacitación también profundizan, a través de las clases de los Ing. **Juan García Bish** y **Tomás Delgado**, en las nuevas posibilidades digitales para los operadores pequeños y medianos.



Luz Marina Arango y Maria Carolina Hoyos Turbay

PRESENCIA INTERNACIONAL

Se espera una fuerte presencia de operadores de la región Andina (Perú, Ecuador y Venezuela) y Centroamérica, ratificando el carácter internacional de Andina Link como un evento que pocos se quieren perder. De esos países son siempre activas las asociaciones independientes, que han tejido sus alianzas en los últimos años y quieren avanzar a la sombra de los MSOs ahora que las nuevas tecnologías lo permiten.

EFERVESCENCIA LOCAL

Pero además, se verá nuevamente un gran protagonismo de los operadores locales. Los ejecutivos de Telmex y Une serán los más buscados en toda la feria o en las citas en el Hotel Santa Clara, que siempre tiene su propia movida. Ambos están creciendo en los servicios más avanzados, y en particular Une que está lanzando en el primer semestre del año sus servicios 4G LTE y además es el principal operador de IPTV de Latinoamérica con algo más de 140.000 suscriptores.

Será interesante ver que harán los antiguos líderes del mercado colombiano, que volvieron al ruedo en el último tiempo comprando sistemas incipientes

y formando la nueva asociación ASOTIC para agrupar cerca de 20 empresas medianas pero con *expertise* de crecimiento lideradas por **Nixon Forero**. Si bien la idea no era ir en contra de TVPC, si aglutinar medianos y pequeños para tratar temas que no interesan ni a **Telmex** ni a **Une**, líderes del gremio. También siguen buscando alianzas con los operadores comunitarios, a los que querían convertir en 'desarrollistas' de nuevos MSOs como **Cable Bello**, comprado dos años atrás por **José Antonio Ocampo**. Hasta ahora los comunitarios se vienen negando, alegando que cambiaría su razón de ser, pero hay que ver que pasa en el futuro cercano.

Paralelamente **Juan Gonzalo Ángel**, **José Luis Pereyra** y **Jorge Figueroa** siguen apuntando a ser protagonistas con **Cablevista** más allá de su productora **Global Media**; y **Henry**



Carlos Gómez y David Londoño de Telmex con Matilde de Boshell y Alejandro Bernal, de Caracol TV Internacional

ESPN3

3.0

DEPORTES DE ACCIÓN

SERIES & DOCUMENTALES

SERIES

LO MEJOR, RESUMIDO

COMPACT

EVENTOS EN VIVO

NOW

BLOQUES

DONDE QUIERAS, CUANDO QUIERAS **ESPN3**

ANDINA LINK 2012: COLOMBIAN MARKET DISPLAYS EVOLUTION

The 19th edition of Andina Link opens this year on February 28-March 1st at its traditional site, the Cartagena de Indias Convention Center, to high hopes among exhibitors and visitors,

In 2011, show CEO Luz Marina Arango obtained a successful balance between a good chance to meet the Colombian television authorities and attending convergence conference FICA, in addition to the return of the local commercial cable

operators, who had been absent in earlier years.

This time, the show will be attended by the Information and Communication Technologies Minister, conferences on convergence and workshops aimed at the cable operators covering technical aspects of the business.

A significant number of operators from the Andean region (Peru, Ecuador and Venezuela) and from Central America is also expected to

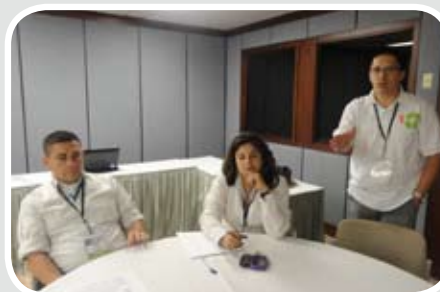
arrive. The independent operator associations from these nations are particularly active at the show and aim to close the technical gap between them, the largest MSO's and the telcos.

The local cable operators and the "community systems", which recently obtained the rights to the local Soccer League, are expected to add excitement to a venue that has been successful in evolving along with the industry.

ANDINA LINK 2012: COLOMBIA MUESTRA SU EVOLUCIÓN EN CARTAGENA DE INDIAS



Une-EPM y TyC Sports: Claudina Penagos, Hernán Chiofallo, Alexandra Villegas y Juan Toth



Álvaro Gómez y Lorena Angarita, de la Red Comunitaria de Santander, y Nixon Forero, de Asotic, en 2011

Reyes, ex Cable Centro, destaca su productora Max Media pero también compró a HV Televisión de Soacha, promotor de sistema de más de 30.000 suscriptores.

MAYOR ACTIVIDAD COMUNITARIA

Volverá a haber también gran actividad de la televisión comunitaria, con protagonismo de ComuTV de Sergio Restrepo, que consiguió los derechos del fútbol colombiano junto a DirecTV, y la Red Santander, que celebrará su asamblea en Andina Link.

FICA 2012 - FORO INTERNACIONAL DE LA CONVERGENCIA, LOS CONTENIDOS Y LOS NUEVOS NEGOCIOS

Martes 28 de Febrero

10:00 am - 1:00 pm

EJE TEMÁTICO 1: REGULACIÓN

CASOS EXITOSOS EN DISMINUCIÓN DE LA BRECHA DIGITAL

Cerrar la brecha digital no sólo es cuestión de tecnología, sino de política. Conozca los proyectos que se están desarrollando a nivel de gobierno para cerrar la brecha digital en los países Latinoamericanos.

Las políticas de desarrollo de la banda ancha son comprensivas y abordan el tema desde la perspectiva de una herramienta de desarrollo humano. Cómo hacer llegar la conectividad a los ciudadanos en cada rincón, de modo que cuenten con herramientas y tecnologías de comunicación, siempre considerando a las telecomunicaciones como un motor de desarrollo para las naciones?

Keynote Speaker: Avances Plan Vive Digital Presentada por Sr. Ministro Diego Molano

Moderador: Fernando Devis Morales
Coordinador Académico ANDINA LINK.

Panelistas - Maria Carolina Hoyos Turbay Vice-ministra TIC
- Santiago Amador, Director de Apropiación de TIC.

2:30 pm - 6:00 pm

EJE TEMÁTICO 2: TECNOLOGÍA

NUÉVAS TENDENCIAS EN LA CONVERGENCIA

El importante desempeño del cable operador en este mundo cambiante de nuevas tecnologías.

En el mundo de las telecomunicaciones donde aparentemente todo es posible y en el que día a día entran nuevos actores ¿puede la industria de la banda ancha continuar ofreciendo un fuerte paquete de servicios y valor a los usuarios? Expertos conferencistas discutirán los desafíos actuales y las posibilidades que les presenta el futuro

Keynote Speaker: Experto Internacional de Cosmopole - Tom Anderson

Moderador: Fernando Devis Morales
Coordinador Académico ANDINA LINK.

Panelistas - Gabriel Felipe Bonilla - Gerente de Ventas IP - TVC
- Allison Cerra - Alcatel
- Mario Mastriani - Director de Laboratorio de Señales UBA

- Intervención MINTIC Colombia

Management Approach Over The Top, el Verdadero VoD
Ing. Gabriel Felipe Bonilla TVC Latin America

Sinopsis:

Durante mucho tiempo la TV ha sido un servicio tradicional que se ha limitado a retransmitir el contenido de los "broadcasters", mas algunos valores agregados como PPV y VOD. Actualmente con el crecimiento de ancho de banda disponible para los usuarios, han nacido múltiples servicios y dentro de ellos OTT, que permite a los usuarios ver video cuando lo quieren y en el dispositivo en el que lo quieren.

La charla esta diseñada para la explicación generalizada y los requerimientos de un sistema OTT y las implicaciones para el operador y para los usuarios.

Presentador:
Gabriel Felipe Bonilla, IP Sales Manager CALA, TVC.

Ingeniero Electrónico, Pontificia Universidad Javeriana - Bogotá. MBA Universidad Nacional de Colombia. Country Manager CLA direct Colombia 1999 - 2008, IP Sales Manager TVC, 2008- 2012. Desde 1994 ha participado activamente y desarrollado proyectos en seguridad, interconectividad y acceso. Desarrollo el área comercial y de soporte técnico, permitiendo a CLAdirect Colombia participar en proyectos de gran envergadura en ETB, EPM, Telecom. En 2008 ingresa a TVC a formar parte del equipo de ventas de IP de Latinoamérica, dese entonces a desarrollado proyectos de integración en America Movil, Telmex, Millicom, Liberty Cable, CableTica, Cable and Wireless, etc...

Miércoles 29 de Febrero

9:00 am - 1:30 pm

EJE TEMÁTICO 3: NEGOCIOS

La Banda Ancha; actor importante en el desarrollo económico.

Las empresas e instituciones cambian su tradicional forma de trabajar por medio de las comunicaciones en red, salud y educación son un ejemplo. Las conexiones de alta velocidad influyen directamente en la productividad económica y la rentabilidad de las empresas. Expertos analizarán el rol de la banda ancha en el empoderamiento de nuevas posibilidades en el comercio, la banca, la educación, servicios públicos y gobierno entre otros.

Keynote Speaker: Maximiliano Vaccaro, Director

de Medios Digitales para Discovery Networks Latin America/US Hispanic.

Moderador: Fernando Devis Morales - Coordinador Académico ANDINA LINK.

Management Approach: Analizando la vía del retorno

Ponente: Ing. Jim Carvajal JDSU

Una revisión de los problemas afectando servicios en el retorno, como identificarlos y sus causas comunes. Examinar cómo mejorar el rendimiento de la vía del retorno.

Jim Carvajal ha sido un ingeniero de aplicaciones y de campo para JDSU (Acterna, WWG, Cheetah) desde 1999. Sus responsabilidades han sido el diseño, instalación, optimización y capacitación de sistemas de pruebas y medición, monitoreo de estado, y análisis de retorno para proveedores en Norte América, América Latina y Europa.

Jueves 1° de Marzo

9:00 am - 1:30 pm

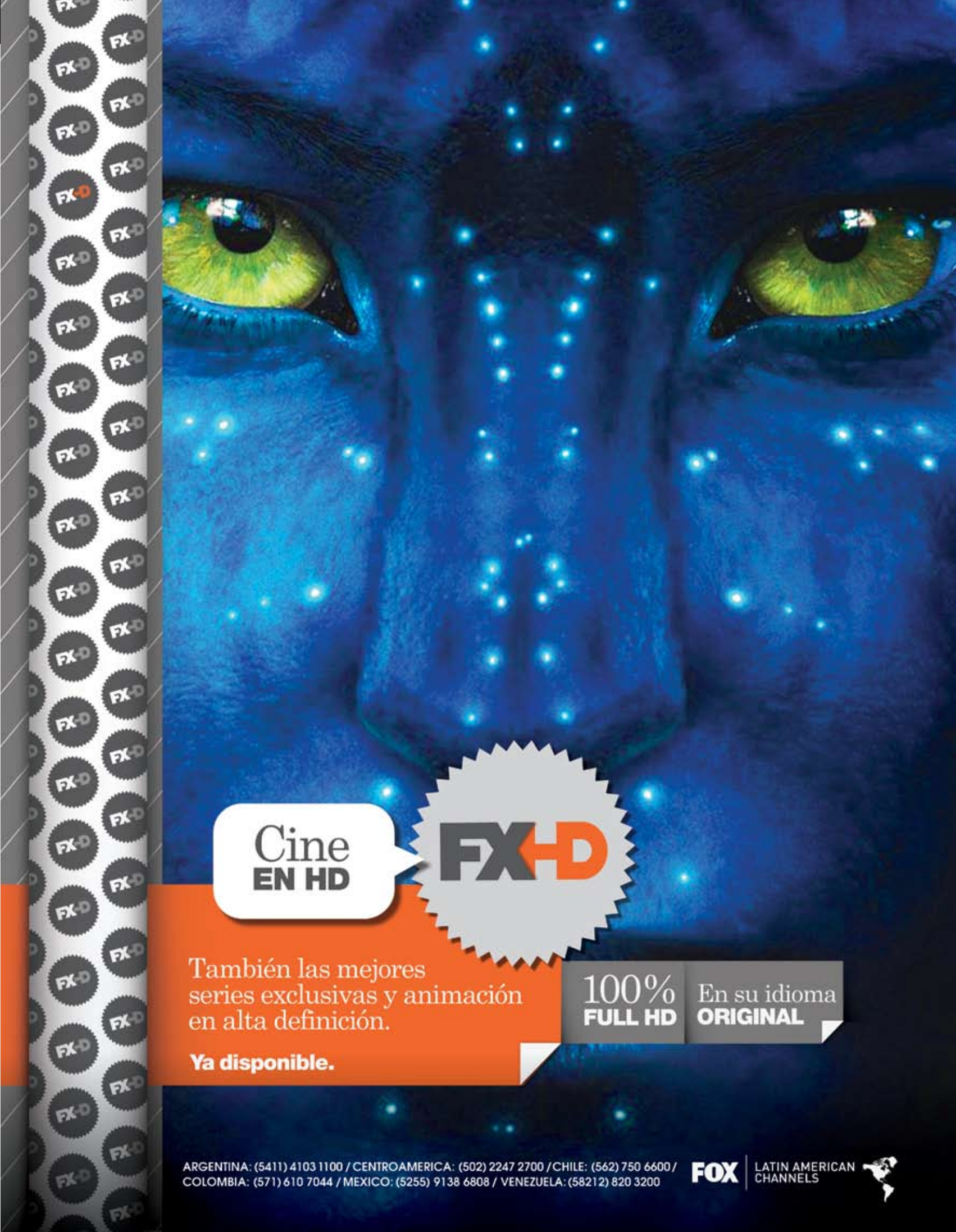
EJE TEMÁTICO 4: MARKETING

MODELOS DE NEGOCIOS EXITOSOS EN LA CONVERGENCIA

La era de la convergencia con potentes plataformas y dispositivos innovadores, transforma el estilo de vida del usuario. La Banda Ancha debe evolucionar para satisfacer las demandas cada vez más exigentes de los consumidores.

1. Las aplicaciones inteligentes de los mejores desarrolladores están logrando que el usuario desde su televisión vaya de compras, pague sus facturas, planee viajes y se eduque de una forma interactiva. ¿Como enfrentaran los operadores este desafío para no seguir siendo solo televisión y películas, como por ejemplo ofrecer la domótica, seguridad y todo el universo de la conectividad? ¿Cómo integrar la tecnología inalámbrica en un mundo donde los usuarios desean contenido en cualquier lugar, momento y por medio de cualquier dispositivo? ¿Cuáles son los desafíos técnicos, de reglamentaciones y de consumo en el mercado que tiene que afrontar el operador en esta nueva generación? Oiga el testimonio de expertos que le orientaran de cuál es la ventaja competitiva de los sistemas de banda ancha para mantenerse a la vanguardia haciendo frente a las demás tecnologías.

Moderador: Fernando Devis Morales - Coordinador Académico ANDINA LINK.





TELMEX: GRANDES INVERSIONES EN DIGITALIZACIÓN

TELMEX TV ONLINE, MÁS FÚTBOL Y NUEVO CANAL FEMENINO

‘Telmex se diferencia de otras compañías porque está trabajando constantemente por la satisfacción del cliente, brindándoles la mejor experiencia en servicio, tecnología y calidad. La Televisión Digital cuenta con la más completa oferta de entretenimiento, incluyendo paquetes que se ajustan a la capacidad de compra, preferencias y necesidades de cada usuario’.

David Londoño, director de Mercadeo y Contenido de **Telmex Colombia**, describió a PRENSARIO el diferencial del principal operador de TV de paga del país, con algo más de 1,8 millones de abonados, y añadió: ‘Unido a la creciente convergencia de plataformas de

de entretenimiento sin límites, las 24 horas y los 7 días de la semana a un bajo costo’, subrayó Londoño.

EL MEJOR CINE ONLINE

El ejecutivo dijo que Colombia apropia con ‘entusiasmo’ los últimos avances tecnológicos, por ello la compañía promueve *Telmex TV Online*, la primera herramienta disponible en el país para acceder a una oferta de entretenimiento, incluyendo estrenos de películas y series, ‘con la mejor definición y la facilidad de pago a través la factura de Telmex’.

‘El servicio se presta por Internet, a través de la poderosa red de fibra óptica de Telmex, la cual brinda altas velocidades a precios de bajas velocidades y permite que el contenido pueda ser visto con una excelente calidad y desempeño’, remarcó.



tecnología, hemos desarrollado en el último año importantes inversiones para digitalizar nuestra red a nivel nacional, lo que significa que en más ciudades los clientes podrán contar con una señal de alta definición y sonido’.

‘Al adquirir nuestro servicio de TV digital, los suscriptores reciben beneficios adicionales como la guía interactiva, mosaico de canales, control familiar, canales premium y de audio, alquiler de películas, además de los 25 canales en HD con los que cuenta actualmente’.

‘Trabajamos para darles a los colombianos experiencias memorables, a través de nuestros servicios y las últimas tendencias en tecnología a nivel mundial. Con la televisión digital, los televidentes no sólo reciben la mejor señal, sino que además pueden obtener, a través de la videotienda virtual (VOD), el mejor contenido con lo más altos estándares de calidad. Adicionalmente, contamos con la funcionalidad PPV brindando nuevas formas

FÚTBOL PARA TODOS

Otro gran diferencial de Telmex para este año es que sus abonados tendrán 30% más de fútbol, accediendo a lo mejor de las ligas internacionales. ‘Tendremos una cobertura del torneo local con análisis diarios de las hinchadas y de los acontecimientos del fútbol nacional a través de nuestro canal especializado en deportes **Versus**’, dijo Londoño.

‘Siempre estamos pendiente de los colombianos en el exterior, por lo que seguirá de cerca las actividades de 240 jugadores que actúan en diferentes ligas alrededor del mundo. Desde el paquete digital más básico, contamos con canales deportivos como **ESPN**, **ESPN+**, **Fox Sports**, **Fox Sports+**, **Speed**, **TyC Sports** y **Go!TV**, el cual ingresó recientemente a nuestra parrilla, adicionalmente cuenta con 2 canales en alta definición como **ESPN HD** y **Fox Sports HD**’.



DÍA TV, ÚNICO CANAL PARA LA MUJER

Por último, el 14 de febrero el operador lanzó el nuevo canal **Día TV** orientado a la mujer moderna, activa, urbana y divertida. ‘Busca ofrecer una alternativa a la televisión colombiana y latinoamericana, de gran calidad de contenido y tecnología con una oferta regional para Colombia, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, República Dominicana, Ecuador, Perú, Chile y Paraguay que se producirá en Colombia con el mejor talento que día a día guiará a los televidente’.

AMÉRICA MÓVIL

América Móvil, de quien es propiedad **Telmex Colombia**, es el proveedor líder de servicios de telecomunicaciones en América Latina. Al tercer trimestre de 2011, alcanzó 241.5 millones de suscriptores celulares y 56.4 millones de unidades generadoras de ingresos en las Américas.

En Colombia, Telmex no sólo es el sistema de TV de paga líder con 1,8 millones de suscriptores (2011), sino también el principal operador de telefonía móvil, a través de la marca COMCEL que tenía el 65% de market share a septiembre de 2011, y el segundo proveedor de Internet de banda ancha con algo más de 770.000 conexiones dedicadas (23% del mercado), de acuerdo a datos de MINTIC al tercer trimestre de 2011.

JORNADAS INTERNACIONALES 2012

26 al 28 de Septiembre
Hilton Buenos Aires
Argentina

El gran encuentro anual que reúne a la industria del Cable de Argentina y Latinoamérica.

Las Jornadas son el ámbito propicio para conocer las últimas novedades del sector, visitar una completa exposición comercial y participar de conferencias técnicas y de interés general.



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

www.atvc.org.ar

54 11 4342 3362

54 11 4345 5074/5



Asociación Argentina
de Productores y Programadores
de Señales Audiovisuales

www.cappsa.org

54 11 4374 6932

54 11 4374 6992

www.LatinAdSales.com

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



UNE-EPM: APUESTA AL ÉXITO EN LA MOVILIDAD CON 4G LTE

TRABAJA PARA SER EL PRIMER OPERADOR DE LA REGIÓN



Juan Ignacio Palacio Velásquez, VP de Negocios Internacionales y líder del proyecto 4G

El 30 de septiembre de 2011, **Une-EPM**, segundo operador de TV de paga en Colombia con sus servicios de cable e IPTV, recibió la licencia para operar 50 megahertz en la banda de 2.5 gigahertz y poder lanzar su oferta de servicios de telecomunicaciones de cuarta generación que, según confirmó **Juan Ignacio Palacio Velásquez**, VP de Negocios Internacionales y líder del proyecto 4G LTE, estará disponible antes de mitad de año.

Desde noviembre del año pasado pusimos en marcha un ambicioso plan de despliegue de fibra óptica en seis de las principales ciudades del país: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena de Indias y Bucaramanga, de acuerdo a los compromisos de cobertura, destacó Palacio.

‘El foco es claramente convergente: queremos que el usuario deje de ser fijo y pase a operar TV, telefonía y banda ancha móvil. Es un proceso complejo, tanto de nuestra parte —para definir la oferta— como del usuario —acostumbrarse a los servicios—, pero estamos seguros del camino que decidimos transitar. Ahora nos abocamos a construir la red’.

Palacio estimó que el plan de despliegue estará completo en septiembre de 2013 y que demandó, hasta ahora, una inversión aproximada de más de 150 millones de dó-

lares, incluyendo la licencia (40 millones), la fibra óptica (50 millones), la primera fase de servicios (25 millones) y el sistema de información (10 millones), sin contar los procesos internos a la compañía.

‘Los primeros nodos ya los tuvimos terminados desde diciembre. A nivel de ciudades, Medellín está por encima del 65% de cobertura y Bogotá cercano al 40%. Seguimos trabajando en los sistemas de información y en la integración de plataformas’.

EL PROCESO INTERNO Y LA FASE DE PRUEBA

‘Es también un gran reto a nivel interno, fusionar procesos, áreas y departamentos, etc. No queremos ser víctimas de nuestro propio éxito’, remarcó Palacio, quien agregó: ‘Salimos a la calle a *decodificar* el negocio móvil. Hablamos con el usuario y con los distintos protagonistas en cada una de las etapas. También encargamos trabajos a consultoras externas’.

‘Hemos tenido semanas de mucha discusión interna, tanto con las áreas comerciales, como también con las jurídicas y administrativas. Debemos detectar las temas principales del negocio móvil que no lo son tanto como en el fijo: CRM, provisioning, billing en tiempo real, que aquí se vuelven indispensables’.

Sobre la fase de prueba, el ejecutivo dice que hay dos grandes cuestiones: ‘La primera es que el usuario adquiere servicios móviles, pero lo utiliza de manera *nómada*. Y el segundo es que la velocidad que pide nunca la utiliza en su máxima expresión: de los 25 megas que pusimos como tope, sólo alcanzaban velocidades de 8, aunque

es importante destacar que iremos por capacidad y no por velocidades de conexión’.

TELEVISIÓN

Palacio remarcó que la plataforma móvil tendrá ofertas exclusivas. ‘Queremos que el usuario tenga acceso a contenidos en la mayor cantidad de plataformas, algunas de las cuales ofrecemos en nuestra plataforma IPTV. Sin embargo, hay dos temas que nos exceden: 1) no todos los contenidos están en el formato indicado para ser accedidos desde 4G; 2) hay que analizar detenidamente el tema de licencias y derechos’.

‘El cliente de Une-EPM es uno, no importa el acceso que tenga. Haremos hincapié en contenidos específicos, como ser las noticias que estarán disponibles por demanda y en cualquier plataforma; y entretenimiento con novelas y programas de variedades’, completó Palacio.

PROVEEDORES

Un tema no menor es el de los proveedores de terminales para usuarios. ‘Hay que diferenciar lo que sucede en Estados Unidos frente a lo que ocurre en Europa, Asia y Latinoamérica. Los fabricantes como **BlackBerry** y **Apple** en Estados Unidos están a la vanguardia, pero no en el resto de las regiones’.

‘**Samsung** acaba de lanzar su SmartPhone para 2.5 en España y esperamos que se lance pronto en Latinoamérica, aunque sabemos que eso no ocurrirá en 2012. Esperamos que la explosión sea para 2013, cuando los servicios también estén más afianzados’, finalizó Palacio.

MARC EICHMANN ASUMIÓ COMO NUEVO PRESIDENTE



Marc Eichmann

Une-EPM, **Telecomunicaciones** designó a **Marc Eichmann** como nuevo presidente de la compañía, quien asumió el 1 de febrero, en reemplazo de **David Escobar Arango**.

Entre los principales retos están continuar con la consolidación de UNE como una empresa nacional con servicios y estrategias comerciales diferenciadoras. Es también el responsable de iniciar el proyecto de banda ancha móvil, 4G LTE que permitirá una oferta convergente fijo-móvil, y la expansión en servicios de banda ancha y TV, donde la compañía totalizó 1,03 millones de suscriptores y se consolidó como segunda fuerza.

En el 2012 seguimos construyendo un multimedio, impulsando una agenda propia, buscando cercanía con nuestros usuarios.



LA SEÑAL INFORMATIVA DE AMÉRICA LATINA



DIRECTV COLOMBIA: CRECIÓ UN 16% EN 2011

Y SE CONSOLIDA COMO TERCERA FUERZA

SIGUE ESTANDO EN EL "TOP OF HEART" EN EL MERCADO COLOMBIANO



María Elvira Restrepo, vicepresidenta de Mercadeo

‘2011 fue un buen año para nosotros: hemos crecido un 16% vs. un 9% de incremento que mostró la categoría. En los últimos años ese porcentaje ha estado por encima de la categoría como una constante, lo cual demuestra que es un crecimiento sostenible’.

María Elvira Restrepo, vicepresidenta de Mercadeo de DirecTV Colombia, destacó a PRENSARIO: ‘Nuestro Top of The Heart (TOH) sigue creciendo con respecto a nuestros competidores con una diferencia de 36 puntos frente al primer competidor y esta diferencia contundente sucede en todos los segmentos del mercado y en todas las regiones’.

‘El año pasado nos esmeramos por ofrecerle a nuestros suscriptores los mejores eventos en Alta Definición: tuvimos los Juegos Olímpicos de Invierno; un espectáculo sin igual con múltiples cámaras y estadísticas; la Copa America, el Mundial Sub 20, el Mundial Femenino de Alemania, la Ligas Europeas y los partidos de eliminatorias al mundial de Brasil, entre muchos más’.

Además, este año ofrecerá un importante despliegue de los Juegos Olímpicos de Londres, la Eurocopa, el Fútbol Profesional Colombiano —cuyos derechos también los tiene Comu TV— las Ligas Europeas en exclusivo.

‘La propuesta de valor de DirecTV se basa en que todo lo que valga la pena ver en Alta Definición estará disponible para nuestros suscriptores. También lanzaremos DirecTV Cinema, una exclusiva plataforma interactiva en la que se encontrarán todas las películas que

tenemos disponibles: son hasta 5.000 títulos al mes, entre esos algunos de PPV, de On Demand y, por supuesto, en HD’.

En relación a las nuevas reglas del mercado colombiano de telecomunicaciones, a partir del ingreso de los nuevos reguladores (MINTIC, CRC, ANTV, etc.), Restrepo indicó que lo ve como una ‘oportunidad para llenar la página en blanco participando en la determinación de unas condiciones equitativas para la sana competencia en beneficio de los usuarios’.

una diferencia en el sector’. ‘Constantemente estamos desarrollando nuevas funcionalidades para los decodificadores, identificando las necesidades de nuestros usuarios y ofreciéndoles mejoras en todos los puntos de contacto para brindar el mejor servicio al cliente y esperamos este año potenciar servicios como MiDirecTV y Control Plus’, completó Restrepo.



LAS PLATAFORMAS DIGITALES

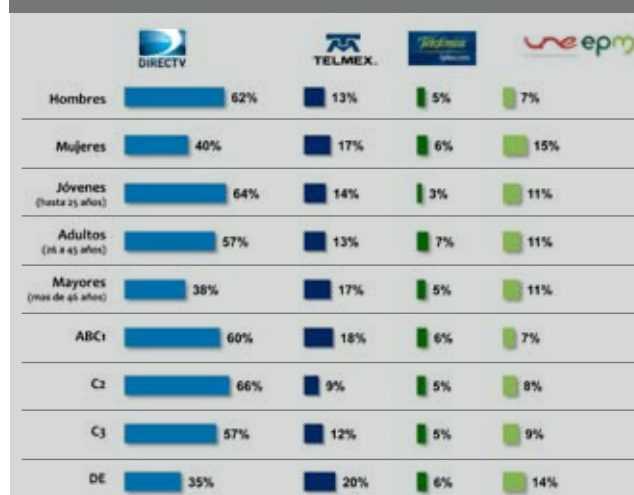
‘Nuestra plataforma es 100% digital, lo que nos ha permitido brindar una experiencia única para vivir la televisión con servicios de alta gama como DirecTV Plus que permite programar para grabar y DirecTV Plus HD dónde adicional a grabar se puede disfrutar de una imagen única en alta definición’, explicó Restrepo.

‘Vemos también una gran oportunidad en los estratos 2 a los que les estamos ofreciendo un paquete completo que incluye todos los beneficios de la televisión digital, como una guía interactiva, la posibilidad de auto sintonizar o bloquear programas entre muchos más; todo esto con un contenido diferencial compuesto de Fútbol Profesional Colombiano, Ligas Europeas entre otros y con sistema pre-pago que permite hacer recargas parciales con un monto total de \$34,900 mensuales (19 dólares)’.

2012

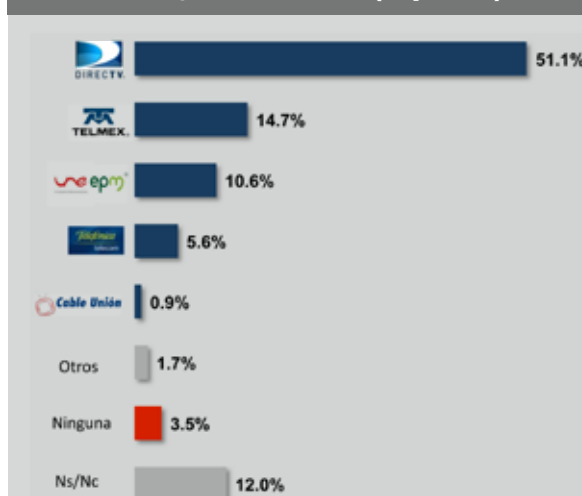
‘Vamos a seguir creciendo en número de suscriptores, pero siempre enfocados en seguir siendo líderes en tecnología, servicio y contenidos. Creemos que lanzamientos como el de DirecTV Cinema marcarán

TOP OF HEART, POR SEGMENTO SOCIODEMOGRÁFICO (3Q 2011)



Fuente: DirecTV

TOP OF HEART, POR COMPAÑÍAS (3Q 2011)



Fuente: DirecTV

LOS MEJORES PROGRAMAS. MUCHAS OPCIONES. MAXIMA CALIDAD, SIEMPRE JUNTOS.

Telefe Internacional es el primer canal de TV paga de la Argentina que se emite internacionalmente, las 24 horas del día y 100% en español. Ofrece programas en vivo y propuestas orientadas a toda la familia: entretenimiento, deportes, programas musicales, series, telenovelas, series infantiles y juveniles, comedias, realities, magazines y noticias. Muchas opciones para disfrutar. Siempre juntos.



