



¿DESEA ELEVAR LA EXPERIENCIA WI-FI?

Ya sabe que los clientes más exigentes de hoy en día quieren un Wi-Fi de alta calidad que escale fácilmente para apoyar a todos los dispositivos que lo requieran. Un rendimiento confiable, sin interrupciones, en sus hogares o comunidad. ¡Y muy rápido también! Lo suficientemente rápido para admitir la visualización de videos con calidad de televisión y la evolución a 4K.

En ARRIS, lo llamamos el Wi-Fi sin límites. Y esta es solo una de las muchas innovaciones que nuestros expertos están desarrollando en conjunto con proveedores de servicios para transmitir el futuro, juntos.



SOMOS WI-FI SIN LÍMITES

Infórmese aquí: www.arris.com/solutions/wi-fi

JULIO 2016 | AÑO 21 | # 276

Prensario Internacional

www.prensario.net

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING

EDICIÓN ESPECIAL DE

MÉXICO

Y
CONVERGENCIA 2016
SHOW.MX

INFORMES POST:

EXPO Cine Video Televisión



TEPAL 26



nextv series



TENER EL CONTROL ES SÓLO UNA ILUSIÓN.



MR. ROBOT

SEGUNDA TEMPORADA

SPACEGO

JUEVES 11:00 PM
MEX | COL | ARG

SPACE



Tenemos claro
lo que tú necesitas
y lo que todos
quieren ver



IDEAS NITIDAS

azmundo

azcorazón

azclíc!

azcinéma

www.aztvdepaga.com

Edición especial de México y Convergencia Show

Informes post Tepal y Expo Cine, Video y Televisión



Es un gusto para PRENSARIO ofrecer aquí, nuevamente en el mes de julio, nuestra tradicional edición especial de México, que cubre todos los aspectos de la TV paga en ese país, con un informe central de mercado y contenido de ventas publicitarias. También incluye el segmento Broadcast, con la cobertura de la Expo Cine, Video y Televisión ocurrida hace pocas semanas en Ciudad de México.

Pero, sobre todo, esta edición tiene a los grandes protagonistas de ese mercado, con reportajes exclusivos a **Alex Penna**, de **Sky**; **Adolfo Lagos**, de la relanzada **Izzi TV** del **Grupo Televisa**; **Enrique Yamuni**, de **Megacable**; **José Luis Woodhouse**, de **Dish** con sus lanzamientos de OTT con **HBO** y **Fox**; **Totalplay**, de **TV Azteca**; **PCTV**, con **Alejandro Tanaka** y todos los demás operadores de primera importancia. En referencia al OTT, sumamos a **Cinépolis**, que con **Clarovideo** y **Blim** ha enriquecido la oferta del mercado.

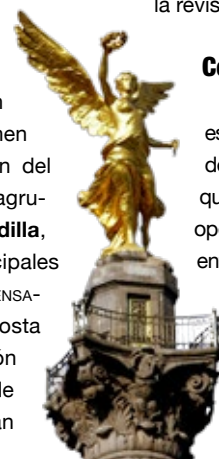
Convergencia Show

Del 19 al 21 de julio, tendrá lugar Convergencia Show, la nueva y única expo de TV paga en México que se realizará en el World Trade Center, y donde PRENSARIO moderará un

panel sobre OTT.

Esta nueva convención parte de la base de lo que fue por cinco años la **Expo ATIM** y, tras la caída de **Canitec**, ocupa un lugar fundamental que la industria de la TV paga de México y regional. El mercado número uno de habla hispana de la región no puede no tener un lugar de reunión y por eso PRENSARIO apoya totalmente a la organización de **Rafael Val**, de **Newsline Report**.

La distribución en Convergencia Show es una parte clave de esta edición especial y permitirá avanzar mucho en los más de 300 sistemas independientes que conserva México para no menos de un millón de suscriptores y que no todos tienen en el radar tras la consolidación del mercado. Muchos de ellos están agrupados en ATIM de **Salomón Padilla**, que es otro de los reportajes principales de este número de México de PRENSARIO, como de **Roy Salazar** de Costa Rica, presidente de la federación de operadores independientes de Mesoamérica, que también estarán en Convergencia Show.



Expo Cine, Video y Televisión de México

La Expo Cine, Video y Televisión, el evento de la industria broadcast para México, tuvo lugar la última semana de julio en el mismo WTC y todos los reportajes a sus integradores líderes y protagonistas enriquecen mucho esta edición especial de México. Para esa edición del mes pasado, tuvimos reportados a los principales broadcasters como **Televisa** y **TV Azteca**, que ahora aparecen retratados y premiados por la organización de Canal 100 y la revista Telemundo.

Coberturas de Tepal y Post ABTA

Muchos de los reportajes que enriquecen esta edición de julio fueron tomados en Tepal de Panamá, la estratégica expo convención que tuvo de manera única a los más grandes operadores de la TV paga de Latinoamérica entre los que estuvo **Enrique Yamuni** de **Megacable**, y **PCTV**.