Tel (54 11) 4102 - 5810 / Fax (54 11) 4587-4349

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



GLOBAL TV: 100% DEDICADOS A ACTUALIZAR LAS REDES CON FIBRA ÓPTICA

LLEGA HOY A 156 MUNICIPIOS Y ALCANZA 185.000 ABONADOS

Federico Santamaría, director de Telecomunicaciones de Global TV Telecomunicaciones, expresó a PRENSARIO las prioridades de su sistema de TV de paga de Colombia, al que con su experiencia—que viene de Cablepacifico— y capacidad de inversión lo llevaron a cubrir 156 municipios.

De acuerdo a los reportes de la CNTV, en enero de 2011 la compañía poseía 157.000 abonados y diciembre alcanzó los 185.000 clientes, es decir 28.000 más y un crecimiento anual cercano al 20%. Estas cifras lo posicionan como quinto operador del país, sumando un 4,8% de participación de



Federico Santamaría, director de Telecomunicaciones de Global TV Telecomunicaciones

Expect More From Your DVB Security Solution

erimatrix

verimatrix
Beyond Content Protection to Revenue Security™

mercado.

Los departamentos con mayor número de abonados son Cali con 19.200, seguido de Bogotá con 10.750, Pasto con 7.950, Pereira con 7.030, Cartago con 7.010, Manizales con 6.200, Santa Marta con 5.900, Barranquilla con 4.900, Cartagena con 4.500, Montería con 4.360, Valledupar con 3.290, Tuluá con 3.570 y Armenia con suscriptores 3.540.

En un contexto marcado por la consolidación de pocos grandes operadores, Global TV es una alternativa que retoma el espíritu de los pioneros que llevaron a hacer crecer el mercado colombiano en sus comienzos.

En relación al último año de la operación, Santamaría expresó: 'Estuvimos 100% dedicados en actualizar redes, al sistema GEPON, y para eso estamos importando grandes cantidades de fibra óptica de China. Nuestro más ambicioso plan es pasar los usuarios a doble vía lo más pronto posible y estamos invirtiendo mucho para eso'.

Sobre el servicio que ofrece y como se diferencian de los operadores más grandes del mercado, destacó: 'Global TV se especializa en pequeñas poblaciones de bajos ingresos, por lo tanto manejamos un nicho diferente a Telmex y Une, y nos afecta poco la fuerte competencia y guerra de precios que hay entre ambas empresas en este momento. Ofrecemos una parrilla más sencilla y cubrimos con ella 156 municipios'.

Prosigue sobre los principales competidores, Telmex y Une: 'Colombia es un mercado muy competido y hay que invertir mucho en calidad y buen servicio al suscriptor. El que falle en eso, pierde mercado. Como todo negocio, si los aliados o desarrollistas son eficientes y dan buena calidad de servicio el negocio es muy bueno. De lo contrario el resultado es pobre y puede afectarse el crecimiento de todas las operaciones'.

Y completó con los objetivos que se han propuesto para este año: 'Buscaremos continuar con todo el esfuerzo en cambiar toda la red a fibra óptica, para mejorar la calidad de servicio'.

TUS PROGRAMAS FAVORITOS SE VEN MEJOR QUE NUNCA

HD

tiin

Abismo de Pasión

LUNA ROJA
Los Vampiros Existen

SERIES

MÚSICA

PELÍCULAS Y MUCHO MÁS



Televisa
NETWORKS

televisanetworks.tv



Oficinas • Headquarters Av. Vasco de Quiroga # 2000 Edificio "C" 3er. Piso • Col. Santa Fe • C.P. 01210 Del. Álvaro Obregón México, D. F.
e-mail: fmunizb@televisa.com.mx • Tel.: (52) (55) 5261 3215 y 04



COMU TV OBTIENE LOS DERECHOS DE TRANSMISIÓN DEL FÚTBOL COLOMBIANO



Ramón Jesurún de Dimayor y Sergio Restrepo de Comu TV anuncian el acuerdo en conferencia de prensa

La **Cooperativa Multiactiva de Televisión Comunitaria (ComuTV)** obtuvo de **Dimayor** los derechos de transmisión de fútbol de primera división de Colombia, para que sus más de 700 asociados comunitarios puedan emitir los partidos de la liga profesional de su país.

Gracias al acuerdo cerrado con Dimayor, entidad que organiza los campeonatos locales, ComuTV pondrá inicialmente las transmisiones a disposición de 128 sistemas asociados, de acuerdo a lo informado Sergio Restrepo,

gerente de la gremial.

Esto incluye a 16 departamentos entre los que se encuentran Norte de Santander y Santander, Antioquia, Chocó, Huila, Meta, Yopal, Casanare, Barranquilla, Cartagena, Manizales, Armenia, Bogotá y Boyacá.

Ramón Jesurún, presidente de la Dimayor, dijo: 'Los canales comunitarios están con el interés de pasar el fútbol colombiano en barrios marginales, en veredas. El propósito es que todos los televisores tengan acceso al fútbol'.

A partir de la presencia del fútbol en los canales comunitarios, se espera que las cooperativas miembro de ComuTV atraigan una gran cantidad de abonados, por el interés que el deporte genera en los televidentes.

Por ejemplo, **Gustavo Atehortúa**, miembro de ComuTV, explicó al sitio *elcolombiano*, com que su cooperativa comenzó con 30.000 usuarios y espera llegar pronto a 100.000, y completó: 'Apenas nos estamos acomodando, pero somos conscientes de que tenemos que

ajustar muchas cosas de acuerdo con la convocatoria de los equipos y a la respuesta de los aficionados'.

De acuerdo a cifras que aporta el mismo sitio web, la cantidad de altas se duplicaron el 100% en los últimos días, luego de conocida la noticia y frente al comienzo del campeonato colombiano la misma semana del anuncio.

LOS OPERADORES

En esta oportunidad, Dimayor negoció los derechos de transmisión con todos los operadores de TV paga de Colombia, cerrando acuerdos con **DirecTV**, **SuperCable** y **ComuTV** —que se suman a **RCN** que dispone de un partido para TV Abierta—, quienes se comprometieron a abonar como prestación 1,25 dólares por usuario.

En tanto, ni **Telmex** ni **Une EPM Telecomunicaciones** llegaron a un acuerdo, luego de que sólo ofrecieran 0,25 dólares por suscriptor, oferta rechazada por Dimayor.

SIGNAL TV

Representamos y comercializamos señales internacionales para la industria de TV por Suscripción en la Región Andina, Centro America y el Caribe



Hortensia Espitaletta

Av. 15 No. 104 - 30 Of. 506 Bogotá, Colombia

☎ PBX: (571) 611 3907 Ext. 108 • ☎ Cel: (57) 312 448 8536

E-mail: hmespita@signalteu.com • comercial@signalteu.com

www.signalteu.com



www.canalantiestres.tv

**"No tomo la vida tan en serio,
la tomo en las rocas con...
Humor Channel"**

**¡Comedias, Stand Up comedy
y clásicos del humor latino!**

¡Porque nosotros te entendemos!



contáctenos:
Teléfono: (571) 6514900 Ext. 202
ventas@maxmediasa.com





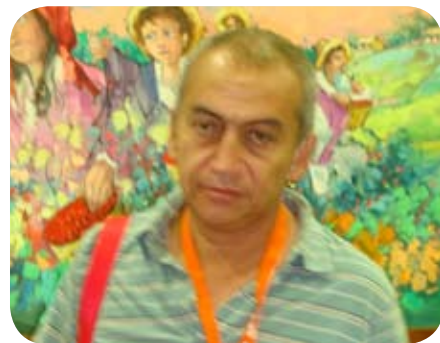
LOS COMUNITARIOS GANAN PROTAGONISMO EN EL CAMBIANTE MERCADO COLOMBIANO

Con la obtención de los derechos de transmisión de fútbol de primera de Colombia (ver nota aparte), se abre una nueva etapa en la vida de los operadores comunitarios que, según datos de la CNTV, totalizan entre 700 y 800 sistemas distribuidos en todo el país.

Nacidos hace una década y media, fueron resistidos en un comienzo por el mercado. Pero desde hace algunos años la organización **Comu TV**, liderada por **Sergio Restrepo**, y otras asociaciones han hecho un aporte clave a su institucionalización.

Los cambios que imponen la desaparición de la CNTV y su futuro reemplazo por la **Autoridad Nacional de Televisión** (ANTV) pueden entenderse también en esa línea. Tanto las autoridades como los propios operadores siguen trabajando en el sinceramiento que el mercado necesita, sobre todo cuando las cifras de suscriptores comunitarios no están incluidas dentro de los números que vienen aportando los reportes de la CNTV.

Tal como se destaca en los distintos reportajes de esta edición, el *subreporte* es un tema



Orlando Monsalve Aguilar, presidente de TV Florida



Luis Fernando Reyes, gerente de Tele San Gil

clave a solucionar en los años que vienen para la estabilidad definitiva del sector. La CNTV señaló que hay 3,8 millones de abonados, sin contabilizar a los comunitarios, evaluados en 2 millones, según destacó a **PRENSARIO** **Jaime de Estrada**, director del organismo.

La CNTV ya encargó dos auditorías porque cree que hay subreporte, no sólo de parte de los comunitarios sino también de las operaciones comerciales (más información en esta edición).

EL FÚTBOL LOCAL

Que **Dimayor** le haya entregado los derechos del fútbol local colombiano a 128 operadores de TV comunitaria, de acuerdo a lo informado por Restrepo en conferencia de prensa, es un síntoma positivo de la maduración del mercado y muestra claramente una transición del rol de los comunitarios en el mercado colombiano.

Actualmente, hay un centenar de sistemas comunitarios que solicitan bajar señales y ofrecerlos a sus poblaciones, aunque la mayoría reniega de pagar un porcentaje de sus ingresos al organismo regulador (pronto será la ANTV), al considerarse a sí mismo como empresas sin fines de lucro.

La posición en el mercado e institucional que le ofrece tener los derechos del fútbol colombiano posiciona a los comunitarios como fuerza alternativa e independiente—llegando a distribuir hasta 70 señales en paquetes de bajo costo— en un mercado de TV de paga que es dominado por los operadores comerciales, que suman 42 empresas.

ANTENA ESTRELLA

Creado en Ciudad Bolívar, una de las partes más pobres de Bogotá, **Antena Estrella** es el principal sistema comunitario de la zona centro, y también del país, que funciona desde 1998, cuando adquirió la licencia de la CNTV, para suplir la ausencia de la señal nacional colombiana, que en ese momento no entraba en ese territorio.

Belarmino Rojas, presidente de Antena Estrella, destacó: 'En este momento somos los que reportamos más a la CNTV con casi 16.000 abonados en promedio. Nuestra empresa ofrece



Belarmino Rojas, presidente de Antena Estrella



César Numa, gerente y fundador de Asucap

un servicio comunitario pidiendo 5 dólares por 77 señales, que incluyen el canal comunitario y las siete señales codificadas internacionales.

ASUCAP SAN JORGE

Asucap San Jorge es otro de los sistemas comunitarios que tienen éxito en Colombia, ubicado en el municipio de Ocaña, al norte de Santander. Nació en 1998 y tiene un radio de acción que es 95% urbano y 5% rural, sobre 110.000 habitantes en total, con más de 10.300 suscriptores.

César Numa, gerente y fundador de Asucap, dijo: 'El techo fijado de la CNTV es de 16.000 usuarios, límite al que se llegó subiendo desde 6.000, y que podría seguir en ascenso si la realidad del mercado lo exige. La razón de ser de los comunitarios, según fija la CNTV, es la producción propia, y ya llevamos 12 años con la parrilla de programación. Damos 50 empleos directos y muchos indirectos.'

TV FLORIDA

Otro rol destacado lo ocupa **Orlando Mon**
Continúa en pág. 38

LÍDERES EN ENTRETENIMIENTO PARA ADULTOS

CLAXSON



MULTIPLICA OPORTUNIDADES DE NEGOCIO CON LAS MARCAS MÁS RECONOCIDAS Y CONTENIDOS DE ALTA CALIDAD EN TODAS LAS PLATAFORMAS Y MODALIDADES DE CONTRATACIÓN. >>>



PENTHOUSE



PRIVATEX



Contactos Comerciales:

México y Centroamérica: Esteban Borrás: eborras@claxson.com
Caribe, Colombia y Venezuela: Adriana Medici: amedici@claxson.com
Chile, Perú, Bolivia y Ecuador: Federico Carbonell: fcarbonell@claxson.com

Argentina, Uruguay y Paraguay: Omar Figliolia: ofigliolia@claxson.com
España y Portugal: Martín Blaquier: mblaquier@claxson.com
Teléfono: (54) 11 4851 3700



MEDIA NETWORKS PRESENTA *Go Digital*

DIGITALIZACIÓN PARA TODOS LOS OPERADORES DE CABLE DE LA REGIÓN

Actualmente, los operadores de TV paga tienen una creciente necesidad de diferenciar sus productos de la competencia y expandirse estratégicamente hacia nuevos mercados que les permitan consolidar su desarrollo comercial y fidelizar a sus clientes a través de servicios cada vez mejores.

La saturación y las limitaciones de las redes analógicas convencionales, la elevada inversión que estas demandan, las complejidades tecnológicas y de integración, entre otros motivos, dificultan el acceso de los operadores de cable a los beneficios de la digitalización.

Frente a esa situación, **Media Networks Latin America** (MNLA) presenta *Go Digital*, una solución integral diseñada para que los operadores de cable de toda la región puedan acceder a la digitalización y abrir nuevos espacios dentro de sus redes, generados a partir de un modelo de negocio innovador, integral y flexible.

'*Go Digital* es un producto sin precedentes en la industria de la región. Permite acceder a los beneficios de la digitalización a través de una solución integral muy económica frente a las alternativas tradicionales de la industria', destacó a **PRENSARIO** **Juan Carlos González**, gerente comercial de MNLA.

A través de la digitalización de su servicio de

TV paga, *Go Digital* libera un espacio considerable de red para incluir más canales, para que clientes y operadores accedan a los beneficios de un servicio de vanguardia.

'Hace posible que los operadores de cable digitalicen su servicio, ofrezcan una oferta diferencial frente a sus competidores, incluyan nuevos canales en su oferta y dispongan de cada vez más ventajas para sus clientes con una solución simple y sin que para ello sea necesario realizar una gran inversión', aseveró González.

Se trata una solución diseñada a partir del modelo del negocio mayorista de TV paga con marca blanca de Media Networks, que se adecúa de 'manera flexible y estratégica' a las necesidades de cada operador y que puede ser vital en la expansión y desarrollo de los operadores de cable de la región, ya que el modelo permite a cada empresa usar su propia marca y desarrollar una estrategia comercial y de operaciones enfocada en sus clientes.

El servicio dispone de una infraestructura de procesamiento en un headend compartido situado en Lima, gracias a la cual y mediante el uso de tecnología satelital, permite a los operadores digitalizar cualquier cabecera analógica.

'Nosotros somos responsables del manejo



de la plataforma, así como de la evolución del producto y de los servicios que brindamos', remarcó González, y destacó entre otros servicios: la recepción, digitalización, encriptación y multiplexación estadística de todas las señales digitales; uplink hacia los satélites; gestión del espacio satelital; certificación de equipamientos; monitoreo y soporte permanente.

'Una de las principales ventajas de *Go Digital* es que cada operador mantiene plena autonomía sobre los procesos gerenciales comerciales del servicio ofrecidos a los suscriptores, como son la definición de marca, la definición y oferta de la parrilla de canales, las políticas comerciales y de servicio al cliente, entre otras', completó el ejecutivo.

Viene de pág. 36

LOS COMUNITARIOS GANAN PROTAGONISMO EN EL CAMBIANTE MERCADO COLOMBIANO

salve Aguilar, presidente de **TV Florida**, que representa a siete sistemas de Florida Blanca asociados para producir el canal local, que alcanzan cerca de 10.000 suscriptores. Fundada hace casi tres años, su sistema tiene como canales codificados a **National Geographic**, **Disney**, **Disney XD**, **ESPN**, **ESPN+** y **Universal**, con un costo mensual de 6 dólares.

TELE SAN GIL

Tele San Gil comenzó hace más de diez años en San Gil Santander y está afiliado a ComuTV desde 2009. Con casi 8.000 suscriptores, es el eje de la información en el municipio y en la región, pues con los demás sistemas hay alianzas

de intercambio de programación. En los inicios contaban con dos horas de producción propia por semana, y actualmente suman más de 14, con programas desde las cinco de la mañana, magazines y un informativo diario en vivo y en directo.

Hace un año y medio lanzó su servicio de Internet WiFi en alianza con **Ingecab**, que ya cuenta con casi cien usuarios. **Luis Fernando Reyes**, gerente, comentó: 'En Internet tenemos mucha competencia en San Gil, pero entramos bien'.

En el casco urbano aún no hay 15.000 viviendas, pero Reyes estima que sí las tendrán pasadas en cinco años, 'dado que el municipio



William Alberto Galindo Muñoz, El Viboral

proyecta una expansión grande'. De cara al futuro, Tele San Gil planea expandirse al área rural para su servicio de Internet.



CON **XTIME** DESPEGARSE DE SU TELEVISOR SERÁ UNA...

MISIÓN IMPOSIBLE

- 24 horas de entretenimiento sin límites.
- 3 estrenos semanales.
- Lo mejor del cine de Hollywood en español y/o subtítulado.
- 100% Tecnología digital



@xtimechannel xtime channel
website: www.xtimechannel.com



COLOMBIA: INVERSIÓN PUBLICITARIA ALCANZÓ USD 5.078 MILLONES

CRECIMIENTO DE 11% FRENTE A 2010

La inversión publicitaria en Colombia alcanzó los 5.078 millones de dólares en 2011, de acuerdo a datos provistos por **Ibope Colombia**, que también destacó a **OMD** como la principal central de medios del país.

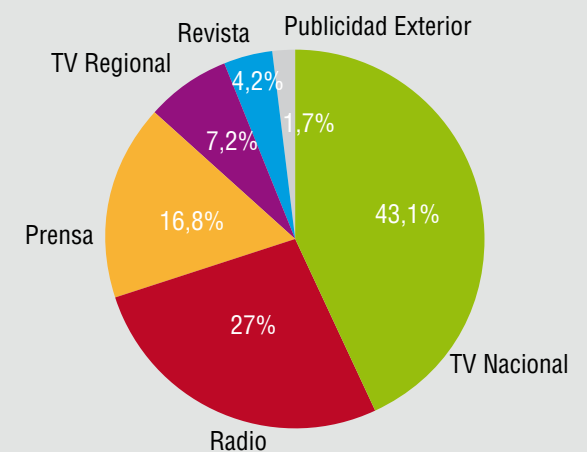
Con esas cifras de 2011, el mercado colombiano muestra un crecimiento del 11% frente al anterior año, cuando había alcanzado los 4.578 millones de dólares. Al igual que en 2010, los vehículos que más atrajeron inversión fueron la TV Nacional, con 43,1% de participación, y la Radio, con 27%, respectivamente. Le siguieron Prensa, con 16,8% y TV regional, con 7,2% de participación de mercado, cerrando Revistas, con 4,2% y Publicidad exterior, con 1,7%.

CENTRALES DE MEDIOS Y DE PUBLICIDAD

OMD Colombia resultó nuevamente la central de medios que más invirtió en 2011, con 340 millones de dólares, seguida por **Universal McCann**, con 312 millones y **Starcom**, con 244 millones.

En orden de importancia continúa **MPG**, que con 199 millones de dólares superó a **Initiative Group**, que invirtió 163 millones; **Mediaed-**

MARKET SHARE DE PUBLICIDAD POR VEHÍCULOS (2011)



Fuente: Ibope Media

TOP 15 DE INVERSIÓN, POR CENTRALES DE MEDIOS (2011).

Pos.	CENTRAL	INVERSIÓN
1	OMD COLOMBIA	340
2	UNIVERSAL MCCANN	312
3	STARCOM	244
4	MPG	199
5	INITIATIVE GROUP	163
6	MEDIAEDGE: CIA	133
7	PHD COLOMBIA	115
8	MINDSHARE	111
9	MEDIAWISE	105
10	BEAT	63
11	MASSIVE	44
12	ARENA COMMUNICATIONS	39
13	ZENITHOPTIMEDIA	37
14	METS	36
15	RPM	31

Fuente: Ibope Media

TOP 15 DE INVERSIÓN, POR AGENCIAS DE PUBLICIDAD (2011).

Pos.	CENTRAL	INVERSIÓN
1	SANCHO/BBDO	351
2	DDB COLOMBIA	195
3	MCCANN-ERICKSON	154
4	REP GREY	134
5	LEO BURNETT	120
6	J WALTER THOMPSON	119
7	LOWE/SSP3	118
8	OGILVY&MATHER	108
9	YOUNG & RUBICAM	80
10	PUBLICIS COLOMBIA	79
11	EURO/GÓMEZ CHICA	72
12	TBWA COLOMBIA	63
13	BRAND INC	34
14	HAROLD ZEA & ASOCIADOS	33
15	PROXIMITY	32

Fuente: Ibope Media

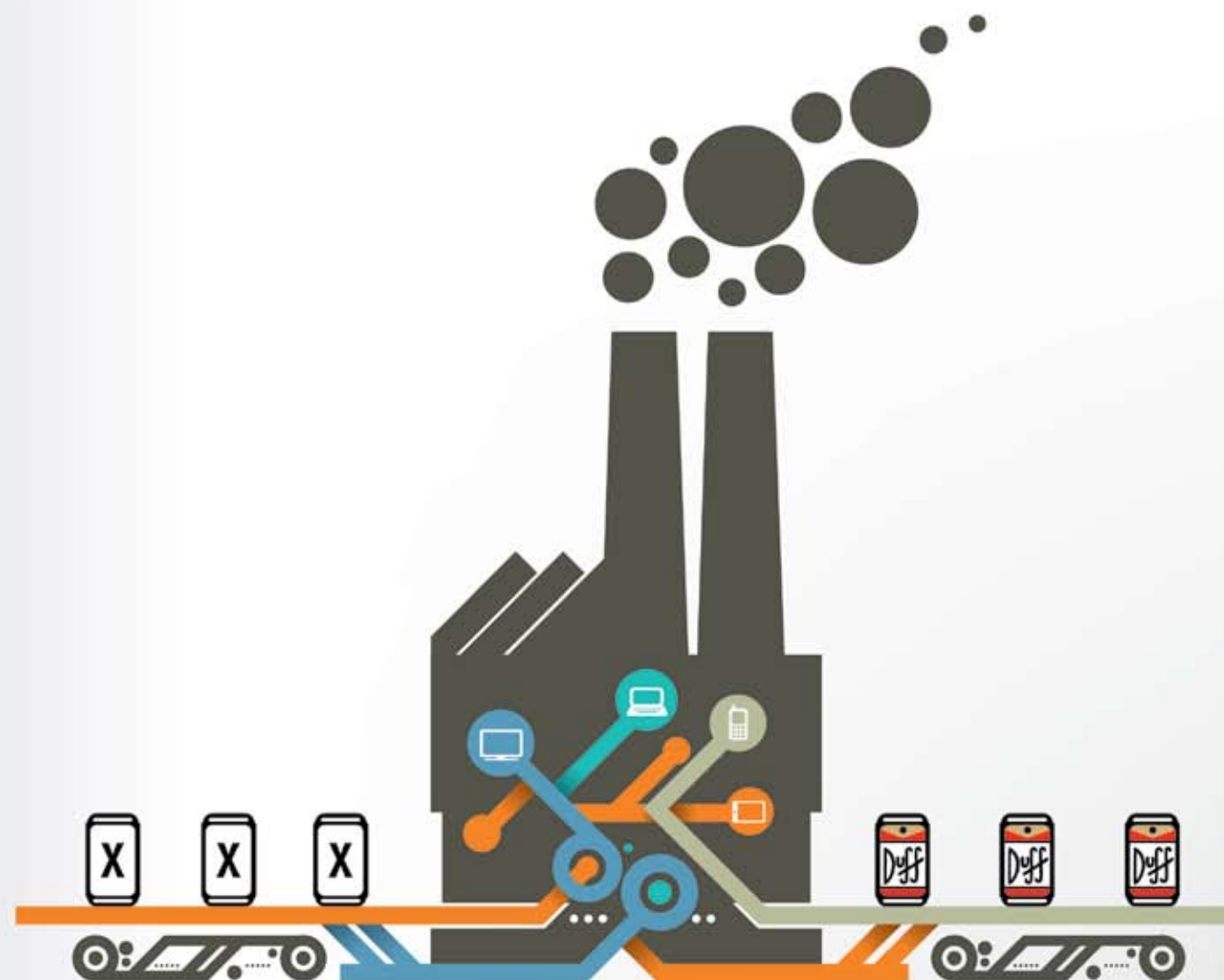
ge:cia, con 133 millones; **PHD Colombia**, con 115 millones; **Mindshare**, con 111 millones; **Mediawise**, con 105 millones, y **Beat**, con 63 millones de dólares.

Por medios, **OMD** lideró en todos ellos: en TV con 148 millones de dólares, en Radio con 105 millones, en Prensa con 45 millones y en Revista con 22 millones, aunque quedó segunda con Universal McCann en Publicidad exterior, que lideró el vehículo con 7,6 millones de dólares en 2011.

En relación a las agencias publicitarias, los datos de Ibope Colombia muestran a **Sancho/BBDO** que volvió a ocupar el primer lugar, con una inversión de 351 millones de dólares, seguida por **DDB Colombia**, con 195 millones y **MCCann-Erickson**, con 154 millones.

Rep Grey invirtió 134 millones de dólares el año pasado; **Leo Burnett** con 120 millones; **J Walter Thompson** incrementó su inversión, llegando a 119 millones; **Lowe/SSP3**, 118 millones; **Ogilvy&Mather** lo sigue con 108 millones; **Young & Rubicam**, con 80 millones y **Publicis Colombia**, con 79 millones.

TRANSFORMAMOS MARCAS EN CELEBRITIES.



Hoy en día o lo tienes todo o no tienes nada. Por eso nos convertimos en la plataforma multimedia más completa del mercado: los mejores contenidos, los mejores canales de TV, internet y redes sociales. Para que tu pauta pueda alcanzar a tu target como nunca antes lo había hecho.

FOX ONE STOP
MEDIA
ITWORKS



FOX NETWORKS facebook FOX-ITES mundofox Linked In www.foxonestop.com

Fox Channels Colombia Ltda - Teléfono (057) 6107044 - Dirección: Calle 93B No. 18-12 Piso 8 - Bogotá - Colombia

www.LatinAdSales.com

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



HAVAS MEDIA: 'EN 2011 INVERTIMOS US\$ 305 MILLONES'

POR MAGDALENA RUSSO



Jorge Percovich, CEO de Havas Media



medios, investigación, marketing deportivo, contenidos, medios digitales, desarrollo, etc', explicó Percovich.

'También nos diferenciamos por el foco en investigaciones. Desde hace casi 10 años desarrollamos nuestro propio *Brand Tracking* semanal, que nos permite medir todos los indicadores relacionados a la salud de marca en múltiples categorías, así como razones de consumo. Entendimos el vínculo emocional del consumidor con las marcas, y el grado de bienestar personal y social que éstas le aportan.'

Jorge Percovich, CEO de Havas Media, destacó a PRENSARIO: 'Nuestra inversión en 2011 fue de \$305 millones de dólares (Ibope), lo cual nos posiciona entre los tres principales grupos de medios del país con una cuota de mercado del 15%. Tuvimos un segundo gran año en resultados de negocio, crecimiento orgánico y de nuevos negocios, desarrollo de producto y consolidación de servicios.'

La inversión por medio de Havas Media fue similar a la del mercado publicitario en Colombia: 46% en TV, 14% en radio, 21% en prensa, 11% en exterior, 4% en revistas y 4% en Internet.

Percovich remarcó uno de sus principales logros en 2011: 'MPG, una de las unidades del Grupo, fue reconocida por Recma como agencia dominante en el mercado'. Y mencionó algunas de las cuentas obtenidas: Belcorp, Fiat, Huawei, Famisanar, 3D Mobile, Coolechera, Optiproductos, Fondo Nacional del Ahorro, Alfa Romeo y Data Crédito.

SOLUCIONES INTEGRALES

'Havas Media es un holding de agencias que se apalanca en los recursos del grupo para ofrecer soluciones integrales a nuestros clientes. Tenemos unidades claramente definidas en sus territorios que pueden abordar temas relacionados a planeación estratégica, compra de

'Recientemente desarrollamos el *Colombian Web Monitor*, un servicio de monitoreo de actividad publicitaria en Internet que mide más del 90% de la actividad publicitaria en display de Colombia. Actualmente, estamos desarrollando el primer servicio gremial de medición de audiencia de publicidad exterior en el mercado y finalmente, el año pasado lanzamos el primer Sports Brand Tracking, que nos permite medir la visibilidad que generan los patrocinios deportivos a las marcas.'

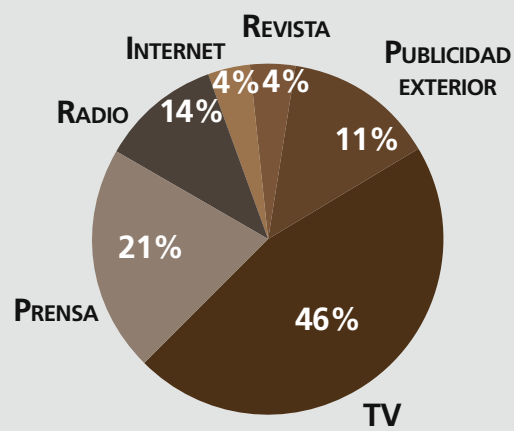
DESEMPEÑO EN NUEVOS MEDIOS

Percovich destacó la actuación de Havas en medios digitales y afirmó que 'fue el área de mayor evolución en el Grupo', con un crecimiento en los dos últimos años, 'superior al 100%'.

'Contamos con una estructura con más de 25 personas enfocadas exclusivamente a medios digitales, distribuidos en cuatro agencias especializadas bajo el paraguas de Havas Digital: Media Contacts y Lattitud (planificación y compra de medios digitales), Iglue (desarrollo de plataformas digitales y creatividad) y la más reciente, Mobext'.

Sobre la última dijo: 'Lanzada este último año, Mobext es nuestra cuarta unidad digital enfocada en el desarrollo de estrategias de marketing móvil. Es un área en etapa de gestión

HAVAS MEDIA: LATINOAMÉRICA: INVERSIÓN POR VEHÍCULOS (2011)



Fuente: La compañía

en Colombia, pero creemos que tendrá un gran crecimiento, especialmente en cuanto a generación de contenidos. El primer obstáculo es el tiempo y la priorización de recursos para desarrollar continuamente el producto, pero creo que hemos formado un gran equipo para superar cada nivel del proceso y cada proyecto que enfrentamos.'

'Continuamos con la evolución de nuestro servicio digital a tono con el desarrollo del mercado en Colombia y en el resto del mundo, especialmente en términos de performance, analytics, social media, desarrollo, creatividad y mobile', añadió

EXPECTATIVAS PARA 2012

'Esperamos que 2012 traiga un crecimiento de mercado similar al 2011. Con nuestros planes de negocio y perspectivas comerciales, estamos seguros de que superaremos el ganaremos cuota de mercado y consolidaremos un producto diferencial', señaló.

'Tenemos una agenda nutrida de desarrollos, tanto en el área digital, especialmente en social media, creatividad y móvil, como de contenidos con Havas Sports & Entertainment, e investigaciones, con el lanzamiento del estudio de publicidad exterior y nuestro segundo estudio de Marcas Relevantes', concluyó.



AYUDAR A LA HUMANIDAD, UNA ENTREVISTA A LA VEZ.

UNA PRODUCCIÓN ORIGINAL EN ESTRENO EXCLUSIVO.



INFINITO
REALIDAD QUE SUPERA LA FICCIÓN.

TM & © 2012, INFINITO, Turner Broadcasting System, Inc., una compañía de Time Warner. Todos los derechos reservados.

TBWA: 'CREAR CAMPAÑAS QUE CAMBIEN LAS REGLAS'



POR MAGDALENA RUSSO



Sol López de Tejada

Sol López de Tejada, general account manager de TBWA, ofreció a PRENSARIO un panorama del desempeño de la agencia durante 2011, y destacó: 'Fue un año de mucho crecimiento en nuevos negocios y con excelentes resultados en muchas de las campañas desarrolladas'.

'Empresas como Levapan, Hyundai Motor Company, Tennis, Isagen, Móvilred, Cine Colombia, Fundación Medellín Convention & Bureau, Abbott Nutrition, Comfenalco Antioquia, GlaxoSmithKline y Energizer, nos confiaron el manejo de algunas o del total de las marcas de su portafolio. Y otras como Locatel, Carvajal, Caracol Televisión, El Espectador y Revista Cromos, trabajaron junto a nosotros algunos de sus proyectos más relevantes'.

Además, mencionó uno de sus principales logros: 'El año pasado desarrollamos un estudio junto a la Universidad Central y la Universidad de Medellín, con el objetivo de caracterizar los estilos de vida y prácticas de consumo de los habitantes de Bogotá y Medellín. Perfiles Urbanos, como nombraron al proyecto, 'permitió encontrar nichos de interés sin perder la confiabilidad de los resultados', explicó López de Tejada.

Entre las principales cuentas con las que trabajó la agencia se destaca Caracol TV, para la que desarrolló el concurso Yo me llamo. 'El objetivo era lograr la mayor audiencia en el lanzamiento y el liderazgo en el prime time.

Los resultados fueron sorprendentes: el día del lanzamiento del concurso, registró 43 puntos de rating, convirtiéndose en el programa más visto en la historia de la televisión colombiana'.

DISRUPTION, LA CLAVE

López de Tejada dejó en claro el concepto diferencial de la agencia y en el que se basa su estrategia: *disruption*. Explicó que la metodología se basa en la frase de John Maynard Keynes: "La mayor dificultad que tiene la gente no es aceptar nuevas ideas, sino olvidarse de las viejas ideas".

'Disruption es el arte de hacer mejores preguntas, retar la sabiduría convencional y crear campañas que cambien las reglas. Es la forma metódica de romper las reglas para conseguir mayores oportunidades para las empresas o las marcas, no es anticiparse al futuro sino superarlo, es anticiparse al cambio en vez de defenderse de él', explicó.

EL MERCADO PUBLICITARIO EN COLOMBIA

En referencia al desempeño del mercado publicitario en su país, López de Tejada opinó: 'En 2011, el mercado sobrevivió a diferentes sucesos que, de alguna u otra manera, afectaron a nuestro trabajo, como el Mundial Sub20 en Colombia, la apertura de Youtube e iTunes Music Store, el cambio de agencias de marcas de Bavaria y Telefónica, la Ley de Portabilidad Numérica y la entrada de nuevos operadores al mercado'.

Y agregó: 'La incidencia de medios digitales, el incremento de smartphones y tabletas, la partida de Álvaro Arango, la muerte de Julio Mario Santo Domingo, el incremento en participación en premios de agencias colombianas y el fiasco de los premios NOVA, el constante crecimiento de tiendas y la informalidad, la repercusión de las campañas políticas y la entrada de Saatchi & Saatchi, también influyeron en el mercado'.

'Personalmente, lo que más me afectó fue la muerte de Steve Jobs (socio y cliente de TBWA mundial) y no me refiero a el significado de la

muerte de un visionario sino en cómo su muerte afectó a millones de personas en el mundo, que mostraron a través de redes sociales, como nunca antes, cómo una marca había cambiado sus vidas', añadió.

CRECIMIENTO EN NUEVOS MEDIOS

Sobre al desempeño de la publicidad en los nuevos medios, López de Tejada explicó que su 'mercado crecimiento' está sucediendo en todos los mercados y 'Colombia no la excepción'.

'Si bien los datos en cuanto a inversión y acceso a medios digitales de nuestra región es sorprendente, el crecimiento en mobile llama la atención. En 2011, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones reportó un total de 47.750.000 de líneas activas (103.7% de penetración), de las cuales 2.686.000 acceden a planes de datos. Esto no es todo, debido al crecimiento acelerado de smartphones, se estima un incremento aproximado de 14 millones, con acceso a plan de datos para 2014, lo que equivale a una penetración del 30%'.

Además, comentó que este fenómeno no sólo llama la atención del mercado publicitario. 'Compañías como Virgin Mobile ya han puesto sus ojos en el mercado colombiano. En 2012, a los actuales operadores se suman cuatro nuevos, generando no sólo una competencia agresiva sino una fuerte aceleración de la categoría'.

'TBWA Colombia está trabajando con la región para el desarrollo de esta área, buscando especialidades en cada país, para que podamos ofrecer el servicio con el mayor expertise'.

EXPECTATIVAS PARA 2012

Finalmente, la ejecutiva ofreció un panorama sobre el futuro de la empresa. 'Las expectativas y proyectos son muchos, pero el foco siempre es el mismo: seguir creciendo para compararnos con las compañías (no agencias de publicidad) más innovadoras del mundo. En 2011, TBWA fue nombrada por Fast Company como la 24ª compañía más innovadora (Google en 2º lugar, Apple en 4º y Facebook en 15º).

artear
Más contenidos, más calidad.

EN TODA
LATINOAMÉRICA

Departamento Venta Señales Internacionales
5411 4370 1351 | 5411 4339 1541

www.artear.com

Primera productora de Argentina en generar Contenidos en Alta Definición.



DIRECTV POSICIONA SU PLATAFORMA PUBLICITARIA

ALCANZA A MÁS DE 11 MILLONES DE ABONADOS, UN 25% DEL MERCADO TOTAL



Jesús Mata, VP de Advertising Sales

‘La plataforma publicitaria de **DirecTV** alcanza a más de 11 millones de suscriptores y 45 millones de televidentes, es decir un poco más del 25% del mercado total de TV de paga en toda la región (uno de cada 5 hogares nos eligen). Dependiendo del territorio, pautamos en un promedio de 25 canales de inserción dentro de nuestra base, más 3 canales de inserción de producción propia, y algunos canales que representamos comercialmente.’

Jesús Mata, VP de Advertising Sales de DirecTV explicó a PRENSARIO: ‘Nuestra oferta se sustenta en que los anunciantes reciban el más completo servicio al cliente, desde atención de ventas e información hasta soporte post-venta. Esto se facilita a través de nuestra presencia



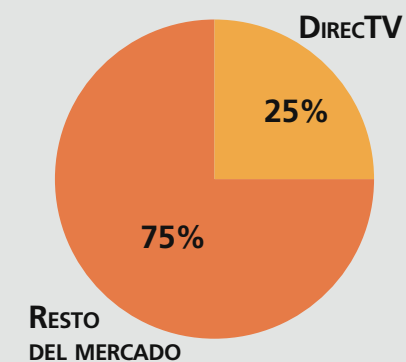
física y personal en los países donde operamos.’
‘Lo que ofrecemos no se limita en una inserción de un comercial dentro de una programación, va más allá de lo que se ofrece en la industria. Un anunciante puede integrar su producto dentro de la programación que producimos; incorporarse en nuestros medios impresos, online y en todos los elementos y herramientas que utiliza la compañía en su relación con sus suscriptores actuales y también con los potenciales’, añadió.

CONTENIDOS EXCLUSIVOS

‘Nuestra oferta publicitaria también se distingue por la programación exclusiva y diferencial que tenemos. Solamente en eventos deportivos, tenemos más de 1.000 horas anuales de transmisión exclusiva en HD, que se suma al contenido único de nuestras señales. El objetivo es darle a la marca una alternativa, que se vea de manera diferente y tenga un adicional a lo que puede hacer cualquier otro medio de video: capacidades interactivas, multi-cámaras, HD, medios online y comunidades en redes sociales’, dijo.

Para DirecTV hay dos mercados fundamentales: el local y el regional. ‘Tener cobertura en ambos nos hace únicos. Ninguna plataforma lo ofrece en las mismas condiciones: los anunciantes pueden tener varias compañías locales corriendo al mismo tiempo desde una perspectiva regional’.

AMÉRICA LATINA: SUSCRIPTORES DE TV PAGA (2011)



TOTAL MERCADO 2011: 46 MILLONES DE ABONADOS

Fuente: Private Advisor

‘Este año, el contenido más importante para nosotros son los *Juegos Olímpicos Londres 2012*. Tendremos seis canales exclusivos 24 horas, dos de los canales serán en alta definición. A la transmisión lineal, sumaremos TV interactiva, estadísticas en línea, seguimiento de los atletas de manera individual, entre otros servicios’.

‘Estos acontecimientos deportivos son una oportunidad para proveer a los anunciantes un valor agregado, con la experiencia que tenemos de haber hecho cobertura de eventos como la *Copa Mundial de FIFA Sudáfrica 2010*, donde tuvimos una experiencia publicitaria extraordinaria’, completó Mata.



YA QUE SE DETUVO AQUÍ
vea todo lo que tenemos para ofrecerle.



PRAMER

Glamour. Emoción. Placer. Entretenimiento.
Tenemos variedad en contenido y entretenimiento de calidad.
Tenemos las señales que su grilla necesita.



COSMOPOLITAN TV



VENTAS AFILIADAS: ventasafiliadas@pramer.tv - Tel. (5411) 4778-5400 - www.pramer.tv

<https://www.facebook.com/PramerSCA> | twitter: @pramerSCA

Pídelos a tú sistema de cable

EXISTE UN CANAL DE TELEVISIÓN POR CABLE QUE PROGRAMA LOS ÉXITOS MUSICALES QUE EN TU PAÍS PREFIEREN VER

CREADO PARA LOS AMANTES DE LA CULTURA POPULAR MEXICANA

Mi CINEMA

Comuníquese con nuestra representante de ventas:
Constanza Guzmán - (57) 310 787 1855
Colombia: 57-1-2875385
Miami: (1) 954-2377225
oguzman@mi-musica.tv

www.canalmimica.com/www.mi-cinema.com



UM COLOMBIA: APUESTA A LA TV PAGA Y DESARROLLO EN NEW MEDIA

Edgar Tarazona, presidente de UM Colombia, señaló a PRENSARIO: 'En 2011, la compañía abrió nuevos modelos de negocio con clientes. Además, nos fortalecimos con herramientas *tailor made* que dan soporte al proceso y pensamiento de UM y permiten destacarnos en un mercado cada día que está más evolucionado y especializado'.

'IncurSIONAMOS en nuevos medios, y logramos crecimientos orgánicos en nuestros clientes a partir de inversiones en espacios de diversificación como BTL, producción audiovisual y desarrollos digitales. Esto representó un incremento sobre medios tradicionales de un 8%'.

'Para ello contamos con un área de innovación en medios integrada por seis profesionales especializados, cada uno a cargo de un segmento de diversificación. El equipo de marketing digital está integrado por 15 especialistas en servicios de social media, SEM/SEO, display y creatividad. Administración y producción digital, está compuesto por 20 personas'.

En relación al desempeño de UM en TV paga, Tarazona destacó: 'En ese segmento estamos buscando desde hace más de un año, involucrarnos en canales con estrategias de branded content. Hoy en Colombia, UM es la agencia con mayor inversión en este medio y el 75% de nuestros clientes han utilizado TV paga dentro de su mezcla', comentó.

Entre los casos más destacados mencionó:

'La cobertura del Carnaval de Barranquilla para **Cerveza Aguila** (Sab Miller-Bavaria) con el programa *Wild On* de El, la campaña *Orgullo perdido* para **Cerveza Club Colombia, 50 Años** (Sab Miller-Bavaria), con apoyo al lanzamiento a través de asociación de piezas con el concepto de la marca y la imagen de los canales TNT, Warner Channel, Fox, Discovery Channel, A&E y History, el cambio de imagen del **Banco Caja Social**, vinculando piezas asociativas en History, Discovery Channel, TNT, Warner Channel, Space, CNN y Fox'.

En relación al mercado publicitario local, el ejecutivo opinó: '2011 fue un año relativamente tranquilo en cuanto a *pitches*. Las agencias de medios somos cada día más conscientes de su labor e importancia, y hemos empezado a implementar con algunos clientes, negociaciones amarradas a resultados'.

'Nuestro foco principal está en medir el aporte que hacemos desde UM para que nuestros clientes lleguen a sus metas y las superen. UM Colombia se diferencia por el pensamiento estratégico con foco en el descubrimiento de insights, y un producto integral, desarrollado para entregar resultados de negocio a nuestros clientes', añadió.

'Casi todas las compañías de medios están haciendo venta cruzada, es decir ofreciendo servicios de medios, creatividad, activaciones,



Edgar Tarazona, presidente de UM Colombia

digital, PR, etc. Es evidente la división que existe actualmente respecto a la forma como se premia la creatividad en este mercado', añadió.

En relación a las expectativas para este año, Edgar Tarazona dijo: 'En 2012 esperamos mantener el liderazgo y el crecimiento sostenido que traemos desde los últimos cinco años, lo que será posible a través de nuevas opciones de compensación ajustadas al negocio de cada cliente. La implementación de modelos de analytics basados en KPIs y por supuesto, nuevos negocios'.

'Para esto, continuamos con programas globales y locales de entrenamiento para nuestra gente que buscan seguir manteniendo a la oficina de Colombia y a nuestro equipo en general, como uno de los más adelantados dentro de nuestra red'.

LOWE/SSP3: ÉXITO EN NUEVOS NEGOCIOS Y FOCO EN ESTRATEGIA DIGITAL

'2011 fue uno de los mejores años para **Lowe/SSP3**. Ganamos nuevos negocios, tuvimos muy buena visibilidad creativa y fortalecimos el negocio con nuestros clientes actuales', destacó a PRENSARIO **Marialejandra Urbina**, directora de Planeamiento Estratégico de **Lowe/SSP3**.

'Ganamos la cuenta de **ETB**, empresa de comunicación de Bogotá que compite directamente con **Telmex** y **Telefónica**', mencionó Urbina. Y agregó: 'La pauta de TV sigue siendo más fuerte en canales nacionales no pagos, aunque crece la inversión en TV paga gracias al impulso de **DirecTV**, **Telmex** y **Telefónica**. Además, se realizaron muchos eventos de fútbol este año, que también ayudaron a este movimiento'.

Por otra parte, la ejecutiva comentó que la agencia ganó, en 2011, nuevas marcas de clientes ya existentes, como **Maltizz**, la nueva bebida

gasificada de **Bavaria**, hecha en base a malta.

Urbina señaló dos noticias globales, que llevaron a Lowe/SSP3 a 'marcar la diferencia' en 2011: 'El nombramiento de **José Miguel Sokoloff** como presidente del Consejo Creativo de **Lowe Worldwide**, y la campaña *Operación Navidad*, que fue la más premiada en la historia colombiana en festivales creativos y obtuvo reconocimientos de efectividad'.

En relación al mercado publicitario local, dijo: 'La economía en Colombia está creciendo, existe una inversión extranjera sin precedentes y esto conlleva industrias más competitivas. En consecuencia, aumenta la inversión publicitaria y la importancia de la comunicación'.

NUEVOS MEDIOS

'Entendiendo que cada vez más existen di-



Marialejandra Urbina

ferentes formas de llevar nuestros mensajes a las personas, el grupo Lowe/SSP3 fortaleció o estableció compañías especializadas en 2011. **Mass Digital** se focaliza en el relacionamiento a través de medios on line y off line. **Precise** está especializada en el desarrollo de contenidos, y **AIDA** en convertir interesados en prospectos de un producto', comentó Urbina.

'Con estas compañías el grupo busca mantener los mensajes cerca a las personas los 365 días del año. En 2011, **Burger King** adjudicó el manejo de su plataforma digital (México) a Mass y **Precise**', finalizó.

En 2007 nacimos como el primer canal de management del mundo.

En 2012 renovamos nuestra programación y estructuramos una red global de contenidos multimedia.



Evolucionamos

y nos exigimos más en forma, contenido, entretenimiento e información.

Nuevas series, nuevas historias de los que se animan a emprender, a trabajar en equipo, a crecer y a desarrollar a otros y a ellos mismos.



México - Región Andina
Alejo Idoyaga Molina

+52 (55) 5002 3215
amolina@hsmglobal.com

Cono Sur
Javier Asensio

+54 (11) 4110 3388
jasensio@hsmglobal.com



GLOBAL MEDIA: VENTA DE CABLENOTICIAS Y LANZAMIENTO DE NOVA TV

SE VIENE TV AGRO EN HD



Juan Gonzalo Ángel

Sin duda una de las personalidades más carismáticas y con mayor experiencia que participan en Andina Link es **Juan Gonzalo Ángel**, histórico socio de **Cablepacífico** de la región de Occidente.

Tras la venta de ese sistema a **Telmex**, marcó tendencia al presidir, desde hace cinco años, **Global Media**, generando señales colombianas de gran éxito local, como el caso de **Cablenoticias** que compitió con los demás canales líderes de Latinoamérica, y con claras

posibilidades de exportación como **TV Agro** y las demás. Fue pionero y formó parte así, como lo había sido de la TV paga y lo sigue siendo, del gran momento de la producción audiovisual colombiana que tanto se quiere promover. Una gran noticia del fin de año pasado es que **Cablenoticias** fue vendido al grupo venezolano liderado por **Alberto Federico Ravell**, propietario también de la señal **Globovisión**, con el objetivo de potenciarla todavía más a nivel internacional. En reportaje a **PRENSARIO**, Ángel destacó que el balance de **Global Media** Comunicaciones fue 'excelente'.

Y prosiguió acerca de lo que será, de ahora en más, la señal noticiosa: 'Cablenoticias ha pasado a manos de un grupo de empresarios venezolanos con mucho

talento periodístico y con planes de inversión en tecnología muy ambiciosos, que van a disparar más aun el crecimiento exponencial que ha venido teniendo en cuatro años desde su lanzamiento. En **Global Media** nos sentimos satisfechos de la labor realizada hasta la fecha, entregando el canal con casi 15 millones de suscriptores en más de 16 países', remarcó.

PIONEROS EN PRODUCCIÓN ORIGINAL

Acerca del posicionamiento de **Global Media** dentro de la producción independiente

de exportación en Colombia, sostuvo: 'En canales temáticos para televisión paga somos pioneros, la televisión en nuestro país tiene un buen desarrollo pero más en el campo de televisión variada y abierta, no obstante han venido apareciendo nuevas empresas en el mismo campo, para bien del desarrollo de esta naciente industria'.

Nova TV

También avanzó sobre que otras alianzas espera realizar. 'Nos acabamos de aliar con **Televentas** para lanzar un canal llamado **Nova TV**, con un esquema novedoso donde pagaremos a los proveedores de cable por cada usuario. Es un canal especializado en ventas de productos novedosos. El canal esta prácticamente listo y estamos en pruebas finales, esperamos lanzarlo en Andina Link'.

El principal objetivo de Ángel para este año es trabajar en la reingeniería de **TV Agro**, recopilando y adquiriendo contenido nuevo en alta definición para lanzar la señal en esa tecnología lo más pronto posible. 'Sería un nuevo salto de calidad para seguir a la vanguardia', completó.



El sitio web de **Prensario** para agencias de publicidad, centrales de medios y clientes directos

LatinAdSales.com

LE ABRIMOS TODAS LAS PUERTAS



SEPA MÁS DE LA CUENTA
LA ACTUALIDAD INTERNACIONAL 24/7



DISPONIBLE PARA TRANSMISIÓN ABIERTA
EN NORTEAMÉRICA, EN INGLÉS, A TRAVÉS DE GALAXY 23
EN LATINOAMÉRICA, EN FRANCÉS, A TRAVÉS DE INTELSAT 9

FIC COMPLETA COMPRA DE FOX PAN AMERICAN SPORTS

ADQUIERE DERECHOS DE LIGA ITALIANA Y LANZA FOX SPORTS BRASIL

A fines de 2011, **Fox International Channels** (FIC) completó la compra de la participación mayoritaria que tenía **HM Capital Partners** en **Fox Pan American Sports** y anunció el lanzamiento este mes de **Fox Sports Brasil**.

David Haslingden, presidente y COO del **Fox Networks Group** destacó la importancia 'estratégica' de América Latina y Brasil dentro de los planes del grupo, a la vez que **Hernán López**, presidente y CEO de FIC, añadió sobre el lanzamiento de Fox Sports en el principal mercado de la región: 'Brasil no sólo es el país con mayor número de suscriptores, sino también el que más rápido crece y el más ávido de programación deportiva del mundo'.

'Fox Sports el único canal de TV paga que transmitió partidos en vivo de la *Copa Santander Libertadores* —con seis equipos brasi-

leños— y la *Copa Bridgestone Sudamericana*, los torneos interclubes de América Latina de mayor importancia', completó.

También emitirá las carreras más destacadas de **Speed Channel**, que incluye todas las propiedades de **Nascar**, además de programas originales de noticias y entrevistas. Y desde la segunda mitad del año, tendrá dos partidos exclusivos en vivo por semana de la *Barclays Premier League*.

REESTRUCTURACIÓN Y LIGA ITALIANA

Otra novedad a fines de 2011 fue el anuncio de reestructuración, a partir del cual designó **Carlos Martínez** como nuevo presidente de la división Latinoamérica, quien sumará a sus tareas la supervisión de los derechos deportivos de la señal. **Emiliano Saccone** fue promovido a presidente de Entretenimiento, donde con-



Carlos Martínez, nuevo presidente de FIC Latinoamérica, y Hernán López, presidente y CEO de FIC

tinuará supervisando programación, producción, marketing y on-air y online publishing, y añadirá la supervisión editorial de los canales premium de la empresa.

A su vez, Saccone designó a **Eduardo Zebini**, como nuevo VP y director Editorial de Fox Sports en Brasil, quién viene de desempeñarse recientemente como gerente general de Broadcasting del Comité Organizador de la Copa Mundial de Fútbol Brasil 2014, y previamente, fue responsable durante trece años de deportes de **TV Record**.

Fox Sports LA anunció también la adquisición de los derechos de la *Liga Italiana* para la temporada 2012/2013, tras un acuerdo plurianual con **MP & Silva**, distribuidora de los derechos, que contempla la transmisión de los partidos en todos los medios para América Latina.

TELEFE: NUEVOS ESTRENOS

Telefe Internacional anuncia los estrenos de programación para el primer trimestre del año, entre los que se destacan la comedia romántica *Los Graduados*, que se estrena en marzo, y el programa infantil *Z TV*, que se emitirán en vivo por la señal internacional.

Los Graduados es una historia original de Sebastián Ortega sobre un grupo de ex compañeros del colegio secundario que se reencuentran veinte años después, con una historia de amor que los involucrará nuevamente y les cambiará el curso de sus actuales vidas.

Además, continúa la emisión de la telenovela del prime time *Dulce Amor*, producida por **Enrique Estevanez** y **Telefe**, que muestra el choque de dos mundos unidos por el amor, a la vez que siguen las tres ediciones de los noticieros, *Telefe Noticias 1ra* y *2da edición* y *Diario de Medianoche*, en vivo y en directo.



Daniel Otaola, gerente de Ventas, y Ariel Katz, ejecutivo senior de Ventas (extremos), con Heber Martínez, relaciones institucionales de Telefe, y Nancy Rolón de Marketing

Gran Hermano 2012, en su octava temporada, el magazine *AM*, conducido por Leo Montero y Verónica Lozano en su quinta temporada, *Zapping*, *no te estás perdiendo un programa estás viendo todos* e *Hiperconectados*, el primer programa sobre cultura digital de la TV argentina.

Los programas producidos exclusivamente para la señal son *Resumen Deportivo*, conducido por Fernando López Di Biase y Andrés Scipichetti, y *Especial Musical*, que permite interactuar con la audiencia mediante las redes sociales, e-mails y concursos.

MOVIECITY: MÁS DEXTER Y WEEDS

Showtime

Networks producirá dos nuevas temporadas más de la serie *Dexter* protagonizada por *Dexter* Michael C. Hall y la octava de *Weeds*, las cuales serán luego estrenadas en el paquete Premium de **Moviecity** América Latina.

Para la serie *Weeds*, que actualmente está emitiendo su séptima temporada, Showtime está en preproducción de 13 nuevos capítulos, y comenzará a grabarlos en 2012.

En América Latina, la sexta temporada de *Dexter* se está emitiendo actualmente por Moviecity, canal que la estrenó en octubre en simultáneo con Estados Unidos. En el caso de *Weeds*, Moviecity está emitiendo la sexta temporada los sábados a la medianoche por la señal básica **The Film Zone** y, los episodios estreno de la séptima temporada los domingos a través de **Cityvibe**.



Asia a la vista

NHK, la emisora pública de Japón, abre una ventana al continente asiático con su servicio en idioma inglés, ofreciendo noticias y una variedad de programas sobre tecnología, arte, cultura, el mundo empresarial y aspectos de la vida cotidiana.

Más información en :
www.nhk.or.jp/nhkworld/

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

MBA: TODOS LOS GÉNEROS, TODOS LOS TARGETS

NUEVAS SEÑALES EN DISTRIBUCIÓN

‘MBA se ha destacado en la industria de la TV paga desde hace más de 16 años, estableciendo alianzas estratégicas con programadores y proveedores de contenido, obteniendo excelentes resultados en distribución y penetración del mercado a través de operadores y plataformas de toda la región’.

Matilde de Boshell, presidente de MBA, describió a PRENSARIO el momento de su compañía y destacó: ‘Actualmente, contamos con un portafolio de 15 señales, incluyendo su más reciente acuerdo con **Imagina US** para distribuir el canal internacional **Pasiones**’.

‘En 2011, cerramos importantes acuerdos para la distribución de **Go!TV**, **Planet X**, **Destinostv.com** y los nuevos canales de **Media Networks Latin America** (de **Telefónica**), el infante juvenil **Yups!**, y **Toros TV**’, añadió. Otros socios de la distribuidora son: **MVS Televisión**, aliado comercial desde el inicio de la compañía, **Caracol TV Internacional**, **TV5Monde**, **Al Jazeera** y **Management TV**.

‘Tenemos uno de los portafolios más atractivos de la región, con señales que cubren todos los géneros y targes y con programación muy competitiva para los operadores de TV de paga’, completó de Boshell.

LA OFERTA DE MBA

De MVS destaca **Cinelatino**, que ofrece cine iberoamericano en español, películas

taquilleras y aclamadas por la crítica, especialmente de México, América Latina, España y Estados Unidos; y **Multipremier**, un canal de películas con actores de nivel internacional, eventos especiales y cine erótico, dedicado a ofrecerle al público adulto historias de amor, intriga y relaciones de pareja.

También **Antena 3**, señal internacional de uno de los principales broadcasters españoles: cuenta con series originales, especiales exclusivos y producciones de gran factura; y **ExaTV** que emite videos musicales de Latinoamérica y Estados Unidos, a la vez que ofrece cápsulas informativas con lo más relevante del mundo del entretenimiento.

La señal internacional de Caracol emite programas de actualidad, telenovelas, noticias, series, realities, programas de opinión y periodismo investigativo, entre otros. También TV5Monde con el mejor cine francés, series y documentales; el 70% de su programación está subtitulada al español y ofrece noticias en vivo y además de la Liga Francesa de Fútbol y el Tour de Francia.

Management TV está dedicado al mundo de los negocios; Al Jazeera de noticias; Go!TV



Alberto Ennis, Telefónica, Jorge Tatto de MVS, junto a Matilde y Carlos de Boshell, de MBA

enfocado 100% al fútbol de todo el mundo; Planet X sobre deportes de aventura y el estilo de vida que estos representan; y Pasiones de telenovelas de toda Latinoamérica.

Finalmente, la señal dirigida al público adolescente Yups!, con series de ficción y programas de entretenimiento; Toros TV, con la temporada taurina, las grandes ferias de España y de América, las primeras figuras del toro y las más prestigiosas ganaderías; y Destinostv.com, la primera guía de viajes en televisión.

‘En 2012, MBA continuará fortaleciendo y consolidando su portafolio. Entre sus estrategias está el lanzamiento de más señales HD, la comercialización panregional de pauta publicitaria y la distribución de contenidos para plataformas OTT y móviles’, completó de Boshell.

SONY: 11ª TEMPORADA DE AMERICAN IDOL

Nominada a diez ‘Primetime Emmy Awards 2011’, llega a **Sony Entertainment Television** la onceava temporada de **American Idol**, uno de los programas más populares emitido en la cadena **Fox** en Estados Unidos, conducido por **Ryan Seacrest**.

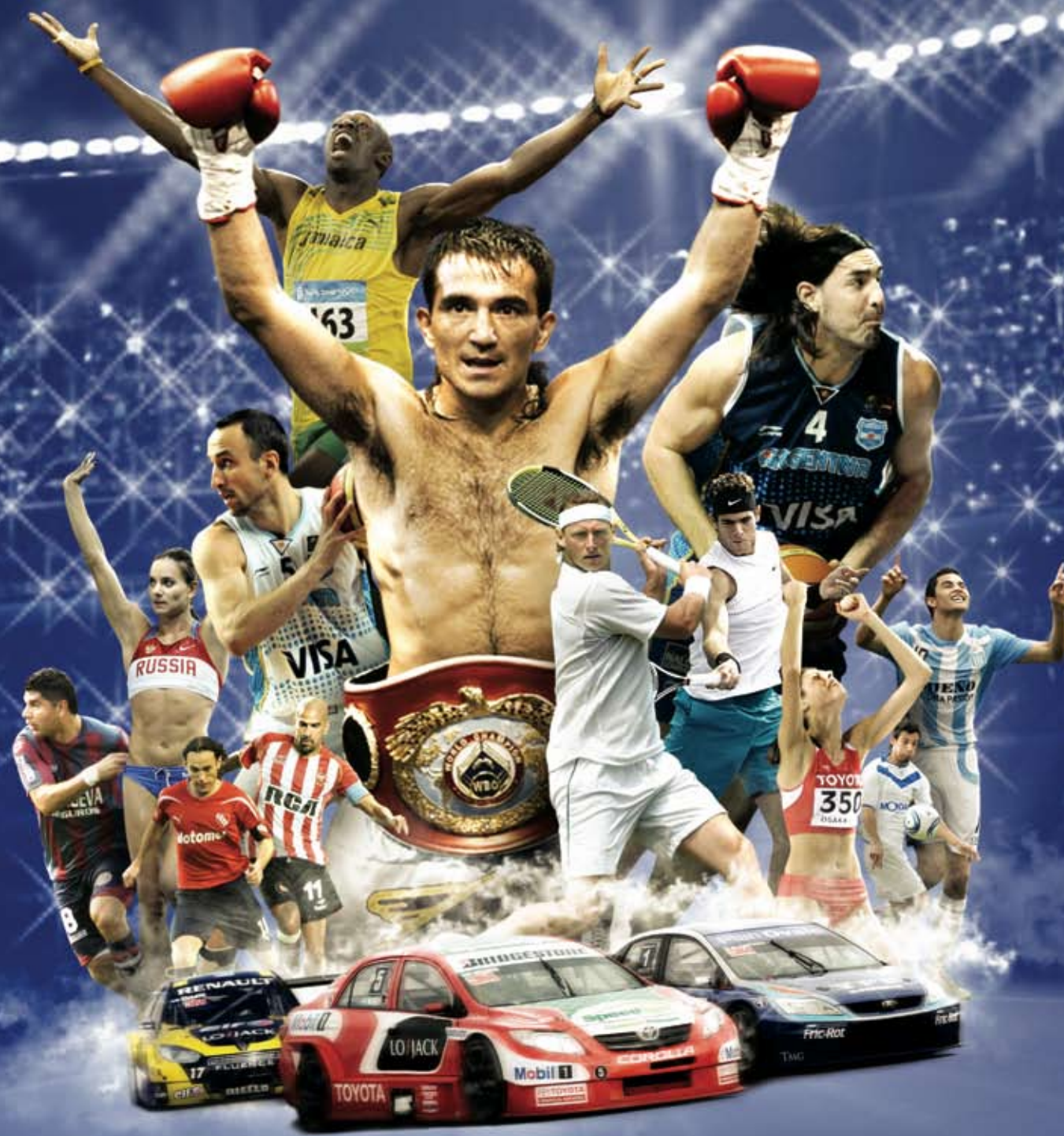
Creado por Simon Fuller, **American Idol** es una de las cientos de adaptaciones de este formato distribuido internacionalmente por

Fremantle-Media (**Idol**). En esta nueva edición se buscarán nuevos talentos musicales, que elegirán el jurado compuesto por el productor discográfico **Randy Jackson**, la cantante pop **Jennifer López** y el músico **Steven Tyler**.