Hubo además paneles con empresas líderes que tienen mucho que ver con los temas que tratamos de manera central en esta revista y que se verán en Convergencia Show.

Mexico special edition & Convergencia Show



This special edition of PRENSARIO presents a full coverage of Mexican TV industry, from broadcast to Pay TV, with a full report and some adsales content. But the most important highlight is the presence of the biggest players of the Pay TV market in Mexico.

Exclusive interviews with **Alex Penna** (**Sky**), **Adolfo Lagos** (**Izzi TV**, **Grupo Televisa**), **Enrique Yamuni** (**Megacable**), **José Luis Woodhouse** (**Dish**), **Azteca's Totalplay**, **Alejandro Tanaka** (**PCTV**), and other remarkable operators, including OTT players **Cinépolis**, which together with **Clarovideo** and **Blim** have enhanced the offer in this market.

Convergencia Show

From 19th to 21st July, Convergencia Show will reunite the Pay TV industry in Mexico, as the new and unique convention for this market, which will take part in the World Trade Center, Mexico City, where PRENSARIO is host at the OTT discussion panel.

This new show takes the fund of what Expo ATIM has been during five years and, after the fall of Canitec, it takes this important place for Mexico and Latin America. The biggest Hispanic market in the region cannot be left out of a meeting point and that's why PRENSARIO gives total support to organizer **Rafael Val**, from

Newsline Report.

Expo Cine, Tepal and ABTA

June was an intense month both for the Pay TV and the broadcasting industry in Latin America. Following with Mexico special, this edition includes the full coverage of Expo Cine, Video y Television, with interviews to leader networks and integrators in this market.

Tepal, which took place in Panama, had a great outcome, with presence of the mayor operators, including **Enrique Yamuni**, from **Megacable**, and other leading operators in the region.

RINCON

TECHNOLOGY

Proveedores globales de equipos activos para empresas de telecomunicaciones, facilitando equipos para CATV, Wireless, Internet, DWDM, e equipos relacionados.

www.rincontechology.com

Nuestro énfasis es: Reducir el gasto de sus operaciones, respaldando sus presupuestos CAPEX/OPEX.

- Más de 550 empresas globales Tier 1, 2, y 3 ya lo han hecho!
- 45 empresas en CALA (Caribe — America Latina) nos brindan su confianza!

Trabajamos de una manera transparente, eficaz y responsable — con garantía de equipos!

CAMBIE LAS REGLAS

México: Las puertas del cambio

Después de décadas de una estructura de medios de comunicación audiovisual consolidada, México enfrenta en 2016 una serie de cambios que comienza con la aparición de **CadenaTres**, la tercera cadena privada nacional de televisión, la licitación de los canales que quedaron vacantes al desistir Grupo **Radio Centro** de su propuesta por la cuarta cadena, el año pasado, y continúa con la autorización del **IFT** para el streaming online de **UnoTV**, de **América Móvil** y la emergencia de una variedad de iniciativas en Internet, desde el canal de streaming **ChivasTV**, que abandona la transmisión de sus partidos como local por TV lineal, hasta el auge de los SVOD –servicio de video a demanda por suscripción– donde **Netflix** enfrenta la competencia de América Móvil, **Blim** –de **Televisa**– y otros emergentes.

En lo que hace a la TV paga lineal, México es el segundo mercado de Latinoamérica en número de suscriptores y puede llegar a superar a Brasil este año, si continúa la caída de la base de abonados en ese país. En México, la industria recibió una inesperada colaboración inscriptos en planes sociales – del gobierno, con la entrega gratuita de televisores a hogares de bajos recursos televisión del gobierno al aumentar la cantidad de suscriptores debido al apagón de la televisión analógica de aire a fines de 2015, lo cual movió a muchos hogares a sumarse a la TV paga en lugar de tener que adquirir un receptor digital o quedarse sin ver televisión.

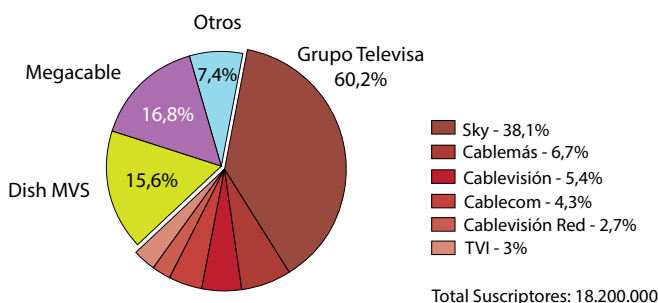
En tanto los planes de ayuda del gobierno, –con la entrega gratuita de televisores a hogares de bajos recursos inscriptos en planes sociales–

estuvo en el orden de los 10 millones de aparatos, la necesidad de cambio alcanzó a entre 12 y 13 millones, de acuerdo a estadísticas oficiales locales. Esto explica parte del crecimiento de 2015 hasta principios de 2016.

Lo que pueda suceder de aquí en más está sujeto al comportamiento del mercado. En la licitación lanzada en 2015, el gobierno estimó que tanto la tercera cadena –CadenaTres– como la cuarta, que podría haber sido para Grupo RadioCentro, captarían cada una, en cinco años, un 7,5% de la facturación publicitaria de TV abierta, donde hasta ahora **Televisa** y **TV Azteca** han representado el 95%. En ningún momento se explicó cómo llegaron las autoridades a esta definición, y tampoco se puede estimar el efecto de que haya, por el momento, una sola cadena nueva y no dos.

El grupo dirigido por **Olegario Vázquez Raña** se prepara para ingresar al mercado y ha adquirido los derechos para transmitir los partidos como local de algunos equipos de fútbol. Con respecto a los canales a licitar, se puede estimar que, aún desarrollándose normalmente el proceso adjudicatario, sólo en 2017 algunos de éstos podrán influir en el mercado de TV abierta lineal. Una diferencia con la licitación inicial es que se podrán solicitar canales aislados o grupos de canales, por lo cual podrían formarse cadenas

México - Market share de TV paga, por compañía



Fuente: IFT (Diciembre 2015)

regionales; de cualquier manera, no hay todavía información suficiente sobre la configuración a resultar de esta iniciativa.

La Red Compartida

Otro de los interrogantes para los próximos años, que podría ser más relevante para las telecomunicaciones que para la TV lineal, es la forma en que se explotará la denominada **Red Compartida**, configurada por el espectro de 90 MHz dejado libre por las emisoras de TV analógica ya “apagadas” –quedan emisoras de baja potencia que no pudieron materializar la migración, por diferentes causas– y la red de fibra óptica antes administrada por la **Comisión Federal de Electricidad**. Un par de fibra en esta red sigue siendo operado por el consorcio formado hace años por **Televisa**, **Telefónica** y **Megacable**; la manera en que se utilice el resto determinará que se puedan cumplir los objetivos del gobierno en materia de conectividad y baja de costos en las telecomunicaciones en general.

En este planteo está incluida la definición de América Móvil como operador “preponderante” de telecomunicaciones, a través de **Telmex** y **Telcel**, y de **Televisa** en materia de TV abierta; en estas semanas se analizan los efectos de las medidas aplicadas a estas empresas en su momento, en tanto **Telmex** confía en que se modificará su título de concesión a efectos de poder ofrecer TV de paga a futuro. La confirmación de que el streaming de internet **UnoTV** no infringe dicho título ayudará en este sentido, tras años de demora desde que en ya en el sexenio pasado existió en la **Cofetel** (organismo reemplazado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones al asumir **Enrique Peña Nieto** la presidencia) un dictamen técnico en este sentido, que los comisionados no quisieron validar en esa instancia.

ChivasTV

Desde el punto de vista del público, la novedad de mayor impacto es que el club Chivas de Guadalajara no renovó su contrato con **Televisa** y ha lanzado **ChivasTV**, un canal por Internet que tendrá la exclusividad de las transmisiones de sus partidos como local. En el caso de Estados Unidos, sigue vigente un contrato con **Univisión** para TV lineal.

Muchos analistas locales reaccionaron criticando la iniciativa, que priva al club de un ingreso asegurado en el orden de los 25 millones de dólares por año.

Sin embargo, la iniciativa aparece alineada con el auge de **Netflix**, **ClaroVideo**, **Blim** y otras empresas que apelan a un público más fiel a Internet que a la televisión: en México hay cerca de 7 millones de suscriptores a servicios SVOD, siendo el mercado latinoamericano más desarrollado en este sentido.

Un aspecto que los críticos parecen haber pasado por alto es que, cuando Chivas juegue de local con el América, Cruz Azul o cualquiera de los otros equipos más populares, **ChivasTV** tendrá la exclusividad momentánea para estos encuentros. La apuesta es sin dudas audaz y depende de muchas variables, pero es otra señal del auge de Internet para contenidos de video y puede ser adoptada por otros equipos de fútbol

en la medida en que vayan venciendo los contratos, introduciendo otro factor de volatilidad en el mercado.

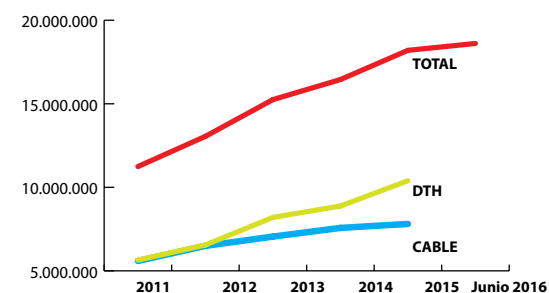
En el terreno del fútbol, cabe también mencionar la reactivación de la OTI, que hace años agrupó a la mayoría de las empresas de TV de la región para distribuir entre ellas, en otros activos, los derechos de las copas mundiales en América Latina; tras el escándalo de FIFA y en función de la vigilancia que habrá sobre el trámite de derechos para los próximos torneos, se puede esperar que la nueva OTI, encabezada por **Emilio Azcárraga Jean**, trate de obtenerlos.