American Idol

UN CANAL.
TODO EL DEPORTE.



Los eventos deportivos más relevantes y la mejor y más amplia propuesta de programación con una gran variedad de programas de producción propia en diferentes formatos y estilos.

TyC Sports

Contacto Ventas Afiliadas: Hernán Chiofalo, hchiofalo@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3531.
Contacto Publicidad: Julio Franco, Gerente de Ventas Publicidad, jfranco@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3800.
WWW.TYCSPORTS.COM

Visítanos en el stand n° 128 de Andina Link Cartagena 2012.

A&E OLÉ NETWORKS: 'INCREMENTAREMOS UN 10-15% LA PRODUCCIÓN ORIGINAL EN 2012'



Eddy Ruiz, EVP y gerente general de A&E Olé Networks

Eddy Ruiz, EVP y gerente general de A&E Olé Networks, adelantó a PENSARIO en Natpe que en 2012 planea incrementar el número de horas de producción original en un 10-15% para sus señales History Channel, Biography Channel y A&E, desde su base en Buenos Aires a cargo de Miguel Brailovsky.

A&E Olé Networks es uno de los programadores de señales de TV de paga que más apuestas ha hecho en relación a la producción original. En 2012 el objetivo es producir 110 horas de contenido original, prevaleciendo la 'calidad frente a la cantidad' de acuerdo a Eddy Ruiz.

'History tendrá cerca de 60 horas, y seguimos creciendo en Brasil, donde produciremos Caos, un reality que, depende de como funcione en ese mercado, lo doblaremos al español para Latinoamérica; y la segunda temporada de Fotonautas', dijo Ruiz.

'En A&E tendremos Hasta que la muerte nos separe y Crímenes de pasión (10x'60), además de la segunda temporada de El Luchador, que funcionó muy bien en México y Centroamérica. Habrá dos producciones más este año en México, que aún no podemos anunciar'.

Otro programa clave será el Festival de Viña del Mar emitido en simultáneo con Chilevisión: 'Tenemos los derechos internacionales de todos los artistas salvo el de Luis Miguel, que cierra el festival. Llevaremos un equipo de producción que desarrollará cápsulas para la web. Todo ello sumado a la producción de la casa matriz

en Estados Unidos que nos provee excelente contenido'.

'La estrategia para A&E en 2012 será quitar progresivamente las películas y sumar realities, además de seguir apostando por contenidos que marcan la diferencia, como Cirque du Soleil y los programas de música que emitimos los domingos', remarcó Ruiz.

Para Bio, habrá nuevas biografías de personajes como Chespirito, que se emitirá el día del cumpleaños (febrero), más capítulos de I Survived. 'Todo esto complementado con producción para los websites, donde queremos generar más tráfico de usuarios. Tendremos behind the scenes, y producciones específicas para esta plataforma', añadió Ruiz.

EL MOMENTO DE LA INDUSTRIA

Ruiz no duda en mencionar en los primeros lugares de los 'temas de la industria' a la cuestión regulatoria. 'Las nuevas normativas en Argentina, Brasil, Venezuela y México dan a entender un movimiento político dentro del



Fotonautas



El Luchador

mercado audiovisual. Eso nos complica un poco, sobre todo en lo referente a la cuota de producción nacional. Por nuestra parte, seguimos apostando a la producción local, que es la única manera de generar identidad en los canales'.

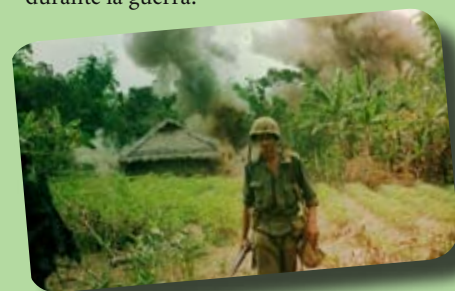
'Otro tema importante es sin dudas el incremento de la base de suscriptores, sobre todo en Brasil y México, en los segmentos C y D, a partir de paquetes minibásicos o prepagos. Creo que es imperante para la industria determinar algunas líneas en ese sentido: ¿cómo alcanzamos esos estratos? ¿cómo se mercede la programación? ¿cómo se genera identidad?', añadió el ejecutivo.

Finalmente, TV Everywhere, un segmento de negocio inaugurado por Moviecity Play, seguido por Fox Hits y, próximamente, el lanzamiento de HBO Go. 'No podemos negar que hacia allí vamos y este es un reto de los siguientes 3 años. También la cuestión del 3D (que ha probado no ser esencial), y el HD, con Brasil y México a la cabeza.

HISTORY: VIETNAM: LOS ARCHIVOS PERDIDOS

History Channel presenta Vietnam: Los Archivos Perdidos, nueva producción sobre una de las guerras más controversiales de la historia estadounidense. Narrado por el actor, Michael C. Hall, esta miniserie de seis horas cubre desde los inicios de la guerra en 1965 hasta la caída de Saigón en 1975.

Para su producción, al igual que con WWII, la señal hizo un recorrido por el mundo para obtener imágenes de los propios soldados en acción. Restaurado y transferido en HD para ser transmitido por TV, los videos cuenta con horas de imágenes sin censura que detallan la



EN EL 2012 SUBIMOS LA TEMPERATURA.

EL EVENTO MÁS HOT DE LATINOAMÉRICA.

TM & © 2012, MTV LLC, una compañía de Time Warner. Todos los derechos reservados.



ARGENTINA / BOLIVIA / CHILE / PARAGUAY / URUGUAY

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

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / PAÍSES ANDINOS / CARIBE

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

BRASIL

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

MGM: GRAN LANZAMIENTO DE ELLA PARA EL US HISPÁNICO



Jorge Balleste, Melvin Pérez, Marcello Coltro, Ricardo Montagnana y Ana Carreño

MGM Networks Latin America organizó en Natpe Miami el lanzamiento de **Ella**, su nuevo canal dirigido a la mujer con producciones originales en español, que reemplaza desde el 14 de febrero a **Casa Club TV** para el mercado hispano de los Estados Unidos.

Melvin Pérez, presidente de MGM Networks Latin America, explicó: 'Para la fase inicial invertimos cerca de 1,5 millones de dólares

en producciones originales y programación de contenido exclusivo', mientras que **Jorge Balleste**, VP de Programación, comentó: 'El target es la mujer latina de 25 a 49 años y la principal diferencia va a estar dada por el contenido de entretenimiento y lifestyle.

Tendremos más de 22 producciones originales 100% en español'.

Por su parte, **Roy Meyeringh**, director de ventas a afiliados para el US Hispánico, comentó: 'La distribución está a cargo de **Cablevisión** y **Comcast** y estamos trabajando en expandir la base de suscriptores en otros operadores de Estados Unidos. Hay 23.5 millones de mujeres latinas, que implican un alto poder de compras en las familias de ese origen.

Se implementaron seis bloques temáticos



Talentos de Ella durante el lanzamiento en Natpe

distribuidos en seis días de la semana: *Familia*, *Look*, *Espacio*, *Sabor*, *Ser* y el bloque de entretenimiento de fin de semana *Ella*, que emite películas. Se destacan *La Chispa de Chef Carmen*, conducido por la Chef **Carmen González**, finalista de la segunda temporada del programa *Top Chef Masters*; reality shows como *En Busca de la Nueva Diva* y *Fashion Forward*, conducido por la estilista **Irma Martínez**; y películas semanales como *La Mala*, de Puerto Rico y *Espiral*, de México.

Soluciones de Codificación Multicanal con Salida IP...

...en paquetes convenientes para TODAS las aplicaciones

MDU Solutions

Ideales para:

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

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

Patentes pendientes

T: +506-8850-2379

E: bcastro@atxnetworks.com

W: www.atxnetworks.com/DVIS



Tocamos todos los puntos del entretenimiento



CINE LATINO

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

M3

La combinación perfecta para adultos contemporáneos: películas internacionales y el mejor cine erótico.

exa TV

100% musical con una propuesta joven, fresca y actual, donde puedes ver los videos más pedidos del momento sin interrupciones.

ANTENA 3

Con más de 20 años de transmisión en España. Cuenta con series originales y especiales exclusivos de gran producción.

MVS
Televisión

INFORMES Y VENTAS

Dra. Matilde de Boshell
email: mboshell@mbanetworks.tv
Teléfono: (571) 642 0079 / 72 / 95 / 73



HBO SIGNATURE: NUEVA SEÑAL DE PRODUCCIONES ORIGINALES

HBO Latin American Group anunció en Miami el lanzamiento el 1 de febrero próximo de su nueva señal **HBO Signature**, que se suma al paquete Premium de **HBO Max**, y contará en un 80% de su programación con contenido producido por **HBO USA** y **HBO Latinoamérica**.

Gustavo Grossmann, VP y gerente general de **HBO Networks**, junto a **Miguel Ángel Oliva**, VP de Relaciones Públicas, destacaron que HBO Signature será el canal de las producciones originales, incluyendo series, miniseries, películas y documentales que reflejen el concepto "Premium" de la marca.

'Apuntamos al consumidor no lineal y emitiremos contenido galardonado que marquen tendencia. Un 80% será producción propia, y el otro 20% de contenido de catálogo; de la producción original, un 80% es de HBO USA y un 20% de Latinoamérica, que suma 50 horas de producción. Tendremos dos feeds, uno para Brasil y otro para el resto de América Latina', explicó Grossmann.

El concepto central será *Uniqueness*, es decir contenido diferenciador frente a la competencia: *Los Soprano*, *Carnivale*, *Roma* o *Band of Brothers*, entre otros títulos que hicieron furor serán

parte de la nueva propuesta. 'Programaremos franquicias todos los días, para generar mejor recall en la audiencia', apuntó Oliva.

'Los lunes tendremos series tendremos series HBO USA; los martes, series de Latinoamérica; los miércoles miniseries de alto presupuesto; los jueves HBO Films; y los viernes el *HBO catch up*, es decir la repetición del estreno del domingo anterior en HBO, nuestro canal insignia. Los sábados tendremos *Comedy Night Movies* y *Comedy Night Series*, y los domingos *HBO Movie Look*', dijo Grossmann.

HBO: MANDRAKE

HBO Latin America comenzó el rodaje de un especial de la serie brasileña *Mandrake*, que traerá a los personajes de la serie sumando a varios nuevos talentos. Dirigido por **José Henrique Fonseca**, el especial arranca desde un breve período posterior al final del último capítulo de la serie, *Alma*, donde el abogado Mandrake pasa por un momento de crisis con su amigo y socio Wexler.



Gustavo Grossmann y Miguel Ángel Oliva

Y completó: 'Este es el primero de tres lanzamientos en 2012. En cuanto a producción original, estaremos estrenando la serie *Pleamar*, *FDP*, sobre fútbol, y la serie documental *Destino Sao Paulo*, rodadas en Brasil, a la vez que lanzaremos *Prófugos 2*, producida en Chile, *Capadocia 3* y *Mandrake*'.

El formato del especial son dos partes de 90 minutos cada una, y será íntegramente

filmado en Río de Janeiro con locaciones en el Centro, Copacabana y Barra da Tijuca.



Nuevo!

Antenas para VSAT motorizadas Viking Satcom de doble eje (Dual Axis), para transmisión-recepción y Feed motorizado.

VIKING SATCOM

Viking Satcom se complace en anunciar una nueva línea de productos basada en el éxito de nuestras antenas para recepción motorizadas. **Antenas motorizadas para Vsat Tx/Rx de 1.8 y 2.4 metros.** Las nuevas antenas motorizadas de doble eje (Dual Axis), complementan la línea recientemente desarrollada por Viking Satcom de Feeds motorizados para banda C y Ku que permiten el ajuste automático de la polarización.

Características:

- Disponibles en 1.8 y 2.4 metros con reflector seccionado.
- Azimut y Elevación motorizados-Recorrido extendido.
- Feed motorizado opcional para banda C y Ku tanto TX/RX como solo RX.
- Diseño probado y rentable.

Aplicaciones:

- Seguimiento en órbita inclinada.
- Redundancia Satelital.
- Programación Satelital "On Demand"



Feed Ku de dos puertos Tx/Rx motorizado

↑ Elevación Motorizada ↓

Viking Satcom es su fuente más confiable para equipo Satelital.
www.vikingsatcom.com | +1 (517) 629-3000

← Azimut Motorizado →

azteca novelas

UN CANAL 100% TELENÓVELAS

MARIANA TORRES Y JORGE ALBERTI
VUELVE A QUERER

LAS ESTRATEGIAS DE PROGRAMACIÓN 2012 DE WARNER Y TNT



Pablo Corona, Senior Director de Programación y Standards & Practices de TNTLA y Warner Channel Latin América

PABLO CORONA cumplió un año al frente de la programación de Warner Channel, desde que la operación (programación, ventas publicitarias, etc.) pasó a manos de TURNER BROADCASTING SYSTEM en Latinoamérica. El ejecutivo también lidera el área de programación de TNT, uno de las principales señales del grupo.

El equipo liderado por Corona cuenta con 4 personas en Atlanta, 3 en Buenos Aires y una en Sao Paulo, todas ellas abocadas al área de programación (mercadeo, etc.). 'Entre los principales cambios, podemos mencionar algunas modificaciones sutiles en la imagen del canal y sobre todo en cómo lanzamos los contenidos y cómo los mercadeamos', remarcó.

El ejecutivo destacó el lanzamiento de 13 series, encabezado por *Alcatraz* (23 de enero), a una semana de Estados Unidos. 'Esta es una tendencia que vemos cada vez más frecuentemente: el lanzamiento casi en simultáneo de las series en USA y Latinoamérica', añadió.

Entre las comedias aparecen *Are you there Chelsea?* y *I hate my teenager daughter*, que se suman a los principales lanzamientos a fines de 2011: *Person of Interest*, *Subrogatory* y *The Secret Circle*. 'El objetivo para 2012 será tener un lanzamiento por semana', completó Corona.

A nivel de estrategias de programación, Warner Channel sigue siendo de las señales más fuertes en series. Por eso, el ejecutivo indica que,

si bien seguirá apostado fuertemente por las nuevas producciones, las series con renovación de temporada también tendrán su espacio: *The Big Bang Theory*, *Fringe*, *Mike & Molly*, *The Middle*, *Two and a Half Men*, *The Mentalist*, *Vampire Diaries* y *Supernatural*.

'Somos parte del estudio número uno de Hollywood, por lo que es un reto programar series de primerísima calidad en prime time. Sobre todo, capturar a la audiencia con propuestas muy diferentes entre sí. En relación a las tendencias, vemos que hay más comedias este año, por lo que el jueves le dedicaremos un espacio especial', dijo.

LOS PILARES DE TNT

Para TNT, Corona destacó que los tres pilares de programación. 'El primero son las películas, el ADN de nuestro canal; el segundo son los eventos en vivo, segmento en el que somos líderes indiscutidos; y tercero las series de alto presupuesto'.

Una de las novedades de TNT es el ciclo de TV Movies *Mystery Movie Night*, con títulos como *Ricochet*, *Silent Witness*, *Good Morning, Killer*, *Hornet's Nest* y *Scott Turow's Innocent*. 'El TNT Megafilm de febrero es *El transportador 3*, y el TNT Megafilm de marzo es la ganadora de 6 Oscar *The Hurt Locker*. Otros títulos son *Role Models*, *Run Fatboy Run*, *Drag Me to Hell*, *Saw III*, *The Condemned* y *RocknRolla*'.

Entre los eventos especiales están las ediciones 2012 de los *Golden Globe*, *Academy Awards*, *Grammy* y *Grammy Latino*, *Miss Universo* y los



Alcatraz, gran lanzamiento para Latinoamérica el 23 de enero, una semana después que en Estados Unidos



Boss será uno de los grandes estrenos en abril para TNT

nuevos *Billboard Awards* y *Video Game Awards*, y los mejores conciertos.

En series, el foco estará puesto en la segunda temporada de *Falling Skies*, la serie de ciencia ficción protagonizada por **Noah Wyle**, de **DreamWorks Television** y del productor ejecutivo **Steven Spielberg**. Además, *Boss*, un drama ganador de un *Golden Globe* que estrena en abril, protagonizado por **Kelsey Grammer**; y *The Borgias*, serie de **CBS** protagonizada por **Jeremy Irons** que se lanza en julio.

GRAN LANZAMIENTO DE ALCATRAZ EN MÉXICO

Alejandra Barrera, directora de Mercado-tecnia para México y Centroamérica de **Turner International México** presentó *Alcatraz* en Lago Menor del Bosque de Chapultepec del DF, serie producida y dirigida por **J.J. Abrams** (*Lost*, *Super 8*, *Star Trek*).

Barrera dijo que la serie relata la historia de una oficial de la Policía de San Francisco que investiga un extraño caso de un grupo de reclusos de la cárcel de Alcatraz que, tras desaparecer misteriosamente décadas atrás,

ha reaparecido recientemente, para asombro de propios y extraños.



Alejandra Barrera

YA ESTÁ DISPONIBLE

SexFlixx

El Más Candente Entretenimiento para Adultos
Películas larga duración y escenas individuales

GENERE MEJORES INGRESOS

SVOD - "ALL YOU CAN EAT"

- * Ofrezca Sexflixx de manera individual
- * Inclúyalo como parte del paquete de Canales

XTSY JUICY REAL

- * Sus clientes regresarán por más!

MÁS CHICAS, MÁS VARIEDAD, MÁS ACCIÓN

Ofrecido por **TEN** THE EROTIC NETWORKS

Lider Mundial en Entretenimiento para Adultos
SUSCRIPCIÓN/ PPV/ VOD/ SVOD/ HD/ MULTI-PLATAFORMA

David Guerra VP Sales dguerra@noof.com +1.786.942.6750

MEDIA NETWORKS LANZA YUPS PARA LATINOAMÉRICA

EN ALIANZA CON CRIS MORENA GROUP Y RGB ENTERTAINMENT

El nuevo canal **Yups** nace como un emprendimiento conjunto de **Media Networks**, mayorista regional del **Grupo Telefónica** y la mayor integradora de contenidos de Perú, y **Media International Enterprises LLC** en alianza con **Cris Morena Group** y **RGB Entertainment**, creadores de los éxitos juveniles más importantes de los últimos tiempos.

La señal es distribuida regionalmente por Media Networks, que presta servicios a operadores en Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, Bolivia, Venezuela, México, Centroamérica y Perú, donde está situada su cabecera regional.

Ofrece en una misma señal éxitos de audiencia como *Floricienta*, *Casi Ángeles*, *Atra-*

pados, *Alma Pirata* y *Bé-B*, entre otras exitosas producciones. Es un canal joven que además de series y novelas, emite programas música, concursos y shows de entretenimiento, hecho en América Latina para chicos y chicas de toda la región.

‘Se trata de una señal dirigida 100% al público adolescente y juvenil de la región, con una programación de alta factura técnica y una novedosa propuesta de series, novelas, música y concursos, y está disponible para ser entregada en cualquier territorio de Iberoamérica’, explicó a **PRENSARIO** **Ricardo Guzmán**, director de Distribución de Media Networks.

A la fecha, se distribuye desde noviembre en **Movistar** de Perú y **CNT** en Ecuador, donde se ha posicionado rápidamente entre los canales preferidos por su público objetivo, y desde este año está disponible para el Cono Sur. Guzmán señaló que **YUPS** está concebida bajo un esquema de producción ‘modular’ y pronto incorporará a conductores de los distintos países de la región. ‘La idea es localizarla en cada mercado y generar identificación entre los distintos grupos de jóvenes’, agregó el ejecutivo.



Floricienta

‘Siendo un canal para adolescentes y jóvenes, el principal foco es la interacción con el público a través de una plataforma online en distintas redes sociales, lo que lo convierte en un canal con oferta 360º’, completó Guzmán.



Casi Ángeles



Alma Pirata

TECNOLOGÍA

PROMPTLINK: ACUERDO CON UNE-EPM

NOVEDOSO STAND EN ANDINA LINK

Promptlink Communications vuelve a apostar al estratégico evento Andina Link de Cartagena, donde exhibe sus productos y tecnologías en un nuevo stand de avanzado diseño que ya tuvo en la Expo SCTE de Atlanta, de acuerdo a lo comentado a **PRENSARIO** por su responsable para Latinoamérica, **David Mosquera**.

Promptlink ofrece modernas soluciones de software para el monitoreo, aprovisionamiento y gestión de firmware de redes de video, voz y datos sobre cable. También, la compañía ofrece un banco de pruebas para CPE's en producción masiva.

La suite de herramientas de software incluye el **Cable Plant Monitoring (CPM)** para el monitoreo de cable módems, EMTAs, Set Top Boxes y otros dispositivos. También, el módulo **Cable Modem Upgrade (CMU)** que permite la gestión remota de firmware de módems y EMTAs, y el **Integrated Provisioning System**

(IPS) que facilita el aprovisionamiento con integración sistémica de CPEs, enlazando la información de abonados con el estado general de la red.

La plataforma **Cable Modem Test Platform (CMTP)** es un banco de diagnóstico masivo para probar cable módems, EMTAs y CM-Routers inalámbricos. ‘Es el producto líder en el mercado, adoptado por las principales cable operadores en todo el continente para optimizar sus procesos de logística reversa’, destacó Mosquera.

FUERTE PRESENCIA EN LATINOAMÉRICA

Basada en Oceanside, California, Promptlink sigue consolidando su presencia en América Latina, con **NET Serviços** (Brasil), **VTR** (Chile), **Cablevisión** (Argentina) y **Cablemás** (México) que ya han lanzado la implementación del protocolo DOCSIS 3.0. El ejecutivo apunta que la compañía está actualizando sus plataformas de



Foad Towfiq, Farah Sadrzdeh, David Mosquera, Alexander Podarevsky y Anton Shtikhlaytner, de Promptlink en la Expo SCTE

prueba ‘acorde a esta nueva necesidad’.

‘La intención para 2012 es continuar avanzando en la exposición de mercado y en la base de clientes regionales. Particularmente en Colombia, donde cerramos un contrato de suministro y soporte con **Une-EPM Telecomunicaciones** de Medellín, una de las operadoras multiservicio líderes en la región. El proyecto contempla la implementación del sistema de monitoreo **CPM** de Promptlink en todas las redes HFC de Une a nivel nacional’.

Una señal, para todo el mundo.



Información • Entretenimiento • Cultura

Comercializado por :
FOX | **LATIN AMERICAN CHANNELS**
BRANDS WITH FANS

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

CLAXSON: CONSOLIDACIÓN DE PLAYBOY HD Y PENTHOUSE EN LA REGIÓN

LANZAMIENTO DE *HOT PACK* EN TELMEX COLOMBIA



Fernando Adad, director Comercial

En 2012, **Claxson** consolida su liderazgo en Latinoamérica con el aumento en la distribución de sus señales **Penthouse** y **Playboy HD**, apoyados en la fuerte apuesta a la venta a afiliados que ha instrumentado desde fines del pasado año, conformando un nuevo equipo liderado por **Fernando Adad** como director Comercial, y cerrando un acuerdo con **Telmex** para la distribución de **Hot Pack** en Colombia.

'Penthouse es una marca líder en Estados Unidos, lanzada el 1° de Noviembre en la región y que se comercializa en múltiples mo-



Mundo Playboy

dalidades: suscripción mensual, PPV y VOD, donde ofrece además 10 estrenos mensuales en HD', explicó Adad a **PRENSARIO**.

A menos de cuatro meses de su lanzamiento, ya está disponible en Argentina, Aruba, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, México, Panamá, República Dominicana, Trinidad, Uruguay y Venezuela, con lanzamientos en los principales operadores, como **Cable Onda** de Panamá, **Cablevisión** y **Megacable** de México, **Claro** y **VTR** (VOD) de Chile.

'Penthouse aporta variedad al paquete adulto de Claxson, fortaleciendo la oferta con sus producciones de alta calidad. La performance en modalidad transaccional ha superado nuestras expectativas: más de un 25% de las ventas de VOD corresponden a películas HD. Vemos un sólido crecimiento intermensual durante los meses de lanzamiento, añadió.

PLAYBOY HD Y HOT PACK EN TELMEX

Playboy HD es la única opción de canal adulto del mercado latinoamericano en esta tecnología, y ya está disponible para más de medio millón de suscriptores digitales. 'Los operadores están invirtiendo fuertemente en optimizar sus redes para incorporar nuevos canales HD. Playboy garantiza variedad porque suma una nueva categoría de entretenimiento', comentó Adad.

'Hemos comprobado que nuestro Pack HD logra altos niveles de permanencia del abonado. Hoy nos centramos en el desarrollo de canales de venta discreta que permitan suscribirse a través del control remoto, sucursal virtual o IVR. Estamos trabajando en esa línea para incrementar la penetración de nuestro **Pack Full HD** con VTR y Megacable, y apostamos a poder desarrollar nuevas estrategias de



Verano 2012 es una producción para Mobile, cuya protagonista participa en el stand de Claxson en Andina Link



CLAXSON

PENTHOUSE

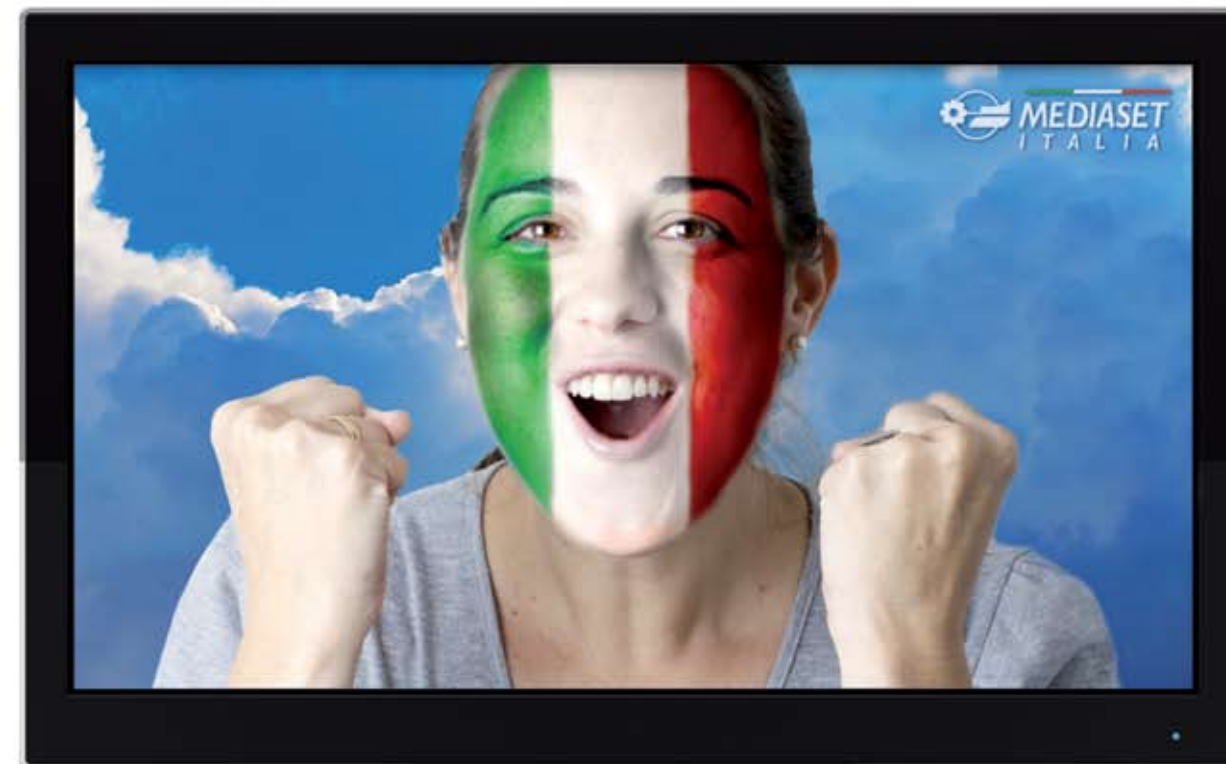
venta con Cable Onda y **Grupo Hevi**, que han incorporado recientemente la señal'.

En Andina Link, Playboy TV está presentando su **Hot Pack**, junto a **Telmex Colombia**, con una precio especial: 'Este paquete de señales para adultos incluirá **Playboy TV**

y **Venus** y se lanzará por 35.000 pesos (19 dólares), lo que representa un descuento del 20% respecto a la compra individual de los canales', indicó Adad. 'Los suscriptores de **Telmex** acceden ahora a una opción más atractiva pues, al beneficio económico, se suma la posibilidad de contar con un producto Premium que garantiza mayor diversidad de programación. Además, permite un mejor fidelización del suscriptor e incremento del ARPU', completó.

El acuerdo regional entre ambas compañías contempla, además de Playboy y Venus, la distribución de **Sextreme**, **Private** y **Penthouse**, en múltiples modalidades de contratación y con alcance en Paraguay, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Nicaragua, Guatemala, Honduras, El Salvador, República Dominicana y Puerto Rico.

El corazón de Italia



Mediaset Italia. Italia como nunca antes la habías visto.

Dedicado a los 60 millones de italianos que viven en el mundo, Mediaset Italia es el canal italiano #1 en el mercado. Ofreciendo lo mejor de la programación de los principales canales del grupo en Italia, incluyendo



El canal italiano #1

Distribuidores



www.mediasetdistribution.com - internationalsales@mediaset.it

DLA: CUBRIR TODOS LOS SEGMENTOS PROGRAMÁTICOS

Uno de los principales desafíos en 2012 de **Digital Latin America (DLA)** es cubrir con su oferta VOD todos los segmentos de programación, desde preescolares a adultos, y apostando por más producción latinoamericana, a partir de su adquisición en octubre por parte de **América Móvil**.

Pablo Iacoviello, director de adquisiciones, y **Javiera Balmaceda**, Senior Manager of Non

Linear Programming, explicaron a **PRENSARIO**: 'Creemos que los próximos tres años serán explosivos para las plataformas VOD en la región. Es un sistema intuitivo que gana adeptos y fanáticos rápidamente'.

'Vemos que Latinoamérica ya es un mercado maduro y exigente en ese sentido. Estamos implementando estrategias agresivas en la parte de adquisiciones, cerrando acuerdos con



Pablo Iacoviello, director de adquisiciones, y **Javiera Balmaceda**, Senior Manager of Non Linear Programming

proveedores de series y telenovelas, además de películas mexicanas como *Amores Perros*, que adquirimos a *Xystus* junto con otros 100 títulos. Hay una apuesta clara por contenido regional'.