TV paga

La estrategia que vaya a seguir **AT&T** con los activos de televisión que posee en América Latina (**DirectTV** en la mayoría de los países, **Sky** en Brasil y una participación minoritaria en **Sky México**) puede ser otro factor de cambio en la TV paga mexicana en un futuro cercano.

La matriz estadounidense de **DirectTV** fue fusionada por **AT&T** con sus activos telefónicos, que ya tenían incluida una oferta de video. En Brasil, **Telefónica** ya ofreció comprar **Sky Brasil**, que compite con **Net**, propiedad de **América Móvil**. En México, **AT&T** puede quedar como accionista

México - Evolución del mercado de TV paga por tecnología (2011 - Junio 2016)

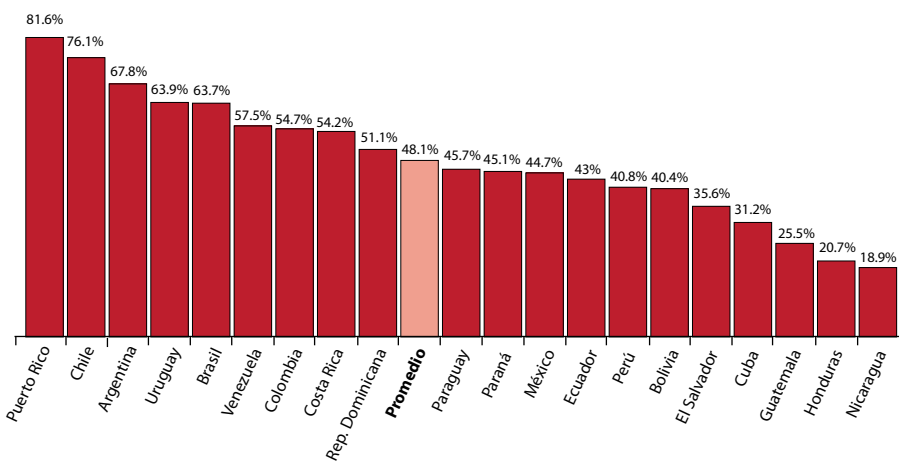


Fuente: IFT, Private Advisor

pasiva, pero no se ha divulgado a la fecha de este informe una definición al respecto.

En los últimos meses, **StarTV** lanzó en varios Estados de la República Mexicana un servicio DTH que compite con **Sky** y con **Dish**, sociedad de **MVS** con **Echostar** de Estados Unidos. A nivel de cableoperadores, no se han producido grandes novedades, con **Megacable** continuando como el principal competidor terrestre de **Televisa** y el perfil en ascenso de **ATIM**, la asociación de operadores de telecomunicaciones que participa en la organización de **Convergencia Show**, la expoconvención que reemplaza a la de **Canitec**, cuya última edición tuvo lugar el año pasado.

América Latina - Estimación de usuarios de Internet



Fuente: Internet Live Stats / Mediatelecom (Diciembre 2015)

Mexican TV, open to changes

After many years of its private TV being led by **Televisa** and **TV Azteca**, Mexico will witness this year the emergence of interloper **CadenaTres**, after a bidding process where another winner, **Grupo RadioCentro**, gave up on what would have been the fourth license. **CadenaTres** belongs to **Grupo Imagen** and has been attracted by an estimation of the government by which it could presumably capture 7% of the TV advertising market in fine years. The channels left vacant by **RadioCentro**'s resignation will be auctioned in the near future, but will be assigned on a one-by-one basis instead of composing a block.

Regarding pay TV, Mexico is the second-largest market in Latin America and could become once again the leader if the Brazilian industry continues losing subscribers. In the past twelve months, the Mexican base grew

11% to some 17.4 million subscribers, in part with a little help from the government, which ordered to switch off analog TV in December 2015; part of the households chose to subscribe to pay TV instead of purchasing a digital TV set. The market is now expecting **AT&T** to decide regarding its **DirectTV** LatAm, **Sky** Brazil and **Sky** Mexico DTH assets; in Mexico **AT&T** holds a minority stake, being **Televisa** the major shareholder. And there is a new competitor: **StarTV** has launched service in several Mexican states.

Internet streaming benefited from watchdog **IFT** ruling that the **UnoTV** channel is not “television” according to the terms in the **Telmex** telephony license. This freed the company controlled by **Eng. Carlos Slim** from being sanctioned; at the same time it opened the door to **ChivasTV**, a streaming channel that will feature the **Chivas** soccer team games held at its stadium, after

its owner refused to renew a contract with **Televisa**.

Equally noteworthy is an evaluation being held by the **IFT** concerning the results of the measures imposed on **América Móvil**'s **Telmex** and **Telcel** telcos and on **Televisa** regarding free TV in order to mitigate what the watchdog considers are “preponderant” actors (a definition meant to be less harsh than “dominant”) market shares —more than 50%— and increase competition. The government is also expected to specify the rules that will govern the use of the “shared network” resulting from the 90 Mhz spectrum vacated by the analog TV stations and a fiber optics network previously controlled by the **Comisión Federal de Electricidad**. The move is expected to reduce telecommunications and broadband costs and increase Internet access penetration.



La inversión publicitaria en México se contrajo 0,5% en 2015

Se espera que este año supere los USD 5000 millones

La inversión publicitaria de México mostró una contracción de 0,5% en 2015, lo que se adjudica a una 'desaceleración en la economía y altos compensaciones tras la Copa del Mundo 2014', de acuerdo al último informe global de IPG Mediabrands.

Se espera que los grandes eventos deportivos, como la Copa América auspiciada por Estados Unidos y las mejoras en las condiciones económicas generen un avance de 5,6% en las ventas publicitarias, para superar los USD 5000 millones, representando el 16% del total de ingresos publicitarios en toda Latinoamérica.

Según la misma fuente, la conversión digital y la extinción del sistema analógico completado en enero de 2016, dieron como

resultado una fragmentación de la audiencia y dejaron a importantes actores como **Televisa** y **TV Azteca** 'luchando en los segmentos de televisión abierta'.

Market share de inversión, por medios

La televisión abierta continúa como el principal medio de inversión, acaparando el 48% de las ventas totales en los medios de México. Sin embargo, el año pasado mostró una caída de 9% y se prevé que caigan otro 2% en 2016. Por su parte, los canales de TV paga y multipantallas se benefician de una mayor penetración y alcance, y han tenido tasas de crecimiento de dos dígitos en las ventas publicitarias desde el último trimestre de 2015.

Este año, Internet tendrá un incremento de 20% y representará 20% de la inversión publicitaria, donde el 41% será para móvil, logrando alcanzar el share de móvil más alto para la región, a la par del promedio global de 42%.

eMarketer adelanta que este año, la inversión en medios digitales será un cuarto del total, mientras que para el 2020, aumentará a cerca de un tercio del total. Solo la publicidad móvil está ganando cada vez más terreno y más rápidamente. Este año, indica eMarketer, uno de cada diez dólares en México irá al sector móvil y para el 2020, la cifra aumentará a uno de cada cuatro dólares.



IAB México reconoció las mejores campañas de publicidad digital

Only IF fue reconocida Agencia del año, mientras que The Coca Cola Company se alzó como el Anunciante del año por IAB México, que reconoce cada año a las mejores campañas y herramientas de publicidad digital y marketing interactivo del país. Además, la agencia **Circus** ganó el premio en la categoría Best in Show por la campaña *Social Trailers* realizada para Netflix.

Los Premios IAB MIXX México convocaron a las agencias, medios y anunciantes más importantes de la industria digital en su segunda edición, que reunió a más de 500 personas en Ciudad de México. El certamen recibió 208 casos inscritos, donde 77 formaron parte de la lista de finalistas.

Jorge Ruiz, VP del Comité Ejecutivo de IAB México, y **Gabriel Richaud**, director general de la Asociación, abrieron la ceremonia, destacando la iniciativa de premiar 'creatividad, estrategia y

resultados' de las campañas más destacadas de 2015. El Jurado estuvo integrado por un grupo multidisciplinario de 21 expertos.

Los seis ganadores Oro de la noche representarán a México en los IAB MIXX Awards de Nueva York en septiembre y participarán en un panel de discusión durante el próximo congreso IAB Conecta 2016, el 24 y 25 de agosto en Expo Bancomer.

ONLY IF fue reconocida como la "Agencia del Año", mientras que el "Anunciante del Año", por tercer año consecutivo, fue para The Coca Cola Company. El "Best in Show" lo ganó la campaña "Social Trailers" de la agencia CIRCUS para Netflix.

El reconocimiento "Risk Taker" se entregó a la campaña "Amantes de la Lectura que no



Only If TV, la Agencia del Año para IAB México

Saben que los Son" de la agencia Only If para Fondo de Cultura Económica.

Dos campañas obtuvieron el "Premio Innovación" con metal Bronce: "Micro Macro" de la agencia Kontrabando para Mondelez y "Amantes de la lectura que no Saben que lo Son" De Only If para FCE.

El Premio Universitario IAB Oro fue para la campaña "Sacar a México" del Centro Universitario de Mercadotecnia y Publicidad (CUMP); mientras que el Plata lo obtuvo la campaña "Probemos Nuestra Verdadera Realidad" de la Universidad Panamericana de Guadalajara, para el brief propuesto por Sidral Mundet.