Destacaron el acuerdo con **Comarex** por las versiones cortas de las telenovelas de **TV Azteca** (de 30 episodios), y con **Baywood** de Chile por la serie *Los Archivos del Cardenal* de **Televisión Nacional** de Chile. 'También acordamos con **Baby TV** de **Fox** para la provisión de producciones para niños de 0 a 2 años para VOD', completaron.

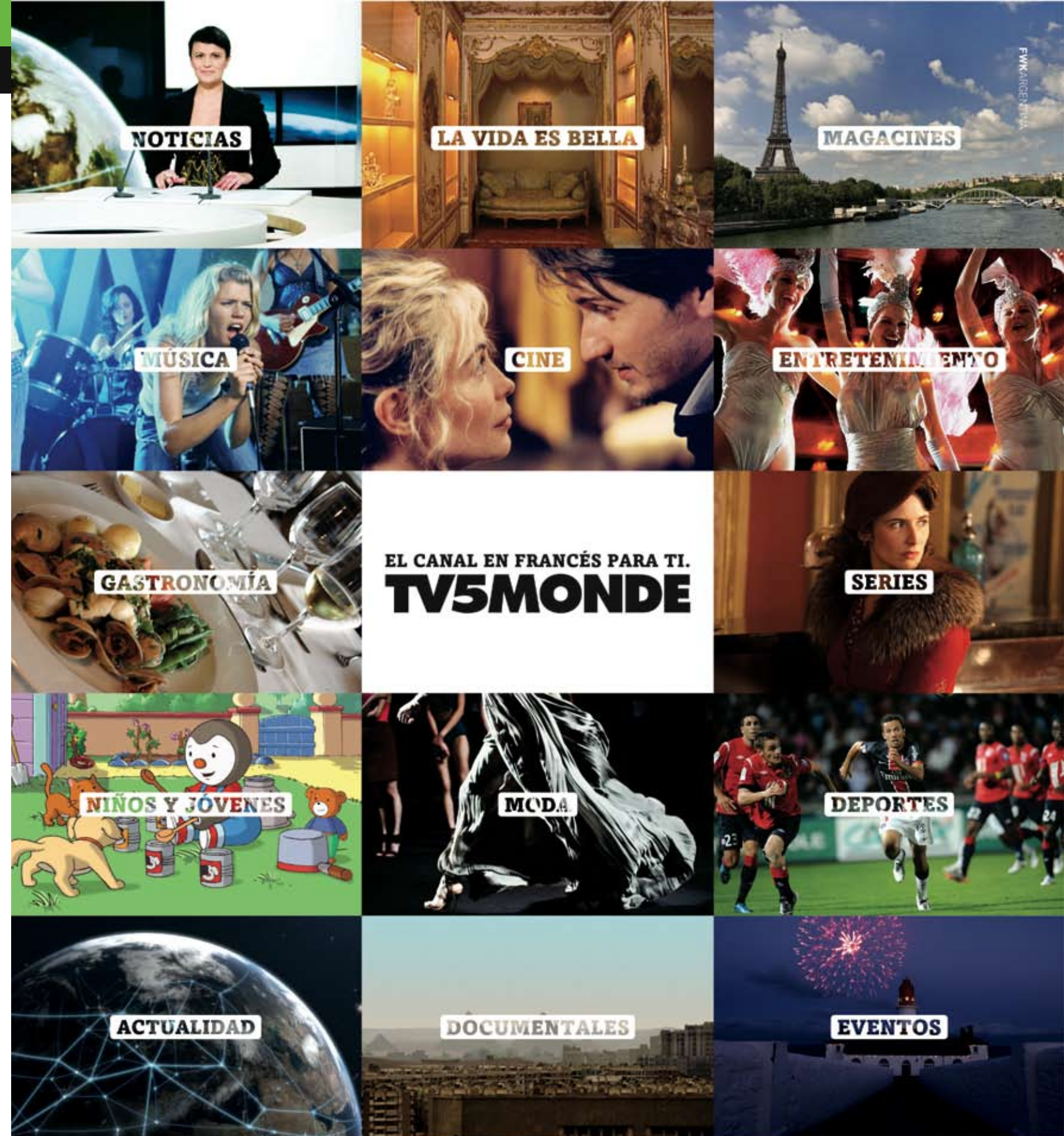
'Tenemos acuerdos con **Dori Media** y **Telefe**, con **Red Bull** y distintos productores de contenidos deportivos; películas de Lionsgate y de otros estudios grandes. 'Estamos sumando de a poco contenido europeo de **Zed**, **Les pac**, **CDC United**, a los que consideramos socios, no proveedores', añadieron.

El servicio SVOD de DLA está hoy disponible en Brasil con **Net**, **GVT** y **Telefónica**; en México con **Telmex**, **Maxcom** y **Cablemas**; en Argentina, con **Telefónica**, **Telecom**, **Grupo Vi-Da** y **Cablevisión**; Chile, con **VTR**; en Colombia con **Une-EPM** y **Caracol**; con **Telmex** y **Total Media Networks**, a nivel panregional, con **Colombus Communications** para Jamaica y Trinidad y Tobago, y **Cable Onda** en Panamá.

'El próximo gran paso, y para el que ya estamos diseñando la estrategia de adquisición es la plataforma *Mobile*. Estamos buscando conciertos de corta duración para **Concert Channel**, por ejemplo, y también de distintos géneros para tenerlos disponibles en esta ventana', finalizaron Iacoviello y Balmaceda.



Pablo Iacoviello con **Antonio Barreto**, CEO, de **DLA**, y **Fernando Magalhães** de **Net Brasil**



TV5MONDE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE
www.tv5monde.com/latina

SÍGUENOS EN

Aurélia Blanc - TV5MONDE / Electron libre / Thinkstock / Michel Deville - Elefim / Thinkstock / Tédanho Productions / David Helman - France 2 - Nelka Films / 2008 Les Armateurs - TIJI - Mélusine Productions - Neria Productions / Nec+Ultra, défilé Lanvin / A Bibard - FEP - PanoramiC

VIACOM: COMEDY CENTRAL PARTE EN LATINOAMÉRICA

NUEVAS COPRODUCCIONES CON TELEVISA



Sofía Ioannou, directora general de VIMN Latinoamérica

Viacom International Media Networks (VIMN) tuvo una fuerte presencia en Natpe Miami, con dos grandes novedades: por un lado anunció el lanzamiento de **Comedy Central**, señal que está disponible en toda la región desde el 1 de febrero, y por otro organizó un cóctel con presencia de sus principales ejecutivos para lanzar dos nuevas series originales, coproducidas con **Televisa**.

La fase inicial del lanzamiento de Comedy Central incluye una distribución en más de 10 millones de abonados en toda la región, como **Cablevisión México**, así como los sistemas afiliados a **PCTV**; en Brasil, a través de **SKY**, **Via Embratel**, **OiTV** y **NeoTV**; además de sistemas en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, República Dominicana y Venezuela cuya distribución se anunciará próximamente.

‘La misión de VIMN es que sus propiedades

y contenidos lleguen de manera cultural y geográficamente relevante a sus audiencias, y el lanzamiento de Comedy Central en América Latina es el más reciente ejemplo de esto’, declaró **Sofía Ioannou**, directora general de VIMN.

‘Esta estrategia fortalece el diálogo con nuestros clientes y afiliados en la región, ya que ampliamos nuestro portafolio de productos que ahora incluye una nueva marca multiplataforma de entretenimiento de comedia para el segmento de jóvenes y adultos’, agregó.

La programación está compuesta por contenidos de Comedy Central Estados Unidos, sumados a adquisiciones, programación original, stand-up, producción local, sketches, animación, series y películas. El canal tendrá versiones en español y portugués, con series internacionales como *Happily Divorced*, *The*



Exes, *South Park*, y producciones locales como *La familia del barrio* y *El Spooky Show*, entre otras. En cuanto a adquisiciones, se presentarán las producciones de **Televisa** *XHDerbe* y *Va de nuez en cuando*, para el mercado mexicano.

Desde su lanzamiento en noviembre de 2011, el sitio web de Comedy Central ha obtenido resultados muy positivos. *El Roast de Charlie Sheen* y *El Spooky Show* se posicionaron como los programas más vistos, además de haber generado miles de seguidores en **Facebook** como en **Twitter**, lo que ha asegurado una fuerte presencia en el mundo digital.

MÁS COPRODUCCIONES CON TELEVISA

También en Natpe Miami, VIMN organizó el martes 24 con Televisa un cóctel donde anunció dos coproducción de series juveniles: una para Latinoamérica y otra para Estados Unidos, destacándose la presencia de **Emilio Azcárraga Jean**, CEO del **Grupo Televisa**, junto a **Pierluigi Gazzolo**, COO de VIMN y anfitrión de la noche.

La primera es *Search for a star*, una serie 80 episodios para que será producida por **Sony** para **Nick USA**, aunque no se determinó si luego se emitirá en **Nick Latinoamérica**.

La otra es *MissXV* que estrenará **Nick Latinoamérica** en abril y **Canal 5** de Televisa



Viacom y Televisa anunciaron dos coproducciones, *MissXV* y *Search for a Star* para Nick USA: Cyma Zarghami, presidente de Nick USA, Pierluigi Gazzolo, COO Viacom, y Sofía Ioannou, directora general de Viacom Latin America, con los protagonistas de la serie

México en julio. La distribución internacional de ambas está a cargo de **Televisa Internacional**, explicaron.

DAR TV: DE ESPAÑA A LATINOAMÉRICA

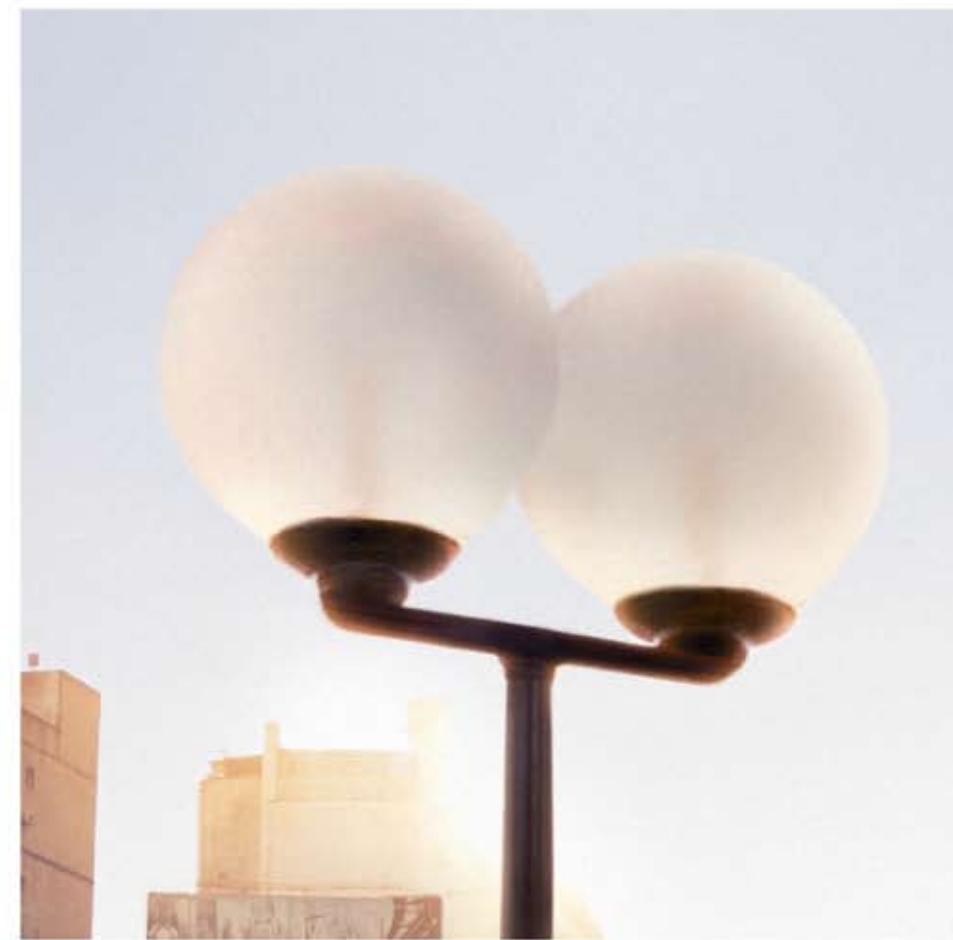
A partir de enero de 2012, una nueva propuesta de entretenimiento llega a Latinoamérica: **Dar TV**, nuevo canal en HD que ofrece producciones originales del cine Español de todos los tiempos. Está disponible en el satélite Intelsat 805, y ofrece a los cableoperadores la inserción de cortes publicitarios.

Es una señal con denominación de origen,

con programación que busca dar a conocer y fomentar el renacimiento del cine español de la mano de directores y actores de éxito mundial como **Almodóvar**, **Penélope Cruz**, **Rafael Barden**, **Antonio Banderas**, y algunos más clásicos como **Luis Buñuel**.

Además del cine español, trae documentales, series originales, la música más reco-

nocida internacionalmente, y películas de todos los tiempos, desde clásicos a los últimos estrenos, pasando por drama, comedia, cine bizarro, histórico, bélico y westerns, entre otros.



La nueva imagen de la información

Deseamos que vea el mundo en todas sus facetas. Para ello hemos creado un nuevo diseño, una nueva programación y un nuevo sitio web. Pero siempre con la independencia y credibilidad que caracteriza a la emisora internacional de Alemania.

Explore con nosotros en www.dw.de

Ahora en DW
20 horas
en español

BBC WORLDWIDE CHANNELS: TRES PROPUESTAS DIFERENCIADORAS

Ángel Peche participó en Natpe como gerente general interino de BBC Worldwide Channels, donde destacó que el objetivo de la compañía es seguir posicionando a los canales del grupo británico en los mercados estratégicos de la región, comenzando por México, Brasil, Colombia y Argentina, y siguiendo por Venezuela y Ecuador en una segunda etapa.

‘Brasil es un mercado enorme y con crecimientos asombrosos en la base de suscriptores. Latinoamérica, por su parte, muestra signos de desarrollo importantes en la industria de TV de paga. De acuerdo a Dataxis, hoy hay 45 millones de abonados, pero en 2016 se estima que habrá 61 millones, es decir un crecimiento del 40%. Todo ello gracias a la prosperidad de las clases medias’, describió Peche.

‘BBC ofrece un contenido único en el mercado orientado a una audiencia que aprecia la calidad de producción. Son tres propuestas diferenciadoras: BBC Entertainment, canal apuntado al target 18-34 años, Cbeebies, para prescolares, y BBC HD, con el mejor contenido en alta definición. Para 2012 estimamos que el 70% de nuestras producciones (en todo el

mundo) serán HD’, añadió.

En el primero de ellos ofrece The Sing Off, formato de Sony, donde los participantes deben cantar a capela; y The Voice, la adaptación estadounidense del formato de Talpa, que se estrena en ese país el 15 de febrero. Además, temporada número 18 de Top Gear, una de las franquicias más exitosas del canal; The Fodes, serie de suspenso y misterio.

El segundo tendrá Baby Jack, una animación



Ángel Peche, gerente general interino

con fotorealismo y más producciones originales de la BBC. Finalmente, Superstorm en BBC HD, un documental científico acerca del clima; Ciudades perdidas del Mundo Antiguo y Los Secretos de la Gran Bretaña, entre otros.

BBC HD PARTE EN CABLE ONDA DE PANAMÁ



Rolando Figueroa

BBCWorldwide Channels anunció a través de Rolando Figueroa, director de Ventas Afiliadas, que BBC HD parte en el sistema Cable Onda, operadore líder de TV de

paga de Panamá.

Rommy Mantilla, gerente de Mercadeo de Servicios Premium del operador, dijo: ‘BBC HD nos ayuda a complementar nuestra oferta con contenido sobre ciencia, historia natural, factual, viajes y aventura, drama, ciencia ficción y conciertos. Es además un complemento al canal preescolar Cbeebies y BBC Entertainment, disponibles en el paquete básico extendido’.



Tu ventana a **España**

CINE
SERIES
DOCUMENTALES
MUSICA
100% ESPAÑOL

Contáctenos en: sales@dar-tv.com Tel: +1 (305) 323 5141 www.dar-tv.com



Líder mundial en el desarrollo de productos y soluciones para infraestructuras de Telecomunicaciones de banda ancha.



- Equipos de gestión de cabecera
- Sistemas de localización de Ingress.
- Reducción de ruido mediante tecnología Ingress Safe
- Tecnología Modem Safe para prevención de picos de corriente
- Miembros Alianza MoCA®

- Disponemos de equipos desde cabecera hasta última milla.
- Somos especialistas en modernización y adaptación de equipos
- Desarrollamos soluciones especiales para clientes.



Productos y soluciones novedosas orientadas a reducir los costes de operación y mantenimiento.



Más de 20 años de experiencia en el mercado

www.technetix.com

info-cala@technetix.com

© Technetix Group Limited 2011. Technetix, Ingress Safe, Modem Safe, CPD Safe and the logos are trademarks or registered trademarks of Technetix Group Limited in the UK and certain other countries. The Ingress Safe and Modem Safe technologies are protected by patents registered in Europe and certain other countries. MoCA is a registered trademark of the Multimedia Over Coax Alliance.



CHANNEL: BUSCA CONSOLIDARSE EN LA REGIÓN ANDINA Y EL CARIBE

Inspirado en el slogan “Tu cine en casa”, XTIME Channel sigue expandiéndose en Latinoamérica y El Caribe ofreciendo la mejor oferta de películas, apuntando a una estrategia multitarget y potenciando una red de contenidos *above y below the line*. Ofrece una parrilla programática que combina lo mejor del cine de Hollywood, reconocidas series de ficción,

además de contenidos propios como *El Cazador de la Web*, un formato interactivo para adultos de referencia entre los seguidores del canal.

Con apenas dos años al aire, la señal busca consolidar el posicionamiento en Colombia, Venezuela, Perú, Ecuador y República Dominicana, países donde se registra una alta aceptación, y seguir fortaleciéndose en Centroamérica o

mercados estratégicos como México.

En 2012, la apuesta del canal es hacia la diversificación de contenidos sobre tres pilares: innovación tecnológica, calidad y entretenimiento. ‘La táctica es mantener la curva de crecimiento en la región y crear alianzas con los grandes operadores del sector, sin dejar de lado la fidelización con los usuarios’, dijeron a PRENSARIO desde la compañía.

XTIME Channel tiene 70% de títulos doblados al español y 30% subtítuloado. ‘Es una marca joven, que combina una interacción permanente con su comunidad de fans, ya sea a través de su sitio web www.xtimechannel.com, el blog www.xtimechannel.com/blog, Twitter y Facebook’, remarcaron.

I'm Happy with only the BEST!

RIPLEY®

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

MSAT 5
Mid-span
Access Tool

AJS
Adjustable
Jacket
Slitter

TW RA
227
Torque
Wrench
- Right
Angle

QCS
Quick
Change
Coring/
Stripping
Tool

FTS
Fiber
Tube
Scorer

Wire and Cable Tools to Connect the World

Cablematic® **MILLER®** **UtilityTool®**

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

SIGNAL TV



Hortensia Espitaletta, Signal TV

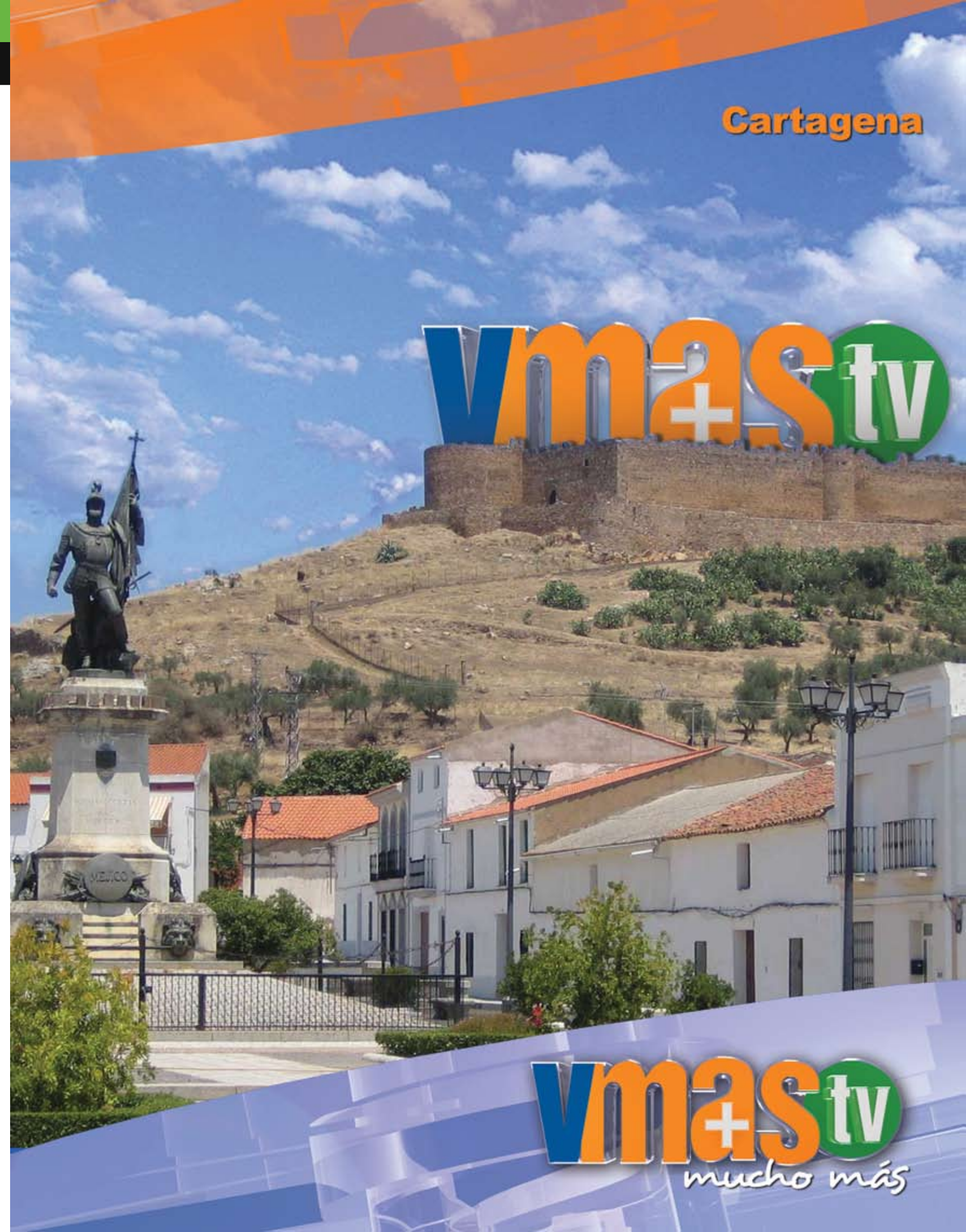
Por su parte, **Hortensia Espitaletta**, presidente de **Signal TV**, distribuidor de XTIME, expresó a PRENSARIO que es una ‘alternativa a los canales tradicionales’, con una programación balanceada y cuyo objetivo es ‘complacer a un público amante del cine de Hollywood’.

‘En los dos o tres estrenos que ofrecemos todas las semanas, hay una baja tasa de repetición de películas durante el mes (debido a la gran variedad de títulos en nuestra grilla) y la mayoría de nuestros títulos están doblados al español (80% doblado al español – 20% subtítuloado) y sin cortes comerciales’.

Sobre este año, adelantó: ‘Las expectativas para 2012 son seguir consolidando la presencia e imagen del canal en la región y continuar creciendo de manera sistemática en los mercados donde estamos presentes, a fin de convertirnos en una de las señales preferidas en la industria’.

Finalmente, de Signal vale destacar la página web actual, donde los cableoperadores pueden bajar la programación de las señales que se representan.

Cartagena



COMAREX: 35% DE CRECIMIENTO EN 2011

Marcel Vinay Jr., CEO de Comarex, que distribuye las señales **Azteca Internacional** y **Azteca Novelas** destacó a PRENSARIO la fuerte expansión del mercado de TV de paga que se ve reflejado en el crecimiento de sus señales en toda la región.

‘La TV por suscripción muestra un importante incremento en mercados estratégicos como México y Brasil, a la vez que se ven crecimientos en toda Latinoamérica. Nosotros tuvimos un crecimiento del 35% frente a 2010’, resaltó sobre sus señales, que ofrecen 100% de



programación original y están entre los cinco primeros canales en varios territorios.

‘Entre los principales objetivos de 2012 están crecer en penetración en el cono sur, ya que en el cono norte estamos fuertes en **Amnet**, **CableTica**



Marcel Vinay Jr., CEO

(Entre Ríos), **Cable Onda** (Panamá), **ETESA** (Nicaragua), **Claro** y **Telefónica**, completó.

DMX: AHORA TAMBIÉN PRODUCCIONES ORIGINALES



Alejandro Cacciola, director de programación y operaciones

DMX, productor y distribuidor de canales de audio para Latinoamérica, lanzó en Natpe Miami tres nuevas producciones originales que distribuirá al mercado, inaugurando una nueva etapa comercial la compañía.

DMX es un reconocido distribuidor de canales de audio, que comercializa directamente a los operadores de cable de cable de la región, como así también a través de **DLA**, acuerdo gracias al cual ya está presente en más del 90% del mercado latinoamericano.

Alejandro Cacciola, director de programación y operaciones de DMX, explicó a PRENSARIO que su asistencia a Natpe respondió al lanzamiento de tres propuestas desarrolladas y producidas in house. ‘Apostatamos a la diversificación de nuestro catálogo de servicios y productos: comenzamos como un distribuidor de canales, pasando a ofrecer propuestas interactivas como **DMX to go**, y ahora llegamos con producciones propias para broadcasters y canales pay TV de la región’.

‘Nuestra consigna es adaptarnos a las tendencias que define el mercado. **DMX to go** marcó un hito en la compañía: es un servicio on demand que

ofrece 100 canales de música y que es comercializado a través del operador. Tiene dos secciones: una de canales lineales y otra denominada **Music Lab**, donde un suscriptor no describe ciertas variables (edad, si está con alguien, etc.) y nosotros generamos música acorde; trabajamos con los **Hoteles Sheraton** y con muchos shoppings. El próximo paso es llegar con ese servicio al usuario final’, comentó Cacciola.

PRODUCCIONES ORIGINALES

El nuevo segmento de negocio de DMX incluyó para Natpe un slate de tres producciones. La primera es **La Cuerda** (26x’60), coproducida con **Incógnita Pro** (México) de **Javier Olmedo** (ex **TeleHit**): es una serie desestructurada donde Karina Rico tiene acceso a la vida de los principales artistas latinos, e incluye entrevistas y performances en vivo. Por allí pasaron **Beto Cuevas**, **Reilly**, **Leonel García** (**Sin Banderas**) y **Elefante**, entre otros.

Otra propuesta es **I am with Stupid**, protagonizado por dos personajes antagónicos, un intelectual y un *pop corn movie fan*, que hacen una burla a los críticos de cine. Está producida en cápsulas de cinco minutos (100 episodios), aunque también se ofrece en formatos de ’30.

Finalmente, **Hostess** (6x’26 - 15x’3), es una serie que muestra de otra manera a las meseras y recepcionistas, ocupaciones que generan fantasías en los hombres. Son historias de mujeres en su día a día, aunque se incluye una sesión de fotos hot: ‘Se ofrece en cápsulas de 7 minutos y es un producto pensado para la multiplataforma; pensamos editar un libro con las 12 chicas más lindas del año’, completó Cacciola.

ALLTV Y RAI LANZAN EN AMÉRICA LATINA RAI PREMIUM

Rai World, distribuidora de contenido italiano para el mundo, y **AllTV** de **Adriana Demjem**, distribuidora de canales internacionales para América Latina y El Caribe, anunciaron el lanzamiento en la región del canal **RAI Premium**, que está disponible desde fines de enero.

Es un canal dedicado a la ficción popular y películas, producidas o coproducidas por la RAI, y está disponible en idioma original para todos los operadores de televisión paga a través del satélite PAS9.

‘Es un concepto totalmente nuevo con películas y series para un público conformado por italianos que viven en el exterior y para todos aquellos que tienen interés por lo mejor del cine europeo y sus producciones’, explicó Demjem a PRENSARIO.

Entre sus contenidos destacados, se encuentran las series **Andata e Ritorno**; **Don Matteo**; **Raccontami**, sobre la historia de Italia a través de los ojos de una familia; **Gente di Mare**, sobre la Guardia Costera italiana; la comedia **Disokkupatti**; y **Compagni di Scuola**.



CableSoft

SISTEMAS DE FACTURACIÓN
TELEVISIÓN POR CABLE | INTERNET | TELEFONÍA IP

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



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



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

Sistema de monitoreo de red.

Head End Digital.



Aprovisionamiento para Cable Modem DOCSIS 2.0: automatiza el proceso de activación, modificación y baja de servicios (morosidad) del CableModem, nuestro Portal Cautivo de Instalaciones simplifica la instalación y permite verificar el nivel de la señal.



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



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



contacto@cablessoft.tv

1550 Brickell Av. #208 B-Miami, Florida 33129-te: (305)600 4379
Av. Pueyrredón 480 piso 6 - (1032) Buenos Aires-Argentina
tel: (54 11) 6040-0009.

www.cablessoft.tv



DISCOVERY REGIÓN ANDINA: INCREMENTARÁ LAS PRODUCCIONES ORIGINALES EN UN 23%

APERTURA DE OFICINAS EN BOGOTÁ



Santiago Bruno, VP de Ventas y Relaciones con Afiliados

‘La región Andina ha sido uno de los mercados de más rápido crecimiento y por eso hemos invertido allí tiempo y recursos. Tenemos aquí nuestras seis señales dirigidas al segmento básico en distribución plena, a la vez que abrimos una oficina en Bogotá como reflejo de nuestra expansión, y estamos buscando trabajar aún más con casas productoras locales’.

Santiago Bruno, VP de Ventas y Relaciones con Afiliados de **Discovery Networks Latin America & US Hispanic** (DNLA&USH), explicó a PRENSARIO la importancia de la región Andina y añadió: ‘Continuaremos focalizándonos en programación de alta calidad y haremos más producciones originales locales, buscando crecer un 23% en ese segmento, ya que otorga un importante valor agregado a

nuestra marca’.

‘Estamos trabajando en nuevos episodios de las series de **Discovery Channel**, como *Instinto Asesino*, *Puertas al más Allá* y *Vivir para Contarlo*, que nos han dado muy buenos resultados así como la versión latinoamericana de *Dual Survival*. Para Colombia, estrenaremos en marzo *La Toma*, un documental sobre del asedio al Palacio de Justicia de Bogotá en 1985, y *Que Gane El Mejor*, una serie de competencia donde se enfrentan guerreros de elite’, subrayó.

PROGRAMACIÓN

En *Liv* tendrá *Whitney*, donde Whitney Cummings, protagonista y creadora del show, habla de las relaciones del siglo XXI, y la segunda temporada de *Blue Bloods*. **Animal Planet** emitirá *Infestados*, acerca de hogares invadidos por alimañas y **Discovery Home & Health**, *Sobrepotenciados*, sobre ciertos padres que actúan de manera paranoica al pensar en la seguridad de sus hijos; y especiales como *Niñas Consentidas* acerca de niñas mimadas que viven la vida de ensueño mientras que sus familias y amigos pagan sus deudas.

En **Discovery Kids**, *Justo a Tiempo* con las aventuras de Justo y sus amigos imaginarios; y en **TLC** está *Chef al Rescate*, donde un trío de chefs se propone diseñar una carta para restaurantes al borde de la quiebra.