TOP 5 Agencias:

- Only If
- Circus
- Nómades
- Kontrabando
- Teran TBWA

TOP 5 Anunciantes:

- The Coca-Cola Company
- Fondo Cultura Económica / Netflix
- Cuauhtémoc Moctezuma
- Nestlé
- Ford / GNP

NSS-806 en 47.5° / 48° Oeste

La nueva comunidad de video de América Latina

En su nueva posición, el NSS-806 le permitirá llegar a toda la comunidad panamericana de una manera eficiente, en América y Europa, con un haz hemisférico de alta potencia en banda C.

El NSS-806 también cuenta con un haz de alta potencia en banda Ku, ideal para redes de comunicación corporativa, DTH y aplicaciones de movilidad.

www.ses.com

SES Washington

1129 20th St. N.W. Suite 1000
Washington D.C. 20036, USA
latinamericasales@ses.com
Tel. +1 202 478 7172

SES México

Campos Elíseos 188, piso 8
Colonia Polanco, México D.F.
latinamericasales@ses.com
Tel. +52 55 5283 2420

SES São Paulo

Avenida Nações Unidas, 12551
18o andar, São Paulo, SP 04578-903
latinamericasales@ses.com
Tel. + 55 (11) 4302 2255



Sky sigue liderando la TV paga de México con VeTV

Lanzó OTT enfocado en deportes y planea dar voz y datos

Los proyectos encarados por Sky México en el último año, le han permitido adaptarse a los cambios que se vienen dando en el consumo de contenidos, basándose sobre todo en una estrategia diferenciada. Siempre 'manteniendo el objetivo histórico de ofrecer la mejor experiencia de video en el mercado y mientras seguimos liderando la TV de paga en México', remarcó el CEO, **Alex Penna**, a Prensario.

El DTH manejado por **Televisa** (58,7%) y **DirectTV/AT&T** (41,3%) ha logrado mantener su liderazgo gracias al crecimiento exponencial impulsado por el servicio prepago **VeTV**, que ha mejorado notablemente su desempeño entre diciembre y marzo a partir del apagón analógico. Así, cerró el primer trimestre del año con 7.682.000 clientes, donde 1,8 pertenece al post pago o suscripción mensual. El año pasado, el crecimiento de su base de abonados fue de 646.000 clientes.

Una novedad para el prepago fue el lanzamiento del plan **VeTV Plus**, que tomó el paquete **Access**, el más básico del servicio post pago de Sky, y lo transformó en prepago con el mismo contenido, generando una nueva alternativa con esta forma de pago.

'Más que un cambio de cultura del post pago al prepago, lo que hizo Sky fue realizar inversiones muy fuertes en sus sistemas para manejar y procesar las opciones de prepago. Nuestra red de cobranza también tuvo que manejar el prepago y tener sus puntos de cobranza más fuertes en línea para abrir de inmediato la señal. Todo ese proceso ya está consolidado', completó el CEO.

Siguen las exclusividades

Otra estrategia fundamental ha sido la oferta de contenidos exclusivos, lo que, según Penna, 'es clave' en el negocio, junto al buen servicio al cliente y la cobertura nacional. Cuenta con las ligas española e inglesa de fútbol, además de algunos partidos del campeonato mexicano y partidos puntuales de eventos grandes como lo fue la Copa Centenario o la Eurocopa, hasta cuartos de final. 'Esos contenidos no están disponibles para el servicio de prepago de VeTV

porque también buscamos seguir estimulando el servicio de suscripción o postpago', aclaró.

Blue to Go, la propuesta OTT

Blue to Go, la plataforma OTT que Sky lanzó al mercado el año pasado cuando se separó de la que compartía con el grupo Televisa, es una apuesta que se sigue alimentando con nuevas propuestas. 'Nos separamos y enfocamos nuestra propia plataforma en los contenidos en exclusiva, pues nadie más los tiene. Ahora también sumamos a **Fox**, **ESPN** y esperamos añadir otras apps de programadores para que nuestros clientes puedan acceder a sus contenidos OTT como una opción adicional para el post pago'.

Sin embargo, no busca competir con **Netflix**, ya que éste tiene series y películas.

Para Alex Penna, 'es algo complementario y no sustitutivo', aclaró: 'Nosotros tenemos, en cambio, una estrategia enfocada en deportes que tampoco tienen otros OTT como **Blim** o **Clarovideo**'.

Esto se desarrolla en paralelo con el servicio de VOD **Sky Premiere**: 'Allí ponemos las películas refrescando la oferta a medida que los estudios las liberan. Tenemos acuerdos con ciertos estudios y no con todos, así que no buscamos ser líderes pues dependemos de ellos. Está disponible para el post pago y el prepago recurrente'.

Alta definición total

Otro lanzamiento de fines del año pasado, que apunta a seguir brindando la mejor oferta de video, fue el de **Sky HD**, a partir de la puesta en órbita de su propio satélite **SKY M-1**.