LA INDUSTRIA

Según el ejecutivo, uno de los temas de mayor debate hacia adentro de la industria es cómo



Whitney, serie que estrena Liv en marzo

ofrecer un valor adicional a clientes afiliados a través de plataformas alternativas. ‘Trabajamos en desarrollar herramientas digitales que nuestros cableoperadores pueden usar en beneficio propio’, remarcó Bruno.

Y completó: ‘En Andina Link contaremos con la presencia de **Maximiliano Vaccaro**, director de Medios Digitales para DNLA&USH, quien disertará sobre la convergencia de medios y las nuevas oportunidades que ofrece la tecnología para llegar a las diferentes audiencias’.



Chef al Rescate se emitirá el próximo mes TLC

TODOS LOS DEPORTES EN TyC SPORTS

TyC Sports

TyC Sports, señal de deportes producida desde Argentina pero con cobertura regional, emitirá en marzo una selección de importantes eventos deportivos, que van desde el boxeo al atletismo, pasando por el fútbol y el básquet de la liga nacional.

Boxeo de Primera trae al noqueador argentino Sergio “Maravilla” Martínez que se enfrenta el 17 de marzo en el mítico Madison Square Garden con el pugilista inglés Mathew Macklin, defendiendo el título de Ring Magazine, mien-

tras espera medirse frente a Julio Cesar Chávez Jr. por el cetro de los medianos del CMB.

Entre el 9 y el 11 de marzo, el atletismo internacional tiene una de las citas más importantes antes de los Juegos Olímpicos en el *Mundial Indoor de Estambul* en el que los principales atletas del planeta buscan mejorar sus marcas de cara a Londres 2012. TyC Sports transmitirá todas las alternativas del certamen para la región, exepctuando Estados Unidos y México.

Emitirá todos los fines de semana el fútbol

de la *Primera B Metropolitana*, con los cuatro partidos más importantes de cada fecha. También el *Indoor Futbol Show* con el duelo entre el seleccionado argentino y la selección de Chile en una serie de partido y revancha: el viernes 9 en Santiago y el martes 13 en Mendoza. Finalmente, la *Liga Nacional* de Básquetbol con la transmisión de dos partidos semanales, miércoles y jueves a las 10pm

Sumavision

EPON+CCMTS



Bidirectional Broadband Network Transformation Solution The Top Radio/TV Access Network System Integration Provider

- **Contribution solution:** Encoder/Decoder/Adapter
Support MPEG-2/ MPEG-4/ H.264
Support SD/ HD, 4:2:0/ 4:2:2
- **Distribution solution:** EMR; SMR; IPQAM
- **Mobile TV Solution:** CMMB
- **Server Platform Products:** Multi-screen Monitoring, Video Surveillance, Mosaic Guide, OTT Transcoding, Logo Inserter
- **Software series:** CAS, Middleware, DRM, EPG, Push VOD, NOVD, Value-added Services



Contact Us
SUMAVISION TECHNOLOGIES CO.,LTD
Tel:+86 10 82345859/69/70
Fax: +86 10 62978800

Email: worldmarket@sumavision.com
Website: www.sumavision.com
Global Headquarters: Sumavision Plaza, 15 Kaituo Road,
Haidian District, 100085, Beijing, China

NHK: MÁS PRESENCIA EN LA REGIÓN

PRIMER STAND EN ANDINA LINK DE CARTAGENA



Yuri Sato, Eiji Roppongi y Miyuki Nomura, con Gabriel Carballo de Multicable Paraguay

NHK de Japón tuvo en 2011 una completa presencia en los eventos de Latinoamérica, que cerró en Chile Media Show. Ahora espera repetir y profundizar la llegada del canal, a partir de Andina Link de Cartagena de Indias, donde no había estado con stand hasta ahora.

Empezó a despertar interés en la región a partir de la cobertura en HD del terremoto que asoló a su país, algo nunca visto en la región que permitió que los operadores se engancharan con el estilo de la señal. Miyuki Nomura estuvo en todos los mercados en una presencia completa y ahora, mientras

cosecha lo sembrado, armó un equipo local para atender a los operadores de la región. Para trabajar con toda Hispanoamérica pero en particular a los operadores peruanos tras el éxito en la Cumbre de la APTC dispuso a Tsuginori Ikedo con sede en Lima, pero complementado con Eiji Roppongi como representante para el Cono Sur con sede en Buenos Aires. Todos ellos reciben además el soporte de Yuri Sato que trabaja desde Tokyo pero atendiendo a la región. Todo esta estructura incluirá ahora también a Colombia y el resto de la región Andina.

NHK WORLD

BBI: EXCELENTE POSICIONAMIENTO EN LATINOAMÉRICA

David Fidoll Moreno, director de Ventas de Broadband International para Latinoamérica, destacó a PRENSARIO que la compañía tiene un 'excelente' posicionamiento en toda la región y sus productos están instalados en los principales cableoperadores de Latinoamérica, 'reconocidos por la calidad, plazos de entrega, respaldo e innovación'.

Al asumir la región el año anterior, Fidoll Moreno se planteaba mantener un 'buen trabajo y gestión de la marca. También el desarrollo de nuevos clientes y la introducción y posicionamiento de nuevos productos, lo que se logró.

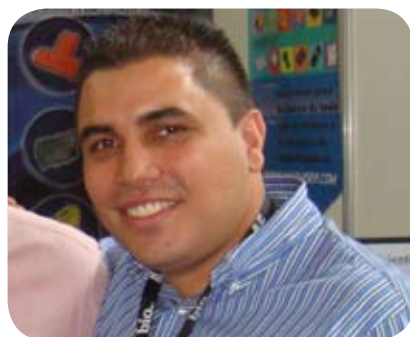
'Por ejemplo nuestros módulos amplificadores FASTPAC, con los que se puede hacer reposición de los módulos amplificadores viejos, sobre las carcasas o housings ya instalados, sin necesidad de hacer rediseños, cortes, reconexiones, reubicación de amplificadores entre otras actividades'.

'Ya han sido instaladas por varios cable operadores de la región con excelentes resultados, ya que logran ahorrar tiempo y dinero en la actualización de la red y tenerla lista mucho más rápido para ofrecer los nuevos servicios. FASTPAC puede instalarse sobre los Housing de Motorola, Phillips/Magnavox y Scientific Atlanta'.

'De igual forma, nuestros ecualizadores ajustables han tenido gran aceptación por parte de nuestros clientes, ya que se tienen 4 o 5 valores en dB en 1 solo ecualizador y de esta manera se compra 1 ecualizador en lugar de 4 o 5, ahorrando así en costos de inventario, espacio en bodega y haciendo más sencilla la labor de balanceo de la red', añadió.

En cuanto a sus productos de mayor venta, dijo: 'Nuestros accesorios de remplazo (atenuadores, ecualizadores, acopladores, módulos de retorno, etc.) para las diferentes marcas de nodos y amplificadores. En BBI fabricamos nuestros accesorios bajo las normas exigidas por el fabricante de los amplificadores como: Pines recubiertos en oro para evitar CPD por el contacto entre metales diferentes al hacer conexión con el amplificador, curvas de ecualización adecuadas para compensar las pérdidas del cable, etc.'

'Fabricamos los accesorios usando nuestra tecnología patentada que hace que los elementos mantengan consistente su funcionamiento, ya que no usamos elementos



David Fidoll Moreno

BBI Broadband International
Manufacturing to the Degree of Excellence
in Broadband Equipment

intonizables (bobinas de alambre enrollado).

Estos últimos con la

manipulación del transporte, instalación y vibración natural al estar instalados, hacen que pierdan rápidamente sus características de desempeño siendo necesario re-balancear la red o cambiar los accesorios generando así costos adicionales que afectan la rentabilidad del negocio. Gradualmente se han ido incrementando también las ventas de nuestros amplificadores FASTPAC y ecualizadores ajustables'. En cuanto a los nuevos productos, destacó: 'Hemos desarrollado módulos amplificadores line extender y troncales a 1Ghz que se ajustan a las carcasas o housings de LEII, LEII, SAII, SAIII y GainMaker de Scientific Atlanta. Se pueden ordenar con accesorios plug-in compatibles con la Línea GainMaker o con la línea SAII-SAIII según la preferencia del cliente', completó.

Prevail
万隆光电传输



3U Optical communication platform

- The standard chassis of 3U height, can be configured up to 10 device modules, 2 power supply modules.
- Each slots can automatic identification equipment model number, and remote monitoring equipment operation condition through the national standard II class network management transponder interface
- Optional equipment module are: 1310nm forward optical transmitter module, 1550nm directly adjusted optical transmitter module, 1550nm optical amplifier (EDFA) module, forward optical receiver module, four-way return path optical receiver module, RF pre-amplifier module, optical switch module and RF switch module.

High-frequency EOC products



- Using MOCA technology program, up to a total of 23 frequencies to choose from.
- High receiver sensitivity, the maximum link attenuation up to 65dB.
- Strong network business functions, support VLAN transparent transmission and level 3Qos queue.
- Provide various management mode, such as Console, Telnet and SNMP, also support the remote update

Low-frequency EOC products



- Using Home Plug AV technology program, high transmission efficiency, small out-band interference.
- Using OFDM modulation technology, strong anti-interference ability, the maximum link attenuation up to 60dB.
- Support ToS and CoS packet classification, VLAN label, port based flow control, SNMP network management protocol.

JL series AGC optical receiver

- -9 ~ +2dBm wide optical power input range.
- The equilibrium and attenuation adjustment of the forward RF channel, both use professional RF electric adjustable attenuation chip, high linearity.
- Backward channel add a level 1 low-pass filter, effectively improve the NPR dynamic range of backward optical link.
- Built-in perfect condition monitoring circuit, can be configured national standard II class network management transponder.

FTTB series optical receiver

- Using advanced MMIC chip, low power consumption, stable output level and high nonlinear index.
- Designed specifically for FTTP applications mode, compact appearance, convenient installation.
- Various shell structures and circuit combinations, can satisfy all sorts of different network application environment.
- RJ model can be configured national standard II class network management transponder, realize network management monitoring.

HANGZHOU PREVAIL OPTOELECTRONIC EQUIPMENT CO.,LTD
ADDRESS: Industrial Development Zone, Guali Town, Xiaoshan District, Hangzhou City, Zhejiang, China.
TEL: +86-571-82571987 FAX: +86-571-82554407
Http://www.prevail-catv.com

DEUTSCHE WELLE: NUEVA PROGRAMACIÓN, WEBSITE E IMAGEN CORPORATIVA



REESTRUCTURACIÓN DE SUS CANALES EN TODO EL MUNDO



Erik Bettermann, director general de Deutsche Welle

‘Los cambios que tenemos en 2012 representan un hito en todos los sentidos: con el objetivo de reforzar la presencia alemana en todo el mundo, reforzamos la marca con una nueva imagen corporativa, sumamos contenidos disponibles en varios idiomas, y lanzamos un nuevo website’.

Erik Bettermann,

director general de Deutsche Welle describió en conferencia de prensa celebrada a fines de enero en Alemania, los nuevos cambios que la compañía tiene este año. ‘La nueva identidad corporativa ha sido desarrollada para unir a la organización y los servicios en línea’, remarcó.

El ejecutivo indicó que las nuevas plataformas y canales de distribución

que están disponibles requieren de un ‘concepto global’ para garantizar que una organización sea rápidamente reconocida en todo el mundo. ‘Así, tendremos un logo que identifique cada uno de nuestras propuestas.

NUEVA PROGRAMACIÓN

DW tendrá más programación disponible en inglés, español, árabe y alemán, incluyendo los talk shows *Agenda* y *Insight Germany*; el programa de música *Europe in Concert*; el de noticia; y el de análisis *Business Brief*, además las historias de reporteros internacionales en *World Stories*.

Además, ofrecerá *Shift* sobre tecnología; *Talking Germany* sobre el modo de vida alemán; *The New Arab Debates* con Tim Sebastian, entre otros. ‘Tenemos un fuerte incremento de la programación disponible en español, pasando ésta de 2 a 20 diarias y completándose el resto con contenidos en idioma alemán’, dijo Bettermann.

El presidente de México, Felipe Calderón, destacó el papel de la televisora en Latinoamérica, al expresar durante el Foro Económico Mundial en Davos a mediados de enero que es ‘bueno’ tener un socio como la DW ya que abre nuevas oportunidades en América Latina y oficia de ‘puente’

hacia Europa, en general, y hacia Alemania en particular.



Shift, programa de tecnología que estará disponible en español, alemán e inglés. La señal pasará de 2 a 20 horas diarias de contenido en español para Latinoamérica

REESTRUCTURACIÓN INTERNACIONAL

Desde 2012, DW ofrece: DW, el canal básico de 24 horas en inglés para Norteamérica, África, Asia y Australia; DW Europe con 18 horas en inglés y seis en alemán, para la mañana y el prime time; DW Latinoamérica con 20 horas en español y 4 en alemán; DW Amerika con 20 horas en alemán y 4 en inglés; DW Arabia con 10 horas en árabe y 14 en inglés; y DW Asia con 20 horas en alemán y 4 en inglés.

‘Todas las regiones del mundo, a excepción de África sub-sahariana, contarán con una oferta renovada de DW. Ofreceremos más programación de los canales públicos alemanes de ZDF —37 Grad, Berlin direkt, Länderspiegel, etc.— y ARD —Bericht aus Berlin, Hart aber fair, Presseclub, etc.—, cuyos contenidos serán en un futuro un 60% del total. Tenemos un acuerdo de cooperación con los canales para fortalecer la presencia alemana en el exterior’, comentó Bettermann.

NUEVO WEBSITE

Junto con su nueva programación y el segundo canal, DW presentó su sitio web rediseñado por completo desde el 6 de febrero. ‘Dw.de es una fuente de información confiable de Alemania y de contenido de alta calidad periodística en 30 idiomas’, completó Bettermann.

Haz crecer tu canal de Televisión



Soluciones de Playout Automatizadas

Desde soluciones "ready-to-go" hasta proyectos abiertos y personalizables

Sepa más: www.wtvision.com/es/channel-maker



Nuestra solución de playout lleva la automatización un paso más lejos que el resto.

- Gracias a sus posibilidades de programación, es posible alcanzar altos niveles de automatización, reduciendo costes operativos y aportando un gran valor añadido al cliente final.
- Channel Maker es extremadamente flexible y escalable, gracias a su arquitectura abierta. Puede ser implementado en la infraestructura de un sistema de playout existente o configurado como una solución "out-of-the-box".
- Ofrece enormes posibilidades gráficas, diferenciándolo del resto.
- Channel Maker no va solo, wTvision pone a disposición de sus clientes, con gran agilidad y eficiencia, servicios de asesoramiento, diseño gráfico, integración, personalización y operación.



channelmaker@wtvision.com

+55 (21) 9539 7338

wtvision.com

Deportes • Noticias • Elecciones • Entretenimiento • Sistema de continuidad automatizado



TELESUR: IMAGEN RENOVADA Y NUEVOS SEGMENTOS INFORMATIVOS

teleSUR, señal informativa para América Latina, anunció que desde febrero actualizará su imagen a partir de su puesta en escena, paquete gráfico y música, con el objetivo de presentar sus contenidos de forma más dinámica.

Además, la compañía dio a conocer su eslogan renovado, *teleSUR la señal informativa de América Latina*, e informó que incorporará nuevos estudios multifuncionales que estarán equipados con sistemas interactivos, iluminación de última generación, sistemas de diseño gráfico, proyección de video, au-

tomatización y control de estudios.

Los cambios de imagen irán acompañados de nuevos espacios informativos como *El mundo hoy*, una revista informativa matutina que incluirá segmentos temáticos como salud, tecnología y ecología. *Conexión global* permitirá conectarse por la tarde con las diferentes corresponsalías y colaboradores para informar en directo. Por último, *Edición central* se emitirá en el horario estelar y mostrará lo más destacado del día a través de un resumen con lo que ocurrió y ocurre en el mundo.

El sitio web de teleSUR renovará también su diagramación con la intención de convertirse en la segunda pantalla. 'Dispondremos de señales adicionales a la principal desde cualquier lugar del mundo para seguir de cerca los acontecimientos y permitirá una mayor interacción con nuestros usuarios y las redes sociales destacándose los contenidos multimedia en cada una de nuestras secciones'.



ANIMAL PLANET CON NUEVO SLOGAN: "SORPRENDENTEMENTE HUMANO"

POR ÁNGELES PÉREZ AGUIRRE

Salomón Levy, director de Contenido **Animal Planet**, destacó a PRENSARIO que 2012 llegó a la señal con nuevo slogan *Sorprendentemente Humano*, cuyo objetivo es 'reflejar el poder de las historias que los televidentes, historias humanas reales, divertidas, aterradoras y entretenidas que ocurren en un mundo que compartimos con los animales'.

'Las razones por la que nos acercamos a ellos y la manera en la que nos relacionamos

y el resultado de su interacción con los animales.

'La nueva campaña evidencia lo que ha hecho exitoso a Animal Planet: programas impactantes, con alto contenido emocional cuyo detonante es la relación que existe entre los animales y las personas, una relación que es capaz de retornos para sacar a flote lo mejor de nosotros, de llenar vacíos y de hacernos descubrir cosas sobre nosotros mismos de las cuales no teníamos consciencia'.

'Esta gama de sentimientos y, en especial, el poder de la determinación del ser humano se ve reflejado en series nuevas a estrenarse en el primer trimestre del año como *Pesca loca*, *Océanos de Sangre* y siguen *El jefe y sus Pit Bulls* o *Defensores de ballenas*'.

'Queremos sorprender constantemente a la audiencia. La señal se nutre de esta programación, a lo largo del año presentaremos estos contenidos. Muchos de nuestros televidentes no tienen mascotas o una relación especial con el mundo animal, pero se sienten atraídos por el tipo de historias que contamos y la manera



Salomón Levy, director de Contenido de Animal Planetca

como las presentamos', completó Levy.

Los aspectos creativos de la campaña de marca estuvieron a cargo del departamento de mercadotecnia de Animal Planet y del departamento creativo de **Discovery Communications** con base en Silverspring, Estados Unidos. El equipo de esta campaña incluyó a **Noha Abdalla**, **Eisenbaum Michael**, **Jamie Dugger**, **Gliner Barry**, **Virbickas Linas**, **Stewart Beth** y **George Kelly**.



Océanos de Sangre



Defensores de ballenas

están marcadas por la inmensa gama de emociones que nos hacen sentir', agregó.

La programación de la señal incluirá historias entretenidas y exitosas de Animal Planet que son y han sido precisamente sobre personas



Cables de Fibra Óptica Disponible para Entrega Inmediata
COLOMBIA, PANAMÁ, PERÚ Y VENEZUELA



Fibra EXPRESS
para El
Continente

www.fycotelecom.com
ventas@fycotelecom.com



TELEVISA NETWORKS: GRAN LANZAMIENTO TDN 2.0 Y NUEVA IMAGEN PARA TDN

POR ÁNGELES PÉREZ AGUIRRE



Francisco Javier González

Televisa Networks estrenó su nueva señal TDN2.0 para TV de paga en México, Centroamérica y Caribe, a partir del éxito que ha tenido TDN en estos territorios, señal que

también ha recibido un cambio de imagen.

Juan Carlos Rodríguez, director general de TDN, señaló que el nacimiento de TDN2.0 dará un toque más 'irreverente, juvenil y entretenido' a los deportes, atacando un nicho de mercado no explotado. 'Ofrecerá producciones originales como *Súper Estadio*, *¡Ahí va el agua!* y *Adrenalina Extrema*', destacó a PRENSARIO.

Por su parte, Francisco Javier González, VP de Contenidos de la señal, destacó: 'Para seguir creciendo, como lo hacemos desde 2009, TDN debe ofrecer más y mejores opciones deportivas. Para ello hemos estrenado nuevas escenografías y sumado un equipo reforzado de analistas, que le dará a cada programa un giro novedoso, con una imagen más dinámica y atractiva', dijo.

La nueva plataforma de TDN dará comien-



zo con las transmisiones de la *Copa Africana de Naciones*. Además, TDN y TDN2.0 emiten el fútbol con las eliminatorias mundialistas de la selección mexicana en todas sus categorías, la *Eurocopa 2012* con más juegos y los partidos eliminatorios en exclusiva de la selecciones de Italia, Alemania y Francia rumbo al mundial.

Ambo canales sumarán la cobertura de los *Juegos Olímpicos* de Londres, además de continuar con la cobertura de vóley de playa y salón, rugby, ciclismo, triatlón y campeonatos mundiales de box.

NTN24: BUSCA EXPANDIRSE EN LATINOAMÉRICA

NOMBRA NUEVA EJECUTIVA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

Nuestra Tele Noticias-NTN 24 es una señal de noticias internacional perteneciente a RCN Televisión de Colombia, con cobertura en toda la región a través de DirecTV—Sudamérica y El Caribe— y también en operadores como Cablevisión de México y Costa Rica, Movistar TV en Venezuela, Claro TV de Puerto Rico, Telmex Colombia y Multivisión para Europa, entre otros.

Tiene tres años en el mercado y su principal objetivo es la expansión en toda Latinoamérica. Tibisay Betancourt es la nueva ejecutiva de comercialización internacional: 'El objetivo es posicionar a la señal como referente de noticias, incrementando el número de suscriptores y creciendo en inversión publicitaria. Es un canal de periodistas reconocidos, como la ecuatoriana Andrea Bernal, los venezolanos Idania Chirinos y Moisés Naím, la española Eva Rey'.

La directora del canal es la periodista y presentadora Claudia Gurisatti, y el subdirector, Héctor Favio Cardona. 'Hoy tenemos presencia en Chile, Colombia, Venezuela, Aruba, Curazao, Estados Unidos, Uruguay, Argentina, Trinidad & Tobago, Ecuador, Perú, entre otros, a través de operadores como DirecTV. Pero queremos crecer en los operadores locales de cada mercado de la región, como Supercanal, Telecentro o Cablevisión de Argentina', adelantó Betancourt.

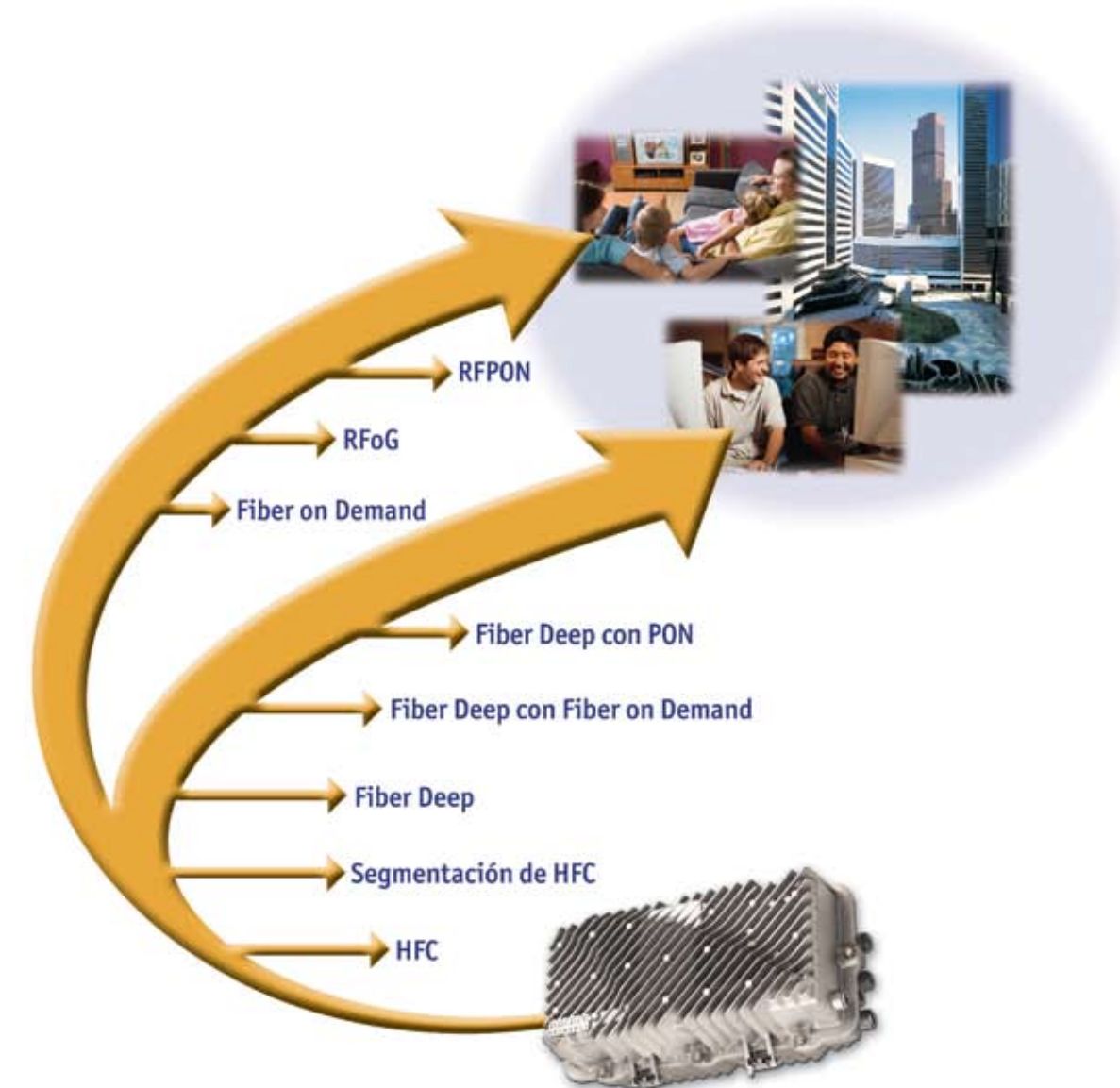
NTN24 ha realizado una importante inversión en infraestructura técnica y humana para la señal, abriendo oficinas en Los Ángeles, Miami, Washington, Nueva York, nuevos estudios y correspondencias en toda



Tibisay Betancourt

Latinoamérica, Europa y Estados Unidos. 'Es un canal independiente con identidad propia, proveerá informativos para el nuevo canal MundoFox resultado de la alianza entre RCN y Fox Latin American Channels', completó.

Breaking Access Barriers



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



www.aurora.com | 408.235.7000

A whole new light, growing brighter!

Red Intercable: El valor de la sinergia



Somos Cableoperadores independientes, unidos por objetivos y realidades comunes.

Nuestra organización, que nuclea a más de 220 pymes, alcanza con su plataforma de servicios a más de 500 localidades, distribuidas en 19 provincias del territorio nacional, con redes que cubren más de 610.000 hogares.

Promovemos el conocimiento y la innovación tecnológica permanente con el objetivo de consolidar nuestras empresas como operaciones multiservicio vinculadas a comunicación y entretenimiento.

Así, hemos dado origen a desarrollos exclusivos y programas de capacitación que en la actualidad contribuyen de manera protagónica en la generación de valor para incursionar en nuevas prestaciones con competitividad y rentabilidad.

La sinergia es la esencia de nuestra organización.

Red Intercable, Pymes, República Argentina.



Intraway

Provisioning Suite

CONOCEMOS LOS DESAFÍOS DE AMÉRICA LATINA

Provisioning y Gestión Integrada de Todos los Servicios



Visítenos hoy mismo en www.intraway.com

VIDITEC LANZA VIDEOCÁMARA 3D DE SONY *PMW-TD 300*

El Ing. **Eduardo De Nucci**, gerente de Ventas y Marketing de **Viditec**, anunció el lanzamiento de la nueva videocámara de hombro **Sony PMW-TD 300**, full HD con viewfinder 3D sin lentes para el mercado argentino, cuyo primer equipo ya fue adquirida por la productora **Alta Video**.

'La capacidad de grabar más de seis horas en tarjetas SxS si se utilizan tarjetas SxS de 64 GB 4x, poder soportar tanto capacidades 2D como 3D, lleva a la nueva cámara portable 3D de Sony, a convertirse en una buena opción para compañías de producción y trabajadores freelance', agregó el ejecutivo.

Reemplazando el modelo tradicional de anillo en la lente, separada por un único dial multicontrol, los operadores pueden controlar con mayor facilidad el zoom, el enfoque y la convergencia para crear imágenes 3D con mejor calidad general. La videocámara PMW-TD300 es además la primera de hombro 3D del mundo que utiliza una pantalla LCD 3D sin lentes de 3,5" para evaluar la imagen.

Según **Marcelo Nicoletta**, socio gerente de **Alta Video** esta cámara fue seleccionada porque la productora necesitaba un equipo que ofrezca 'alto estándar' de calidad tanto en HD como en 3D y que además fuera portable para las grabaciones en exterior que muchas veces son en lugares de muy complejo acceso'.

SELENIO, LA APUESTA DE HARRIS PARA 2012

Uno de los productos destacados de **Harris** en 2011 es la solución para infraestructura y networking **Selenio**, una plataforma de alta disponibilidad y fácil operación que ofrece al mercado argentino soluciones convergentes a los problemas relacionados con banda base y señales comprimidas.

Selenio adopta un enfoque por capas para manejar cualquier aplicación de ingesta, y sus módulos pueden rápidamente adaptarse a cualquier señal de entrada. Desde *framesynchronizer* con opciones de fibra y procesamiento, hasta con-



versión con procesamiento de audio avanzado y decodificación de video MPEG, los módulos de procesamiento permiten múltiples niveles o funcionalidades que se suman en la función de *framesynchronizer* dentro del sistema.

Por otro lado, la plataforma de Harris posee rentabilidad en diseño, ya que al estar tanto las señales de video y audio conectadas internamente dentro del frame, tienen menos cables externos y se evitan los costos asociados a la conexión de cable, a lo que se suma su arquitectura compacta y fácil control.

Menor tiempo de inactividad por capacidades de redundancia que incluyen una segunda fuente de alimentación, un segundo controlador y un panel de control local. La redundancia N+1 se soporta por medio de un router externo o de puntos de cruce en el módulo controlador.



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



Protegemos su contenido. Protegemos su negocio.

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

Compruébelo visitándonos en el stand 7 de Andina Link



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



www.safeview.es



DE 29 DE FEBRERO AL
2 DE MARZO DE 2012

RioContentMarket

El mayor evento de contenido audiovisual
multiplataforma de Latinoamérica

www.riocontentmarket.com



PICO DIGITAL™
Soluciones Integrales



Standard
Communications

SVT Series | Multi-Format HD/SD, MPEG2/H.264 Transcoder

The **SVT Multi-Format Transcoder** is one of the most widely used transcoders in the world today. Processing thousands of channels, 24 hours a day, the SVT's proven performance and reliability meets or exceeds the demands of major broadcasters and service providers.

- Real time transcoding
- MPEG2/H.264, HD/SD television formats
- ASI and IP connectivity
- AFD, CC, DVB table pass-through
- Available in 2, 4, 6 or 8 channels models
- Front panel and Web Browser control
- Back up PSU option

Líder en los mercados de:

Telecomunicaciones, Banda Ancha, Satélite, Cable y Radio

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

Visite nuestra página web para mas información.
www.PICODIGITAL.com
sales@picodigital.com

POWER & TELEPHONE: POR OTRO AÑO DE CRECIMIENTO

Marcelo Zamora de Power & Telephone sostuvo que hay mucho interés por continuar el proceso de crecimiento de los sistemas e incluir el triple play. Esa predisposición por tecnologías nuevas se notó en los últimos shows a los que asistieron, como que los clientes estuvieron pidiendo información sobre la fibra soplada o los productos de cabecera de ATX. Net Gear es una nueva marca en la región que se presentó por primera vez en Tepal, con un enfoque nuevo para los proveedores de servicios y productos de usuario final como switchers, cablemódems inalámbricos, etc.