'Permitió hacer crecer la oferta y ahora ya tenemos prácticamente 100 canales en HD. La oferta HD original sigue disponible en el satélite de **Intelsat**, pero con 41 canales'.

'Los que estén interesados en más contenidos HD pueden migrar simplemente solicitando un cambio y con la reorientación de la antena en su hogar. Hubo muy buena respuesta y hoy tenemos más de 420.000 suscriptores en HD de post pago, con más de 670.000 cajas HD instaladas, considerando que hay clientes que



Alex Penna

pueden tener más de una caja. Los nuevos clientes HD en general ya eligen el nuevo servicio, que en seis meses cosechó cerca de 100.000 suscriptores', explicó.

Voz y datos a través de la red de Telmex

Más allá de todas estas buenas novedades, destacó Alex Penna que con los cambios regulatorios que ocurren en México, la empresa analiza montarse sobre la red de **Telmex** para comercializar voz y datos. Sería algo histórico para un servicio de DTH en Latinoamérica, pero en Inglaterra y otros mercados ya se ha hecho.

Mencionó algunos casos exitosos, donde nuevos proveedores de voz y datos lograron superar las resistencias del proveedor dominante de cada país y lograron participaciones de mercado importantes en estos servicios.

'Ya están planteadas las reglas de juego y, si bien tiene que haber varios ajustes, podríamos lanzar voz y datos para el próximo año. La idea actual es hacerlo con la red de Telmex y seguir dando video por satélite. Creo que todos estos cambios regulatorios con reglas claras pueden ser algo positivo para el país', completó.

Centroamérica, con guerra de precios

Finalmente, Alex Penna repasó lo que ocurre en Centroamérica y República Dominicana. 'Veo una competencia muy cerrada en esa región, donde América Móvil tira los precios al piso para ganar mercado. Yo no he acompañado esa tendencia pues creo que así el nuestro deja de ser un negocio. Es así que no perdemos clientes pero tampoco hemos crecido manteniendo nuestra base de suscriptores. El servicio es similar, a pesar de que en términos de exclusividades hay algunas menos en los torneos grandes', completó.

EL INGREDIENTE QUE HACE LA DIFERENCIA EN TU PROGRAMACIÓN



LA RECETA DEL MEJOR ENTRETENIMIENTO



www.foodnetworklatam.com • 786.437.8783 • Mauro Paez-Pumar
mpaezpumar@scrippsnetworks.com • © 2016 Scripps Networks, LLC. All Rights Reserved.





Izzi ya es el segundo operador en telecomunicaciones

Lanzó Izzi TV, que une TV lineal y OTT en una sola plataforma

Izzi es el segundo operador nacional de telecomunicaciones fijas en términos de suscriptores, y el número uno en términos de crecimiento. Tenemos presencia en 28 estados de México, con una marca reconocida y valorada. Somos el único operador que ha presentado una verdadera competencia nacional a la empresa preponderante. En el servicio de Internet hemos logrado alcanzar una participación de mercado mayor al 21%, expresó **Adolfo Lagos**, VP corporativo de **izzi telecom**, marca bajo la que el **Grupo Televisa** comercializa Triple Play por cable.

En cuanto a la marca, izzi está reconocida como una de las 50 más valiosas de México, por arriba de otras más tradicionales en nuestro país como El Palacio de Hierro, Herdez o Comercial Mexicana, según Brand Finance. Otro dato relevante es que al cierre del 2015, la palabra "izzi" apareció en la lista de las diez marcas más buscadas por los mexicanos en Google, quedando en el quinto lugar de la lista, superando a marcas internacionales como LG, Apple Watch, iPad Pro y Samsung'.



'En Internet, tenemos 2,2 millones de clientes que hemos aumentado y mantenido gracias a las inversiones en nuestra red para poder ofrecer mayores velocidades y un servicio mucho más estable que el resto de nuestros competidores'.

Completó: 'En telefonía, ya superamos los 2 millones de suscriptores, impulsados principalmente por nuestra oferta de llamadas ilimitadas. En telefonía somos el operador alternativo que más participación de mercado le ha quitado al operador dominante'.

Entre los principales objetivos, el ejecutivo mencionó: 'Continuar expandiéndonos en México y seguir integrando a las distintas compañías que conforman izzi telecom para integrarlas ya como izzi. El segundo objetivo es mantener nuestro crecimiento en las ciudades donde estamos presentes'.

'Para lograr estos objetivos es necesario seguir extendiendo nuestra red de fibra óptica, seguir actualizando nuestras plataformas tecnológicas y los productos. Todo irá acompañado de mayores inversiones en el mediano y largo plazo'.

'Estamos acostumbrados a competir con diversas plataformas; la tecnología DTH ha estado en el mercado mexicano prácticamente desde el origen de la TV paga. Consideramos que los diferenciadores de la tecnología de cable y, particularmente los que izzi puede ofrecer, nos ponen en una situación muy competitiva', remarcó Lagos.