‘Nuestras ventas siguen muy fuertes, crecimos el año pasado y tenemos en las metas fijadas un nuevo crecimiento respecto del 2011’. Está ayudando por la fuerza de ventas en Brasil, donde está Marcelo Vaisman con la oficina que allí va a cumplir un año y medio.

También están fuertes Ecuador, Panamá y otros países, incluso se recibió un buen pedido de Venezuela de Inter, con quienes espera encontrarse nuevamente en Andina Link.

‘Como distribuidor no podemos tener éxito sino tenemos material para una entrega inmediata. Se reduce el costo al cliente y se entrega



Power & Telephone: Marcelo Zamora, Marcelo Vaisman, Sandy Sandoval, Ernesto Rivera y Paulo Da Silva

mucho más rápido. Es la diferencia que tiene P&T con la agresividad comercial que se viene manifestando en los últimos años que fundamenta ese crecimiento’.

CABLE NETWORK, TECNOLOGÍA PARA TV POR CABLE

Cable Network Associates (CNA) es una compañía dedicada a la fabricación de equipamiento de alta tecnología para la TV por cable, especializada en coaxial y troncal localizada en Carolina del Norte, Estados Unidos.

Con una instalación de más de 18.000 metros cuadrados, CNA fabrica su equipamiento con máquinas de última tecnología y ‘una línea de producción de lo más avanzado en el mercado’, comentó a Prensario Fiorella Occhionero, directora de Business Develo-

pment en CNA.

‘Se decidió producir en Estados Unidos como punto estratégico para optimizar la logística y la calidad, con mano de obra altamente capacitada’, agregó.



COSHIP: TRES MILLONES DE CAJAS EN LA REGIÓN



Norberto Carraburi, Chung y Juan Galdoni

Norberto Carraburi de Coship destacó a Prensario que tras 8 años de trabajo en la región ya tienen colocadas más de tres millones de cajas (Set Top Boxes) en Latinoamérica, que son utilizadas por las empresas líderes de acceso condicionado como Nagra, Irdeto y Conax, cada uno en su segmento de mercado.

Una de las razones para este éxito, dice Carraburi, es que se preocupan por el soporte y la atención de los clientes, no simplemente venden las cajas. Los países más fuertes son Brasil, Colombia, América Central y otros mercados con los operadores más destacados.

PERFECT 10 EMPIEZA OTRO AÑO DE PROTAGONISMO

EL DREAM TEAM DE VENTAS VA A CARTAGENA DE INDIAS

Joel Quiñones, director de ventas de Perfect 10 para toda Latinoamérica, anticipó que como continuidad al buen año 2011 que tuvieron en Latinoamérica, con presencia perfecta en todos los principales eventos y mercados de la región, seguirán en la misma línea en todo el 2012. En la pasada Expo SCTE estuvieron presentando el Cable.500 de la serie Hardline que está teniendo muy buena repercusión en los clientes y eso se repetirá en Cartagena de Indias por Andina Link.

En Atlanta los operadores latinos que viajaron pudieron interactuar con el presidente de la compañía Terry Flaming, que estuvo también en Cartagena 2011 y en ABTA, y el director de ventas global David Lord, que estuvo en Canitec de México y también en Brasil.

Eso refleja la seriedad de la apuesta de Perfect 10 a Latinoamérica, al que como ya destacó Prensario le han asignado muchos más recursos. Con ellos, Quiñones pudo formar su dream team de ventas

con figuras con una gran experiencia y reconocimiento de los clientes en la región, como Norton Hinojosa, para Centroamérica y el Caribe que tendrá su mejor mercado en Andina Link, Jorge Carrasco para atender a México y a Ricardo Fabián Meza para atender en forma diferenciada a Sudamérica y Brasil.



Joel Quiñones

ENERGÍA de alto rendimiento



Alpha PWE-6 con XM3-HP y baterías AlphaCell HP

Las condiciones exigentes requieren una tecnología de alto rendimiento, y AlphaCell™ HP la proporciona. El diseño exclusivo de placa fina y plomo puro maximiza la vida útil de la batería y optimiza la potencia de red crítica.

- Promedio de vida útil incrementado hasta en un 20%.
- Vida útil extendida de 12 a 18 meses.
- Tiempo de operación inédito de 240 minutos.
- Programas de garantía líderes en la industria.



www.alpha.com 800-322-5742



FYCO OPERARÁ NUEVA SEDE EN PANAMÁ

FYCO Telecomunicaciones anunció un acuerdo con la compañía de cables de fibra óptica de Corea del Sur, **Taihan Electric Wire**, para la operación de un almacén que será instalado en Panamá, y que desde febrero funcionará para coordinar la distribución de cables de fibra óptica en el continente.

El pasado enero, FYCO recibió en su casa matriz ubicada en Mérida, Venezuela, a **Jubong Song y Geun Sik cho**, representantes de **Taihan Electric Wire**, quienes viaja. Jubon y Geun ó Ernestoy Clara, sus correlativos en español viajaron desde la planta de Anyang ubicada en Corea del Sur, con el propósito de fortalecer relaciones comerciales y establecer acuerdos de cooperación

entre ambas empresas.

Edgar Juárez, director General de FYCO Telecomunicaciones, dijo: 'A partir de este acuerdo con la fábrica, se lograrán reducir los tiempos de entrega de 12 a sólo 2 semanas, y vamos incrementar las cantidades de stock con una gran variedad de cables, mejorando nuestra capacidad de respuesta ante la exigencia de nuestros clientes'.

Además, Juárez explicó que la nueva sede en Panamá, le permitirá a la empresa atender a los clientes en los demás países de la región. Al estar ubicada en la zona libre de Colón, puerto



Los representantes de FYCO y de Taihan se reunieron en Venezuela para fortalecer las relaciones comerciales y establecer acuerdos de cooperación

estratégico con salidas semanales de barcos a cualquier destino del continente, permitirá llegar a otros países, además de Venezuela y Colombia donde tiene actualmente presencia.

4+BUSINESS: ÉXITO DE SCORD

4+Business es una empresa peruana de exportación especializada en software para empresas operadores de cable. **Jorge Idrogo** comentó a PRENSARIO que cuando la crearon había un mercado 'muy grande', y de cierta manera este sector estaba desatendido a nivel de software.

'Muchos habían tenido malas experiencias con desarrollos a medida hechos por free-lance y por el soporte que podían brindar, e incluso con empresas establecidas pues se desentendían de la atención una vez adquirido el producto. Varios operadores de cable sentían al software como un gasto y existía una gran resistencia que se debía de romper', añadió.

'Empezamos una especie de evangelización, proceso difícil pero necesario a la vez, pues pudimos conocer las necesidades de nuestros clientes, comprenderlos y brindarles la solución tecnológica y el servicio que ellos demandaban.

Nuestras ventas han evolucionado a través de los años, nuestro producto se ha mantenido actualizado y a la vanguardia del sector, e hicimos un trabajo participando en múltiples congresos nacionales e internacionales'.

En la actualidad **Scord** funciona en más de 40 empresas operadoras, convirtiéndolo en un sistema 'probado y confiable', según Idrogo, quien remarcó: 'Cada año renovamos el compromiso de brindarles el mejor servicio del mercado. Más que un software ofrecemos el control de las operaciones, optimización de los recursos e información confiable para una mejor gestión y toma de decisiones en tiempo real. En ese sentido **Scord** se vuelve un socio tecnológico para expandir sus operaciones sin limitaciones físicas ni descuidar sus operaciones a pesar de las distancias'.

'Además de un buen servicio post venta, reflejado en el asesoramiento de uso y mejores prácticas, de las soluciones y desarrollo de nuevos requerimientos de los clientes con los que tenemos lazos muy fuertes. En Perú, la marca se ha posicionado positivamente. Y estamos en un proceso de apertura hacia nuevos mercados, pues tenemos clientes en Venezuela y prospectos en Ecuador y Colombia'.

Y completó: 'Creemos podemos mantener la calidad de servicio fuera de nuestras fronteras. Como parte de esa estrategia vamos a participar en la convención Andina Link 2012 para entablar contactos internacionales'.



AZUKI: PROVEEDORES BUSCAN MONETIZACIÓN DEL OTT

'Con el crecimiento de consumo de video *Over The Top* (OTT), nace una oportunidad por parte de los propietarios de contenido y proveedores de servicios para aprovechar y obtener beneficios económicos en la prestación de la multi-pantalla', destaca un informe divulgado por **Azuki**.

El acceso a conexiones de alta velocidad de banda ancha, sumado a la producción de nuevas

tecnologías móviles como los smartphones, y el deseo de consumir el contenido de video en cualquier lugar, momento y dispositivo, convierte a la distribución de contenido OTT en una importante forma de distribución.

'Los propietarios de contenido y proveedores de servicios están trazando sus estrategias de monetización, reconociendo que las nuevas

ventanas representan nuevas oportunidades de distribución, y que la *TV Everywhere* les permite ampliar con calidad de televisión de contenido a los dispositivos más allá de la TV en casa', completa el reporte.



Multicom: una explosión de calidad y valor



Linea de componentes activos y pasivos. Además fibra óptica Multicom, video HD, voz y datos de distribución para todas las redes



Nodo optico de 4-puertos exterior

Cable de fibra óptica

- ADSS
- Armada
- Tubo Suelto (Loose Tube)



Soluciones diseñadas para satisfacer sus necesidades en la industria



Nuevo!
Connector de compresión



Equipos de CATV tanto digitales como analógicos

Cables coaxiales y conectores

- RG-59, 6, 11 & Cable troncal
- Cable con mensajero
- Tri-Shield
- 60, 90% Braid



Taps y pasivos de red dura

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

Andina Link



Society of Cable Telecommunications Engineers



ABTA

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

www.multicominc.com 407-331-7779

MULTICOM: AMBICIOSOS PLANES PARA LATINOAMÉRICA

FUERTE PRESENCIA EN SHOWS DEL TRADE EN 2012

Fundada hace 30 años en Orlando, Florida, **Multicom** es un fabricante y distribuidor de toda la línea media para la integración de soluciones de comunicación. Posee un portafolio de más de 13.000 productos provenientes de los 270 principales fabricantes del mundo, incluidos los productos de marca propia.

Prensario dialogó con **Gilberto Caicedo**, International Sales VP de Multicom, acerca de la experiencia de la compañía, su trabajo y sus planes de expansión en Latinoamérica.

‘Hemos participado activamente con nues-

tramos llegar a más territorios y clientes.

Hoy ofrecemos una propuesta de servicios y productos únicos, con un staff profesional, facilidades y capacidades que brindan nuestros socios, seleccionados cuidadosamente para hacer frente con rapidez y ejecutar nuevos requerimientos a los clientes de la región’, subrayó el ejecutivo.

Antes de aliarse, Caicedo explicó que las socios son ‘ampliamente evaluados y seleccionados por sus contribuciones a la industria y al crecimiento de su país a través de la innovación y un servicio que refleje los valores de la compañía’.

EXPANSIÓN COMERCIAL

Sumada a la presencia regional en los mercados del trade, el objetivo de Multicom se completa con la expansión comercial de su línea de productos para CATV y los servicios.

Destacó entre ellos los taps, nodos, amplificadores, conectores troncales y, ahora, lanza los conectores de compresión F, que promocionará fuertemente en Andina Link Colombia y Andina Link Centroamérica, APTC de Perú, Canitec de México, Tepal en República Dominicana, ABTA de Brasil y Jornadas Internacionales de Argentina.

Para Caicedo, la presencia física le permite ‘entender las necesidades del mercado’ y sus negocios, y así avanzar con los principales clientes ofreciendo tecnología de última generación.

‘Estamos muy conformes con la posición que hemos logrado, aunque siempre ambicio-

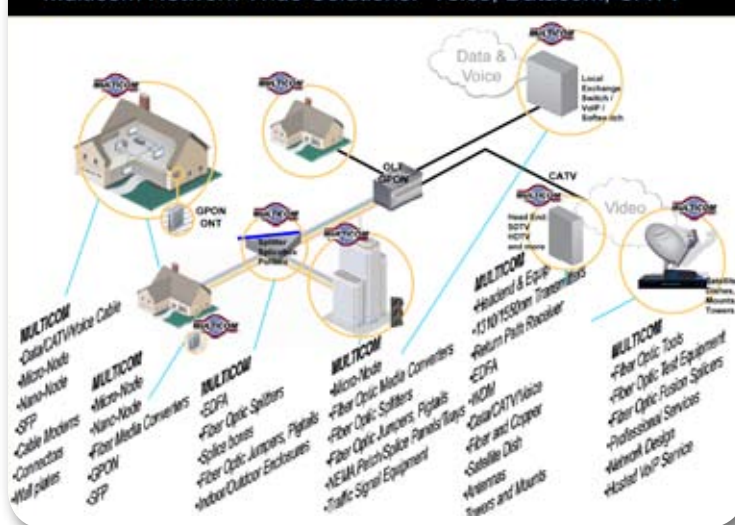


Carlos Shterenberg, de Pico Digital y Gilberto Caicedo, de Multicom

1310nm, el transmisor óptico de 1550nm, el receptor óptico de Return Path, la óptica Micro Nodo, entre otros.

Para 2012, espera anunciar nuevas alianzas y productos. ‘Estos son tiempos verdaderamente interesantes para Multicom y sus socios en toda América Latina’, dijo y completó: ‘Estamos contentos con el reconocimiento regional de la marca. Buscaremos sumar aliados en cada país, tanto de la industria de TV de paga como de telecomunicaciones, las cuales siguen expandiéndose a partir de sumar servicios y clientes en sus diversos segmentos de negocios’.

Multicom Network-Wide Solutions: Telco, Datacom, CATV



tros socios en más de 22 países de América Latina por más de 25 años. La presencia de ingenieros de Multicom y la realización de seminarios destinados a la formación técnica para educar al personal y seminarios en línea gratuitos dedicados a educar a los clientes buscan innovar e impulsar el éxito en los negocios’, remarcó.

FUERTE PRESENCIA REGIONAL

La compañía participa de diversas ferias y conferencias en los distintos mercados de la industria de TV de paga, incluyendo Andina Link Colombia y Andina Link Centroamérica, APTC de Perú, Canitec de México, Tepal en República Dominicana, ABTA de Brasil y Jornadas Internacionales de Argentina.

Para Caicedo, la presencia física le permite ‘entender las necesidades del mercado’ y sus negocios, y así avanzar con los principales clientes ofreciendo tecnología de última generación.

‘Estamos muy conformes con la posición que hemos logrado, aunque siempre ambicio-

PERFECT VISION
MANUFACTURING

✓ CALIDAD
✓ VALOR
✓ DISPONIBILIDAD
✓ COMPATIBILIDAD

SOLUCIONES DE CABLE & WIRE,
SERVICIO PERSONALIZADO Y ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS,
PEDIDOS RÁPIDOS Y EL PRECIO MÁS CONVENIENTE



NUESTROS
CENTROS DE
OPERACIONES
EN EL MUNDO

Oficina Central de Latinoamérica: +1 (501) 251-5960
México: +52 1 (55) 5030 0240
Centro América y el Caribe: +1 (501) 626-5940
Sur América: +54 9 3783 28 8020
www.perfect-vision.com - info@perfect-vision.com

Visítenos en AndinaLink
Booth #110

PIT TELECOM INAUGURA SUCURSAL EN COSTA RICA

SIGUE CONSOLIDANDO SU PRESENCIA EN LA REGION

Pit Telecom está consolidada como una empresa de 18 años de trayectoria que trabaja con los clientes más importantes del mercado de telecomunicaciones de toda la región.

En estos tiempos de tanta competencia y con soluciones que vienen de cualquier lugar del mundo, es importante saber elegir a los proveedores para que puedan dar soluciones

de ingeniería y productos con todo el respaldo necesario. En un lugar destacado a nivel regional se ubica Pit Telecom, empresa con sede en Chile dirigida por Jorge Boza. Están



Jorge Boza

culminando su nuevo edificio corporativo con tres plantas para poder tener una plataforma con más de 900 m² construidos de oficinas para lograr ofrecer una atención de calidad personalizada a toda la región. PIT completa tres edificios en Chile, una oficina comercial en Perú y para los primeros meses de 2012 destaca la apertura de su sucursal en Costra Rica, para atender el mercado Centroamericano con mucha más cercanía. Así PIT Telecom se perfila como una empresa Chilena con calidad de exportación para los clientes más relevantes y de mayor estructura de la región.

Jorge Boza destaca que trabaja a Hansen como su producto principal en su gran oferta para toda la gama de tv por cable y DTH. Vale recordar que Hansen es el fabricante Chino líder en fabricación de cables coaxiales de 75 y 50 ohm en toda Asia, y Pit Telecom es su brazo comercial desde hace ya 16 años para Latinoamérica, con un desarrollo sostenido que le ha logrado posicionar a Hansen como una de las marcas de prestigio en los primeros lugares junto a las marcas tradicionales. Eso en la unión de tener buen precio, calidad de producto y el servicio del equipo de PIT Telecom brinda para dar cubrir toda la región.

De todas maneras PIT Telecom tienen también novedades como la marca Bull, con accesorios para la tv por cable y Telefonía.

El crecimiento de PIT Telecom es sostenido en La región. Vale recordar que fueron la primera compañía chilena en tener un stand en ABTA de Sao Paulo en su momento, lo que hoy los favorece con la aprobación del nuevo PLC.

NEUROTRONIX

Espectros sin Armónicos

Scientific Atlanta
Certificados por Scientific Atlanta

Mayor Alcance, menos Ruido, más potencia

Tecnologías Avanzadas

DESIGNING TO YOUR MEASURE

2954 W 84th Street, Unit 10 - Hialeah, FL 33018
Tel. 305 557-8271 - Fax 305 512-9119
www.neurotronixent.com



Plataforma de Pruebas Masivas para Cable Módems y EMTAs

Cable Modem Test Platform

- Solución completamente escalable para probar CPEs en el depósito, ya sea en pequeñas o grandes operaciones
- Diagnostica cualquier tipo de cable módem, EMTA, o módem router de cualquier marca y modelo
- Realiza pruebas automatizadas en lotes de hasta 48 unidades
- Efectúa pruebas telefónicas completas para los EMTAs
- Permite una operación sencilla por personal no-técnico
- Genera reportes completos para control de inventarios y proceso de RMA
- Reduce los costos de reciclaje y devolución de CPEs

CMT es el equipo de prueba líder en el mercado, y el único capaz de probar módems hasta DOCSIS 3.0.

Visítenos en
Andina Link 2012
Cartagena
Booth #127 B

Soluciones para datos, voz y video sobre cable

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

CORPETEL: MARCAS DE PRIMERA CALIDAD EN PERÚ



Demostenes Terrones,
presidente de Corpetel
y VP de la APTC

Uno de los operadores más carismáticos de Perú que volverá a estar en Andina Link es **Demostenes Terrones**, titular de **Best Cable** y de la distribuidora **Corpetel**, y vicepresidente de la APTC del Perú.

Respecto a la APTC reforzó su lucha contra la piratería, la cual había destacado en la presentación hecha con el presidente, Ovidio Rueda, en Jornadas Internacionales de Buenos Aires. El pedido apunta a que las autoridades peruanas como **Osipitel** declarasen que no pueden actuar contra las operaciones ilegales si los dueños

de los contenidos, es decir las señales, no hacen presentaciones formales en territorio peruano. Por eso piden más presencia de las señales con este tema.

Respecto a Corpetel, Terrones señaló: 'FTD es nuestra marca exclusiva de China con nodos y amplificadores, además de manejar otras reconocidas como **Motorola** y **ACI**. Trabajamos con marcas de mucha calidad'.

Y prosiguió: 'Ofrecemos desde antenas hasta taps, con soluciones llave en mano. Trabajamos mucho con eso en Perú y siempre a la expectativa de cualquier nueva tecnología que salga. En Internet hemos comprado el CMTS C4 Arris para **Best Cable** siguiendo la línea de productos de calidad'.

'En la parte técnica, seguimos contando con un gran equipo que integran el ingeniero **Lucio Chiquilin**, **Elvin Manrique** y **Víctor Jambo**, quienes están trabajando con mucho éxito en la parte de **Best Cable**. Mi esposa **Mavela Quispe** está a cargo de la dirección administrativa de la empresa', concluyó.

APTC: 17 y 18 DE MAYO
EN AREQUIPA



Ovidio Rueda Curimanea,
presidente de APTC

Ovidio Rueda Curimanea, presidente de la **Asociación Peruana de Televisión por Cable (APTC)**, dialogó con **PRENSARIO** sobre su primer año al frente de la entidad y confirmó detalles de la Cumbre APTC 2012, la cual se realizará el 17 y 18 de mayo en el Centro de Convenciones Cerro Juli de Arequipa.

'Se han priorizado una serie de capacitaciones en tecnología para socios a la vez que se incluirá mayor énfasis en intervenciones de tecnología en las conferencias de la Cumbre APTC 2012', remarcó Rueda.

Sobre su responsabilidad al frente de la entidad, dijo: 'Tras asumir, convoqué una reunión de directivos para anunciar un plan con temas de ejecución a corto y mediano plazo. El primer punto fue la apertura y facilitación del ingreso de nuevos socios, lo que le dará mayor representatividad a la institución ante todos los organismos oficiales y privados'.

SU FUENTE DE INFORMACIÓN TOTAL

Mantenimiento de la Vía de Retorno

Guardian System II

Sistema integrado de Hardware y software que entrega un paquete increíblemente flexible de protección de redes a un precio muy accesible. Usted puede administrar completamente la Vía de Retorno de manera eficiente analizando la performance desde la casa del usuario hasta la cabecera del operador.



Administración de Detección de Fugas Automatizada



Seeker GPS System

La solución automatizada de Trilithic lo ayuda a mejorar la eficiencia de cada uno de los aspectos del proceso de administración de fugas de RF, desde el monitoreo de fugas a la detección y administración de datos, con reparación de manera rápida y eficiente de todos los procesos, mediante un preciso sistema de navegación GPS.

Videoswitch

Servidor de Guía de Programación Electrónica EPG Server

- EPG-S Videoswitch DVB-C/T/S ISDB-Tb
- Actualización de Software de STB (OTA-SSU / OAD)
- Carousel de Datos y Objetos
- Envío de aplicaciones GINGA
- Limitación de caracteres
- Edición manual de eventos
- Interfaz de usuario en castellano
- Importación automática de los datos de programación

- Argentina
- Brasil
- Peru
- Paraguay
- Uruguay
- Colombia

Videoswitch s.r.l.
Pichincha 32 P.6 Of. 11 - C1082ACB
Ciudad de Buenos Aires - Argentina
Tel. (+54 11) 4952-0324
www.videoswitch.tv
ventas@videoswitch.tv
info@videoswitch.tv

adelantese al futuro.

TRILITHIC

Latino America:
jvazquez@jpm-communications.com
Tel: 614.505.7800

México:
gleon@jpm-communications.com
Tel: 52.55.5396.1094

Colombia:
scorredor@instrumentacion.com.co
Tel: 57.1.612.1313 ext. 150

Peru:
lalvarez@telmarkperu.com
Tel: 51.1.225.5865 / 51.1.225.5826

Brasil:
hneumann@trilithic.com
Tel: 55.21.3353.1604 / 55.21.8126.3406



3play 425™

- Servidor de repetición instantánea con 6 canales que soporta grabación simultánea de hasta 4 fuentes y 2 canales completamente independientes para reproducción.
- Upconvert y downconvert en cada canal.
- Grabación en 100 Mbit full HD.
- Soporte completo para video progresivo en todos sus frame rates incluyendo 24fps.
- Cámara lenta de alta calidad, interpolada la cual ofrece una reproducción libre de fantasmas entre los campos.
- Timecode Linear (LTC) permite realizar una captura perfectamente sincronizada de todas las fuentes para una pos-producción mucho mas eficiente.
- Simple importación y exportación de clips en una gran variedad de formatos.
- Listas de reproducción múltiples para poder organizar todo el contenido de una forma eficiente. También le permite importar clips adicionales, ajustar la velocidad y niveles de audio.
- 2 unidades de rack.

*Definiendo un nuevo estandar
de producción en vivo.*



TriCaster 450™

- 4 canales con upconvert, downconvert y keyer.
- CG, y gráficos animados con canal de alpha en nuestra DDR virtual.
- Generador de set virtuales en HD con multiples ángulos de cámara.
- Grabación de PGM en HD, hace stream y graba simultáneamente.
- 2 canales de DSK para CG, gráficos y branding.
- Auxiliar con opción de clean feed.
- Multi View Integrado.
- Entradas Virtuales para armar double box, y composiciones complejas.
- 2 unidades de rack.

TriCaster 450 EXTREME

- + 4 canales de grabación.
- + Tecnología de grabación IsoCorder que le permite grabar hasta cuatro fuentes en vivo, en hasta 1080p simultáneamente.
- + Grabación en un gran variedad de formatos.
- + Transiciones animadas con capacidad de personalización.

Para más información visita:
www.newtek.com/LA

Síguenos en



NewTek Inc- Latin America



NewTekIncLA's Channel

© 2011 NewTek inc. All rights reserved.

ATX: SÓLIDO POSICIONAMIENTO

Bernardo Castro de **ATX** destacó a **Prensario** que está sólido el posicionamiento de la marca en la región, mostrando un gran crecimiento en los últimos dos años, al punto que dijo que el 100% de los operadores ya utiliza su plataforma. Eso los satisface y da un motivo más para seguir trabajando con la adición de nuevos módulos y plataformas ópticas. Siguen innovando en el tema de la densidad y la performance de sus productos, como en ofrecer características que la competencia no ofrece.

En la región en general nota que en 2011 disminuyó la compra de producto para headends, a diferencia del año anterior, pero sin embargo han cerrado negocios muy novedosos con tecnología nueva como las plataformas ópticas en diferentes MSOs, en particular en Sudamérica y la región Andina, donde sigue la alianza con con Power & Tel.

El diferencial sigue siendo la innovación con tecnología, en densidad, soporte y costo-eficiencia.



Bernardo Castro

ANTRONIX: TAPS LÍDERES

Milton Ulua destacó a **Prensario** que **Telefónica** vino construyendo su red en Lima y Cusco en todo el 2011, y que toda la planta externa es de Antronix con sus taps.

De la misma manera, otro cliente grande es **Cablevisión** del Distrito Federal de México hace la reconversión de su red también con la compañía.

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

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



Milton Ulua

PROELECTRONICS: AMPLIA GAMA EN CATV, DTH Y MMDS

La empresa brasileña **Proelectronics** sigue con mayor presencia en la región tras tener stands en varios mercados de Latinoamérica el año pasado.

Prensario habló con su director comercial **Alexandre Nunes**, que destacó que en Colombia hicieron una interesante experiencia en el mercado comunitario para **ComuTV** de Medellín, para acceder también a la red de distribución local y empezar a crecer en ese mercado, donde ya están empezando a tener negocios.

Vale destacar que dentro de su gran gama de productos de fabricación propia que generan en su planta de Guararema, en el estado de Sao Paulo, cubren tanto el mercado del CATV, como los MMDS y el DTH. Eso los hace ideales para mercados con multiplicidad de operadores.

Incluyen toda una línea de splitters, Taps, herramientas, Multiswitchers, moduladores, accesorios, filtros, Equalizadores, amplificadores para CATV y DTH, conectores, antenas de VHF y UHF, WLAN y Wifi.



Alexandre Nunes

WIRETECH: CRECE EN LA REGIÓN

En sus comienzos, **Wiretech** se destacó por fabricar cables coaxiales a precios competitivos. Sin embargo, en los últimos años, la empresa argentina se ha posicionado como un proveedor integral para cableoperadores de Sudamérica, ofreciendo desde cables coaxiales hasta cabeceras digitales, equipos ópticos, instalaciones y proyectos.

'Fortalecimos la relación con las fábricas y con los clientes, sobre todo con los del exterior, Paraguay, Uruguay y Perú, a los que podemos atender con más tiempo mostrándoles toda la gama de productos y soluciones que ofrecemos', destacó **Valeria Marcarian**.

'Hemos ampliado nuestras líneas de producto

y apostando también a la Capacitación con charlas sobre enlaces Wi-Fi y adaptación de redes a nodos N+1 para aplicaciones de banda ancha', explicó el Ing. **Carlos Romo**.

'Desde hace un tiempo venimos trabajando en desarrollos de FTTH que, si bien dependen de la capacidad de cada operador, la tecnología lo está haciendo cada vez más accesible para los cableoperadores pequeños', dijo Romo y comentó: 'También estamos trabajando con un nuevo producto que nos permite darle a los nodos ópticos velocidades para ofrecer al abonado accesos de 100 Mb, sin empleo de CMTS'.

'Cada equipo puede abastecer hasta 1200



Valeria Marcarian, Carlos Romo y Belen Arduino de Wiretech

abonados. La limitación está dada sólo por el largo de la fibra. Son especiales para redes N+0 sin pasivos en la línea', finalizaron Marcarian y Romo.

El mejor distribuidor de productos de CATV y telecomunicaciones, IPTV, FTTH, GPON, GEPON, DTH, VoIP, WI-FI y WIMAX en América Latina. Tenemos las grandes marcas que nos respaldan.

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



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

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

VERIMATRIX: ENHANCED HTTP LIVE STREAMING SECURITY

POR: BO FERM, DIRECTOR DE PRODUCT MARKETING DE VERIMATRIX

Parte de la transición del streaming adaptativo en OTT de contenidos de bajo valor a servicios Premium de TV paga, es la aplicación de un sistema de seguridad de contenidos e ingresos de grado comercial. Es imperativo tener la habilidad de proveer niveles equivalentes de seguridad de ingresos y control de entrega en un sistema de streaming a los que los operadores y dueños de contenido exigen de los sistemas de entrega tradicionales, tales como DVB e IPTV.

El protocolo *HTTP Live Streaming* (HLS) va afianzándose rápidamente como estándar

contenido IPTV, **Verimatrix** ha aplicado su amplia experiencia en protección de servicios de TV Premium, entregados sobre redes IP. El sistema VCAS™ (Sistema de Autoridad de Contenido de Video) incluye mejoras al protocolo de base HLS, haciéndolo adecuado para la entrega de contenidos de TV paga de alto valor, para video bajo demanda y en vivo. La solución VCAS para TV por Internet, es parte de la plataforma multired VCAS 3.

VCAS para TV por Internet proporciona gestión segura de claves y otras funciones relacionadas de seguridad, requeridas en sistemas IPTV y DVB de TV paga, para proteger el contenido y los ingresos. Esto incluye autenticación de dispositivos y gestión de derechos, para asegurar que los dispositivos clientes están conectados a los suscriptores. Esto asegura que solamente los suscriptores verificados puedan ver contenido protegido. Después de que el contenido haya sido seleccionado por el

consumidor, y codificado por equipos de terceros, ocurre una transacción simultánea que obtiene las claves requeridas para la decipción del video.

El núcleo de seguridad del cliente Verimatrix ViewRight dentro del receptor, pide la clave y la obtiene de la base de datos VCAS que está en la cabecera, desbloqueando el flujo para su visualización. El núcleo de seguridad es capaz de asegurar que los aspectos claves del entorno cliente estén de acuerdo con las restricciones de las licencias del contenido — esto incluye tratar con cuestiones tales como los controles de producción, overlays y la integridad del sistema operativo en tiempo de ejecución.

Además del contenido encriptado para servicios en vivo, el contenido se mantiene protegido cuando está almacenado en



servidores de flujos de video bajo demanda (VOD), y en los grabadores de video digital de los suscriptores (PVR). La verificación de derechos ocurre antes de la expedición de la clave que permite el descifrado del contenido.

VCAS para TV por Internet proporciona las siguientes mejoras en la seguridad del protocolo HLS:

- Identificación única del dispositivo y certificado X.509 del lado cliente
- Autenticación reciproca de doble sentido
- Protocolo de gestión de seguridad de claves
- Protección de la salida del dispositivo cliente y control de copias
- Detección y reporte de atentados tipo iOS "jail-break" y Android "rooting"
- Configuración y rotación frecuente de claves
- Detección y reporte de clones
- Verificación completa de derechos antes de entregar las claves al cliente
- Gestión del dominio en la cabecera
- Mejoras en la robustez de los dispositivos clientes

Estas características son proporcionadas de manera estándar en la solución VCAS para TV por Internet, haciéndola idónea para proteger servicios e ingresos de TV OTT.

Además, es posible poner una marca de agua en el contenido de video, especifica para cada usuario, necesaria para el seguimiento forense, en caso de uso no apropiado de contenido, por ejemplo a través de su distribución ilegal por internet. De esta manera, Verimatrix proporciona un perímetro de seguridad que se extiende más allá de la protección tradicional en broadcasting de uno a muchos. La solución Verimatrix está basada en un concepto de seguridad de capas flexible, que mejora la seguridad básica del protocolo HLS, aplicando la misma tecnología probada en más de 400 instalaciones de IPTV en todo el mundo.



Verimatrix ViewRight on iPad and iPhone

de facto para servicios OTT. Si bien el protocolo HLS incorpora un modelo de seguridad básico para la entrega de servicios, no define una solución completa de protección de alta calidad. De hecho, HLS es el único protocolo basado en HTTP que ha sido diseñado para ser usado con extensiones de seguridad de terceros, puesto que no está vinculado a ninguna tecnología de seguridad específica. Con este fin, HLS define un mecanismo de codificación común (AES) con el cual los vendedores pueden construir codificadores, encriptación, o reproductores sin atarse a sí mismos, o a sus suscriptores de TV paga, a ningún sistema de CA/DRM. En un sentido, esto es similar al criterio del Simulcrypt DVB, que define un algoritmo común adoptado por todo el ecosistema DVB.

Como proveedor líder de seguridad de

DESDE LA CABECERA HASTA EL HOGAR

Entregando Productos, Conocimiento, Servicio y Experiencia

TVC Ofrece Soluciones de Negocios Integrales De Acuerdo a sus Necesidades

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



Algunos Suplidores



Marcas TVC



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



AURORA: RFPON COMBINA RFoG Y PON

Con la tecnología adecuada en sitio, los cableoperadores pueden implementar de una forma costeable la fibra óptica hasta el objetivo cuando sea necesario, en respuesta a la presión de la competencia, manejando de una forma efectiva y accesible las necesidades de hoy, y proveyendo la estructura de red apropiada para preparar el futuro que cada día se encamina más hacia la entrega de servicios completamente IP.

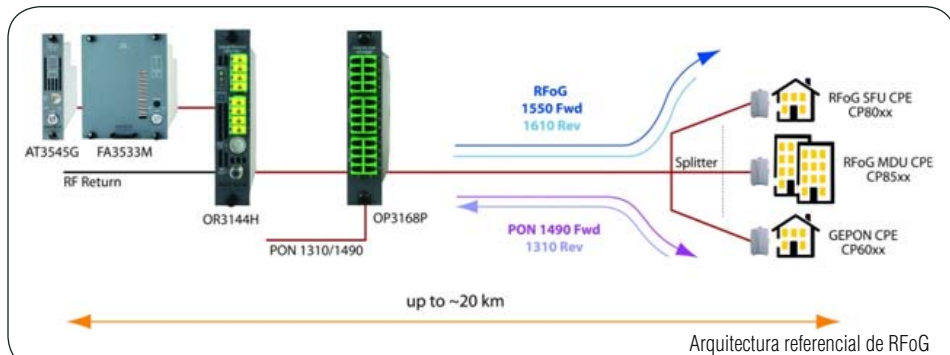
RFoG

RF over Glass (RFoG) permite entregar nuevos servicios de la misma forma que una red FTTH (RF set-top boxes, módems DOCSIS 3.0, y eMTAs) en cualquier punto de la planta de cable existente, y no limitarse solo a áreas a donde se ha construido con fibra hasta la casa. Esto trae como resultado un headend y una fuerza de trabajo completamente unificados, simplificando de forma significativa la operación y habilitando a la vez una considerable campaña de mercadeo y publicidad a lo largo del área de cobertura.

Mientras que el sistema cumple muchos de los objetivos clave para el cable operador, RFoG incorpora algunas limitaciones técnicas que incluyen:

- Alcance limitado: Mientras que el alcance del downstream es importante, la limitación del sistema será dirigida por el upstream dada la necesidad de soportar servicios de DOCSIS 3.0 con "channel bonding". El número de grupos de RFoG con redes ópticas pasivas (PON) ha ser combinados junto con los niveles de modulación, alcance y factores de división y combinación de señal son las limitaciones de desempeño de la red.

- Eficiencia en la fibra y redundancia en la red: En una implementación típica de RFoG, cada fibra servirá hasta 32 suscriptores. Dado a que la arquitectura es completamente pasiva, no existe una forma práctica para proveer redundancia de la misma forma como se puede proveer en un nodo HFC. Con la creciente importancia de los servicios de alta demanda/ganancia, ésta no es una solución ideal.



La tecnología de "Hub Virtual" de Aurora vence esta limitación. Un hub virtual contiene un hub operacional dentro de la carcasa de un nodo convencional, y traslada la funcionalidad de éste hasta un punto remoto completamente hermético que puede ser ubicado de forma estratégica más cerca del cliente.

RFPON: COMBINANDO RFoG Y EPON

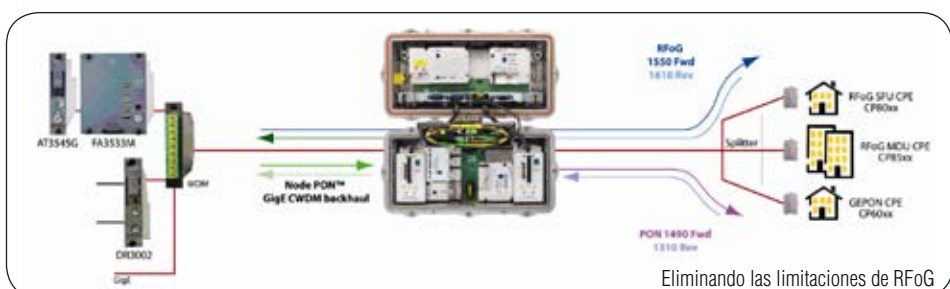
A medida que los operadores tratan de implementar arquitecturas RFoG, también puedan aprovechar esta infraestructura entre el hub virtual y el cliente para combinar los servicios de RFoG con servicios de banda ancha de alta velocidad completamente IP a través de la integración de EPON. La opción de combinar RFoG con EPON, también conocida como RFPON, provee los medios para servir áreas comerciales y algunos clientes residenciales cuyos requerimientos de ancho de banda pueden exceder a los paquetes ofrecidos a través de DOCSIS.

La tecnología de Gigabit Ethernet PON (GEAPON) ha emergido como la mejor opción para los cable operadores para ofrecer servicios completamente IP de forma eficiente. GEAPON provee un amplio ancho de banda (hasta 1,000

Mbps simétricos). Asimismo, la implementación de GEAPON está siendo optimizada para los cableoperadores con el surgimiento del estándar de CableLabs, aprovisionamiento de EPON a través de DOCSIS (DPoE), lo que permite la integración de nuevos servicios con la plataforma de aprovisionamiento existente.

El estándar SCTE IPS SP 910 para RFoG especifica claramente la asignación de 1310 nm y 1610 nm como longitudes de onda para el retorno. La opción de 1310 nm es la más económica mientras que la de 1610 nm está lista para el futuro; esto permite una integración opcional tanto con un sistema IEEE 802.3ah (GEAPON) o uno ITU G.984 (GPON) dado que en ambos casos se utiliza 1310 nm para la transmisión de datos de retorno.

Para maximizar los beneficios de RFPON, los operadores pueden sacar ventaja de un modulo terminal de línea óptica (OLT) para exteriores. Esto habilita la funcionalidad de GEAPON desde un nodo óptico tradicional o desde un hub virtual. Con este modulo, los cable operadores pueden implementar de forma selectiva y económica, servicios para clientes comerciales y residenciales a través de RFoG y GEAPON a través de una sola red FTTH.



Eliminando las limitaciones de RFoG

Creemos juntos el futuro

El logro se debe a una excelente calidad en las soluciones de seguridad

Más de 300 operadores y proveedores de contenidos están usando el CAS

Más de 70 millones de tarjetas smart son exportadas a todo el mundo

Más de 200 millones de suscriptores en todo el mundo acceden a una magnífica experiencia digital





**12-14 MARCH
2012**



**THE INTERNATIONAL
SPORTS
PROGRAM MARKET**
FOR TELEVISION AND NEW MEDIA

With the support of



INTERNATIONAL
OLYMPIC
COMMITTEE

SOFITEL Rio de Janeiro Copacabana
www.sportelRio.com

PRINCIPALITY
OF MONACO



Sistema De Acceso Condicionado de Alta Seguridad **CTI-CAS**

- Soporta soluciones con Chipset de Alta Seguridad
- Llaves de encriptación multicapas
- Contra piratería tipo CW compartida
- Tarjeta Maestra-Esclava
- Emparejamiento de caja con smartcard
- Soporta pago a través de SMS
- Soporta modos de pago como PPV, IPPV, IPPV-T
- Función de Pre-encriptación, soporta aplicaciones como VOD, PVR, Time-Shift TV, etc

Otros productos: Hardware SI-EPG Mosaico, Video Servidor, Difusion de datos, Push VOD, etc



*Compatible con los
estándares DVB



*Casos de éxito en más de 70
países



*Soporte técnico en
línea 7x24



*Nunca ha sido
hackeado



*Integración con SMS, STB y dispositivos de
Multiplexación e encriptación



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

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



MOBILE WEBVIEW



CHANGE THE WAY YOU MAINTAIN YOUR NETWORK



Hunter usa Radar Technology para encontrar exactamente la causa y la localización del problema, sea Analog CPD, Digital CPD, acceso, o impulso de ruido.

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

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

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

ARCOM DIGITAL

www.arcomlabs.com

TVC, EL VERDADERO VOD

CONFERENCIA DE GABRIEL BONILLA DE TVC EN ANDINA LINK

En el Marco de Andina Link 2012, en Cartagena de Indias, **TVC Latinoamérica** vuelve a apostar a la parte formativa brindando una conferencia el martes 28. Se titula 'Over The Top, el Verdadero VoD', presentada Ing. **Gabriel Bonilla**, Gerente de Ventas IP- **TVC**. Vale destacar que desde hace muchos años la distribuidora liderada por **Raúl Soto** en Latinoamérica viene manteniendo como una unidad aparte el mundo IP, cuando todavía no era una realidad. Ahora es el momento de cosechar esa experiencia.

Dentro de la Sinopsis de la ponencia se destaca: 'Durante mucho tiempo la TV ha sido un servicio tradicional que se ha limitado a retransmitir el contenido de los "broadcasters", mas algunos valores agregados como PPV y VOD. Actualmente con el crecimiento de ancho de banda disponible para los usuarios, han nacido múltiples servicios y dentro de ellos la OTT (Over the Top), que permite a los usuarios ver video cuando lo quieran y en el dispositivo en el que lo quieran gracias a que

se puede tener el contenido disponible en la nube de internet.

La charla esta diseñada para la explicación generalizada y los requerimientos de un sistema OTT y las implicaciones para el operador y para los usuarios, de manera sencilla y accesible para todos puedan vislumbrar estas posibilidades.

Gabriel Felipe Bonilla, IP Sales

Manager CALA, **TVC**, es Ingeniero Electrónico, Pontificia Universidad Javeriana – Bogotá. MBA Universidad Nacional de Colombia. Desde 1994 ha participado activamente y desarrollado proyectos en seguridad, interconectividad y acceso. Desarrollo el área comercial y de soporte técnico, permitiendo a CLAdirect Colombia participar en proyectos de gran envergadura en ETB, EPM, Telecom. En 2008 ingresa a **TVC** a formar parte del equipo de ventas de IP de Latinoamérica, desde entonces a desarrollado proyectos de integración en America Movil, Telmex, Millicom, Liberty Cable, CableTica, Cable and Wireless y otros.



BRIDGE: VB252, NUEVA SOLUCIÓN PARA MONITOREO DVB-T/T2

Bridge Technologies lanzó la nueva interfaz de RF **VB252**, el control de RF completo que ofrece diversas soluciones para broadcasters DVB-T/T2. El diseño modular permite mezclar diferentes tipo de entradas, para resolver las necesidades de distintas configuraciones de red, como distribuciones satelitales a sitios de transmisión combinados con distribuciones IP.

A su vez, el monitoreo de alta densidad ASI puede ser combinado con el monitoreo DVB-T/T2, sumando el modulo **VB242** al modulo existente. La combinación del **VB252** con **Videobridge** permite a los broadcasters, combinado a los **VB120** o **VB220**, monitorear fácilmente toda la señal de punta a punta de la cadena, y monitorear hasta 260 señales IP en multicasts, para un completo análisis de la red IP así como



Philips Burnham, director de Ventas, y **Simen Frostad**, presidente

también la transmisión DVB-T/T2.

Simen Frostad, presidente de Bridge, comentó: 'El DVB-T2 recién se está despegando, pero ofrece grandes ventajas para los broadcasters. Una gran cantidad de redes bajo este estándar de TDT se encuentran actualmente en desarrollo, y hasta ahora, no existía una solución de monitoreo de alta calidad, por lo que el **VB252** viene a llenar un vacío.'



Tienda Virtual DEL HEADEND AL HOGAR

En **CableNetwork** nos complace anunciar el lanzamiento de nuestra **Tienda Virtual**, en donde encontrarás productos de gran calidad al mejor precio. Este innovador servicio nos coloca a la vanguardia en el mercado.

Nuestro compromiso; brindar soluciones integrales, diseñadas para satisfacer tus necesidades.

Gracias por ser parte de **CableNetwork**.



Headend



CMTS



Nodo óptico



Cable Drop (RG6)



Taps



Cable troncal (p.500)

www.cablenetwork.net

■ **USA, Florida**
Tel : (954) 312 1200
Fax: (561) 672 8768

■ **México, Distrito Federal**
Tel: (5255) 5640-7287
Fax: (5255) 5600-8366

■ **USA, Carolina del Norte**
Tel : (252) 628-8268
Fax: (252) 628-8215

■ **Asia, Hong Kong**
Tel: (852) 2824-8367
Fax: (852) 3909 2227

■ **Argentina, Buenos Aires**
Tel: (5411) 4755-5200
Fax: (5411) 4755-1007

■ **España, Madrid**
Tel: (3491) 406 37 30
Fax: (3491) 406 37 35

LEVEL 3: SUPER BOWL XLVI EN HD

Level 3 Communications, Inc. fue seleccionado por la cadena NBC y la NFL para proveer los servicios de los servicios de video de HD para la transmisión en vivo del Super Bowl XLVI, uno de los eventos deportivos del año para el cual utilizó la tecnología Vyx VenueNet+.

El estadio Lucas Oil Stadium de Indianápolis, donde se disputó el Super Bowl XLVI, estuvo conectado directamente a la avanzada red de fibra óptica de Level 3, proporcionándole a NBC la capacidad de transmitir el partido sin necesidad de construir o de gerenciar su propia red. En total, para la cobertura del juego se contrataron más de 3.000 horas de contenido de video, codificado y transportado a través de la plataforma de Level 3.

Además de transmitir el partido, el proveedor también aportó imágenes e informaciones previas y posteriores al partido, enviándolas al

centro de operaciones de la NFL situado en Mt. Laurel, N.J., California, y a la sede del control central de Red de la NFL en Atlanta, como así también a otras cadenas teledifusoras y telepuertos satelitales para su distribución global.

Mark Taylor, vicepresidente de

Contenidos y Medios de Level 3, destacó la 'importancia' para crecimiento de su compañía de haber sido seleccionados para

este megaevento. 'Sin dudas, esto nos posiciona en el mercado y nos permite mejorar la calidad de los servicios y las soluciones que ofrecemos. Somos especialistas en la transmisión de eventos en vivo en Estados Unidos', remarcó.

La tecnología Vyx VenueNet+ de Level 3 posee una ingeniería que permite brindar servicios de video digital en HD y SD sin igual,



Super Bowl 2012 celebrado en Indianápolis

con codificación HD y SD adicional, Internet de alta velocidad y soporte telefónico. Esta tecnología se utiliza en la totalidad de las 31 sedes principales de fútbol profesional a lo largo de todos los Estados Unidos.

BB BroadBand International®



• Accesorios insertables (plug-in) de remplazo para Nodos, Amplificadores y Taps, compatibles con las principales marcas del mercado.



• Ecuallizadores Ajustables: 4 o 5 Valores en 1 solo Ecuallizador, 4 o 5 veces menos inventario y espacio en bodega, reduce en un 75% los cortes de señal relacionados con cambios de ecuallizadores.



• Amplificadores FASTPAC: módulos para hacer upgrade (Incremento del ancho de banda) de la red o remplazo de equipos por mantenimiento, sobre los housings ya instalados, sin rediseños, cortes, reconexiones, ni reubicación de amplificadores.

Oficina Corporativa:

11650 NW 102 Road - Medley, Florida 33178
Tel.: 305 359 3561 - 305 231 6916 / Fax 305-231-6918
info@broadbandinternational.com
www.broadbandinternational.com

- Productos de la más alta calidad
- Precios convenientes
- Menor tiempo de entrega
- Atención personalizada

TV Digital (ISDB-Tb) - CATV - MMDS - Celular - Wlan

la evolución
es natural para
quién utiliza
productos

PRO
ELECTRONIC
JUST EVOLUTION

20 Años

[@proelectronic](https://twitter.com/proelectronic) [proelectronic](https://facebook.com/proelectronic) www.proelectronic.com



natpe.
CONTENT FIRST

"The forecast from Miami is sunny, both for the weather and the content industry as a whole...NATPE was abuzz with smiling attendees eager to do business..."
WORLD SCREEN

"...NATPE, in 2012, has positioned itself well as the kickoff to the international selling season... a bustling gathering of TV producers, distributors and executives from all over the world..."
BROADCASTING & CABLE

IF YOU DON'T GO, YOU DON'T KNOW!

"...it's perfect for industryites who can hop from "Katie" to "The Ricki Lake Show" to "Steve Harvey" simply by getting on an elevator...the face-to-face contact with buyers offered by NATPE is invaluable."
VARIETY

"NATPE has been permanently transformed into a content market and conference, where TV shows, movies and other video products search for multiplatform and multinational opportunities...a vibrant three-day run, 5,000 buyers, sellers, advertisers, financiers and media from around the globe converged to not only buy for broadcast but also for the expanding digital realm..."
THE HOLLYWOOD REPORTER



NATPE II Budapest, June 26-28, 2012 Sofitel Chain Bridge Hotel, Hungary

www.natpebudapest.com

NATPE II Miami, January 28-30, 2013 Fontainebleau Resort, Miami Beach

www.natpemarket.com

© 2012 NATPE. All rights reserved.



Las Cámaras N° 1 para móviles y estudios de Argentina

SONY
make.believe



HXC-100

HSC-300

Las cámaras **HXC-100** y **HSC-300** ya están al alcance de tus manos, diseñadas especialmente para facilitar la transición de SD a HD, sin tener que salir de tu presupuesto.
A un precio accesible con la mejor calidad del mercado.

Abriendo un nuevo mundo para la producción HD

HXC-100 y HSC-300 pertenecen a la línea HD/SD de estudio-exteriores con las siguientes características:

- 3 sensores CCD de 2/3" y 2.2 millones de píxeles con excelente calidad e imagen.
- Conversores A/D 14 bits full broadcast - Sistema Triax Digital
- Conversor de banda ancha de muy alta calidad para salida de HD/SD.
- Equipos multiformato que trabajan en 1080 a 50/59.94 entrelazado; 720 a 50/59.94 progresivo o en TV estándar en 576/50 o 480/59.94 entrelazado.

HD PARA TODOS

Create. Connect. Inspire

Humberto 1° 2887/9
(C1231ACE) Buenos Aires (Argentina)
Tel.: +54-11-4308-4884 / Fax: +54-11-4308-5493
info@viditec.com.ar / www.viditec.com

Viditec



ESTAMOS CONECTADOS CON:



DESCUBRA
CÓMO PODEMOS TRANSFORMAR
SU NEGOCIO EN INTERNET

Estas empresas confiaron en nuestra Plataforma:

Diario **LA PRENSA**

El Tribuno.com.ar

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

BANCO COLUMBIA

INVERSOR LATAM

Prensario Internacional
Television • Broadband • New Media • Licensing

VISA

finanzas prácticas
by expert financieros **VISA**

FILMAR
en América Latina

TyN

ITU

CORPORACION PERUANA DE TELECOMUNICACIONES S.R.L.

CORPETEL.COM

DE TODO PARA CATV, VIA SATELITE & REDES HFC



SOLUCION INTEGRAL EN TELECOMUNICACIONES

- **Antenas Parabólicas de fibra de Vidrio para Banda C y Banda KU (somos fabricantes) Homologadas por el MTC.**



- **Equipos para HEADEND**

Moduladores A/V
Demoduladores A/V
Procesadores de Señal
Combinadores Pasivos
(Pico Macom)

Receptores de Satélite MPG4
Amplificadores ACI y Motorola
POWER SUPPLY 14 Amp.



- **LO MEJOR EN EQUIPOS OPTICOS FTD NETWORK**

Transmisores Ópticos
Nodos Ópticos
Receptores Ópticos
Plataformas Ópticas
ODF 12, 24, 48 y 96 hilos



HERRAMIENTAS y FERRETERÍA EN GENERAL



TENEMOS A SU DISPOSICIÓN LOS MEJORES PRODUCTOS EN LAS MEJORES MARCAS



VENTA E INSTALACIONES A NIVEL NACIONAL

www.corpetel.com.pe

Tienda: **JR. PARURO 1401 TDA. 108**
"PARURO SHOPPING CENTER"

Oficina Comercial: **AV. NICOLAS DE PIEROLA 1717 DPTO. 502**

426 1251 / 426 0983

Rpm #315274 Nextel 817*3978

PUNTA SHOW 2012

19, 20, 21 y 22 de marzo

GRUPO ISOS



este año,
vas a embarcarte?

www.puntashow.net

¡Vivilo a bordo!



¡Útilice su móvil y
súbase antes que nadie
al crucero!

Encuétranos también en:



Presentador Gold:

FOX LATIN AMERICAN CHANNELS

Presentador:



Apoyan:



Media Partners:



Presentamos
la nueva generación
de cabeceras digitales
de alta densidad



DMP900 Plataforma Digital

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

WELLAV

One Stop Video Delivery Solution



Latinoamericana TCA - www.latinotca.com - marketing@latinotca.com.ar

Argentina | Chile | Colombia | Ecuador | Paraguay | Perú | USA

CALENDARIO

FEBRERO 2012

- RIOCONTENTMARKET (FEB. 29 - MAR. 2ND), HOTEL WINDSOR BARRA, RIO DE JANEIRO, BRAZIL

MARZO 2012

- SPOTELRIO (MARCH 12-14), SOFTEL, RIO DE JANEIRO, BRAZIL

- PUNTA SHOW ON BOARD (19-22), BS. AS. - MONTEVIDEO WWW.PUNTASHOW.NET

- SPECIAL ADSALES - ARGENTINA - WWW.NATPE.ORG

ABRIL 2012

- MIPTV 2012 (1-4 ABRIL) CANNES - FRANCIA - WWW.MIPWORLD.COM

- NAB SHOW 2012 (14-19) - LAS VEGAS CONVENTION CENTER - LAS VEGAS - USA - WWW.NABSHOW.COM

MAYO 2012

- IV CUMBRE APTC 2012 (17-18) AREQUIPA - PERÚ
- LA SCREENINGS, (15-23), LOS ANGELES, USA
- NCTA (21-23), BOSTON CONVENTION & EXHIBITION CENTER, BOSTON, USA
- EXPO CANITEC (MAY 30 - JUN 1), ACAPULCO, MÉXICO

JUNIO 2012

- FORUM BRASIL (4-5), FREI CANECA CONVENTION CENTER, SÃO PAULO CITY, BRAZIL
- EXPO CINE, VIDEO, TV 2012 (5-8), WTC, CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO
- NEXTV 2012 SOUTH AMERICA SUMMIT (12-13), BUENOS AIRES, ARGENTINA
- NATPE BUDAPEST (26-28), BUDAPEST, HUNGARY
- ENCUENTROS REGIONALES DE TELECOMUNICACIONES (26-28), ROSARIO, ARGENTINA

JULIO 2012

- TECNOTELEVISIÓN (25-26), BOGOTÁ, COLOMBIA
- TEPAL (18-20), HARD ROCK CAFE, PUNTA CANA, REPÚBLICA DOMINICANA
- MEXICO SPECIAL EDITION

AGOSTO 2012

- ABTA (JUL 31-AUG 2), SÃO PAULO, BRAZIL
- SET-CONGRESSO TECNOLOGIA DE TELEVISÃO (21-23), CENTRO DE CONVENÇÕES IMIGRANTES, SÃO PAULO
- BRAZIL SPECIAL EDITION

(*) LA FECHA NO SE HA CONFIRMADO HASTA EL MOMENTO

SUPERCANAL DE ARGENTINA DIGITALIZA CABECERAS CON INTEGRACIÓN DE SAFEVIEW

“TOUR DE DIGITALIZACIÓN” EN EL INTERIOR DEL PAÍS

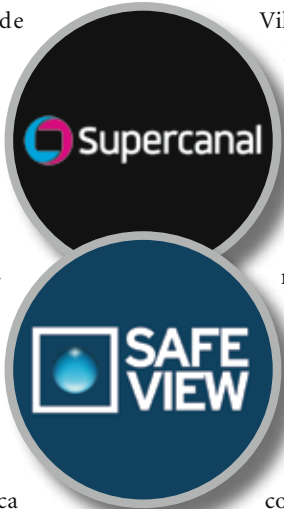
Carlos Granzotto, CEO de **Safeview** para Latinoamérica, destacó a **Prensario** que la marca contribuyó exitosamente a la digitalización que el MSO argentino, **Supercanal**, completó para seis cabeceras.

Esta integración forma parte de una gran inversión que Supercanal, segundo operador de cable de Argentina, ha realizado para enfrentar los nuevos desafíos que presenta la industria. Granzotto expresó que de esta manera, el MSO con sede en Mendoza ‘se acerca a los nuevos servicios con la mejor tecnología y relación costo-beneficio’.

El trabajo, realizado con MPEG4 para MMDS, se concretó en las plazas de Reconquista (Santa Fe), Ushuaia, Tucumán y

Villa Mercedes (San Luis). **Leandro Lagos**, gerente comercial de **Supercanal**, dijo: ‘Encontramos en Safeview una solución muy flexible y confiable. En los últimos 120 días, 12.600 clientes de Supercanal ya están disfrutando de nuevos y mejores servicios digitales y en alta definición’.

‘Estamos proyectando un 2012 con al menos cinco nuevas plazas que sumaremos a las actuales, y lógicamente seguiremos fortaleciendo la relación con el proveedor para acercarnos a nuestros clientes más servicio del alto valor’, agregó Lagos. En marzo lanzan Tucumán, Trelew y Villa Mercedes en San Luis, en un “tour de digitalización” con la gente de Safeview.



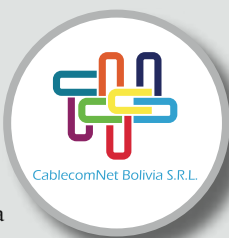
INTERACCIÓN CON CABLECOMNET BOLIVIA

Safeview avanza también en la región con presencia en Ecuador, República Dominicana, donde cuenta con cuatro sistemas, y está apostando a Chile, donde espera integrar cabeceras análogo-digitales de cara al apagón analógico. Eso además de ya cosechar los frutos de una presencia sostenida en Andina Link y otros eventos del Cono Norte.

‘Hemos centrado nuestros desarrollo tecnológico en la protección de los contenidos para cable, terrestre, aire, satélite, IPTV, híbrido y OTT contra la piratería, posicionando su CAS

entre los más seguros y confiables del mundo’, destacó Granzotto.

Entre las últimas novedades, el ejecutivo mencionó la exitosa integración realizada con **CablecomNet** en la ciudad de La Paz, Bolivia. ‘Hemos puesto especial énfasis en este nuevo proyecto, ya que puede ser el comienzo de una operación grande y una expansión en ese país’, completó.



Encienda su presupuesto con grandes resultados.

Antronix E-Option es la solución más económica y eficiente en el mercado de la señal de retorno acondicionado hoy día.

La flexibilidad en nuestros enchufes y el intercambio en las tapas permiten mitigar el ruido en su origen, obteniendo así niveles óptimos de la señal, mejora de C/N y una respuesta plana sin necesidad de interrumpir la red o rediseños costosos. Ya sea con el legado de retorno en banda o cambios en el mañana, E-Option ofrece una gama de soluciones para mantener sus módems zumbando ahora y en el futuro, con menos aleteo de su equipo de campo.

Porque los retornos felices hacen abonados de datos felices. Y los abonados de datos felices hacen retornos felices. **Que dulzura**



Visitenos en AndinaLink Stand No. 121B | 1-901-409-3324 • 1-609-860-0160 • ventas@antronix.net • www.antronix.net



Fabricante Argentino de cables coaxiales flexibles

**Y la más
completa línea
de equipamiento
para:**

- Cabezales de CATV, Analógicos y Digitales
- Redes de Fibra Óptica
- Redes Coaxiales y todo su equipamiento
- Instalaciones domiciliarias.
- Internet

Thomas & Betts

ASKA
Communication Corp



MOTOROLA

TELCON

TFC Amphenol

Cablematic
CABLE PREPARATION EQUIPMENT

Sucursal Córdoba:
Boulevard Los Granaderos 2722
Córdoba
Tel.: +54 0351 598 0084
wtsucursalcordoba@arnet.com.ar

Casa Central:
Domingo French 831 - Villa Martelli
Pcia. de Buenos Aires
Tel.: +54 11 4709 6650
ventas@wiretechsa.com.ar

Wire Tech International Inc.:
Ventas FOB
vmarcarian@wiretechsa.com.ar
Tel.: +54 11 4709 6650

www.wiretechsa.com.ar

Ahora.

La mayor forma de hacer negocios.



NODOS



- OM 1111 (New)
- SG 4000
- SG 2000
- 6940
- 6920
- Tierra Nodes

CONVERTIDORES



- DCT 2000s
- DCT 6200s
- DCT 6208s
- DCT 6412s
- DCT 6416s
- DCT 700s

AMPLIFICADORES



- Flex Max 321 Series (New)
- Flex Max 601 Series (New)
- GMLE 870
- Flex Max 331 Series (New)
- Flex Max 901 Series (New)
- MB 75 SH

MODEMS



- SB 51XX Series
- DPC 2100
- TJ 715Xs
- VOIP Modems

CABEZERA



- CHP Max 5000 (New)
- Motorola DSRs
- C8
- C6
- SEM V8

PASIVOS



- C-Cor Taps (New)
- S.A. Taps
- G.I. Taps
- Taikan Taps (New)

AGC tiene lo que usted necesita cuando mas lo necesita – ahora. Nosotros somos lideres de la industria en inventario en existencia de equipos nuevos & reconstruidos. Y nosotros tenemos la experiencia de recuperar en el negocio – el negocio de hacer a sus clientes felices. Ahora es inteligente.

Ala mano. Sobre demanda.

Nosotros somos distribuidores autorizados de Arris.

913.402.4499

www.adamsglobal.com

sales@adamsglobal.com