Y dijo sobre la industria: 'La estabilidad en las condiciones macroeconómicas es un aspecto



Adolfo Lagos, director general de Izzi Telecom

que preocupamos sólo a izzi, sino a toda la industria. Dados los importantes montos de inversión que realizamos en dólares, la depreciación del peso es una aspecto que impacta en las decisiones de todos los jugadores del mercado'.

izzi tv

Este mes, izzi telecom lanzó **izzi tv**, una nueva plataforma de video que incluye tres funcionalidades: TV en vivo, programación VOD, y la nueva aplicación *Izzi Go*. 'En izzi tv se conjugan los mejores contenidos originales de todos nuestros socios programadores como **Blim**, **HBO**, **FOX+**, entre muchos otros. Tenemos como objetivo ser el agregador por excelencia de los consumidores en México. Todo lo que les gusta, en una sola oferta, para consumir de varias formas dentro y fuera del hogar', afirmaron desde la empresa.

La nueva interfaz ha pasado a un primer plano en término de inversiones, sobre lo que Lagos resumió: 'Seguiremos impulsando nuestra nueva interfaz izzi tv e izzi residencial con campañas de gran escala, para hacerlos crecer, sobre todo la parte del Internet'.



Nicolás González Revilla, de Cable Onda, y Eduardo Stigol, de Inter, con José Luis Vázquez y Javier Peñín, de Mirada, en Tepal

recomendaciones globales y editorialización del contenido. Tampoco hay diferencia de uso entre los dispositivos', agregó. 'Somos más flexibles que otras propuestas y tenemos una aproximación al cliente más práctica desde el área de ingeniería', concluyó.

4,2 millones de clientes de video

En TV paga, izzi alcanza los 4,2 millones de suscriptores. Agregó Lagos: 'Estamos enfocados en aumentar la oferta y calidad de los contenidos que distribuimos, así como en mejorar la experiencia general de los suscriptores de video aprovechando las innovaciones tecnológicas que están revolucionando la industria de la televisión'.

Mirada: interfaz única con Izzi tv

Mirada lanzó su integración más grande en la región, para **izzi tv**, un cliente con más de 4 millones de suscriptores que presenta un servicio convergente entre OTT y TV lineal.

José Luis Vázquez, presidente de **Mirada**, dijo: 'Televisa lleva mucho tiempo integrando plataformas y estaba planteando una nueva interfaz. En mayo de 2014, hicimos un primer acuerdo con **Cablemás**, **Cablevisión** y **TVI Monterrey**. El primero que lanzó fue **TVI**, pero luego **Televisa Telecom** pasó a llamarse **izzi** y se decidió posponer el lanzamiento para trabajar con los cinco operadores que sumaron, uniendo todos sus universos'.

'La unión de las marcas hizo que el producto de

televisión se lance ahora para el 20% del mercado mexicano y con todas las funcionalidades. Se sumó la integración con las plataformas de **Fox** y **HBO**, y también la propia de OTT de Televisa que pasó de Veo a **Blim**. Se lanza en el momento más adecuado', remarcó Vázquez.

Y agregó: 'Tiene varias ventajas en la capacidad para el espectador de disfrutar el contenido. En uno de nuestros despliegues, con *Inspire* (su experiencia de usuario), se puede ofrecer tres veces más que con el *Legacy* anterior. En *Inspire* la búsqueda es más directa, y hay canales virtuales que unen contenido disponible que no tiene nadie más'. 'Es poner el contenido en valor. En izzi tv, hay una búsqueda unificada con



Visítanos en Convergencia stand 416

Un rostro al mundo globalizado

Global 3000 aborda los retos y las oportunidades de un planeta interconectado, además de ilustrar las consecuencias globales de acciones locales.

Una emisión semanal que brinda nuevas perspectivas para la comunidad mundial a la que todos pertenecemos.



Megacable sigue con altos niveles de crecimiento

Dentro del consolidado mercado de telecomunicaciones mexicano



Megacable es un claro ejemplo de cómo se puede seguir creciendo, incluso dentro del consolidado mercado de telecomunicaciones de México, un esquema que se ha mantenido por años.

En diálogo con **PRENSARIO**, el presidente del tercer operador de TV paga de México, **Enrique Yamuni**, remarcó: 'Tenemos 3 millones de suscriptores de televisión, 2 millones de usuarios de Internet y 1 millón de telefonía. Hemos crecido el año último, a un ritmo espectacular de 20% anual para la compañía, y un poco menos en Internet. El crecimiento fue de un 17% en ingresos y mantuvimos un EBITDA del 15% que es muy bueno'.

El desafío de levantar los ARPUs

'El desafío principal pasa por aumentar los ARPUs, que son bajos pero con un promedio de 1,9 servicios por suscriptor. Eso, sin duda, va a crecer todavía más con los nuevos empaquetamientos. Siempre será más difícil para los operadores satelitales competir con un servicio de 60 dólares, lo mismo que costará el triple play que ofrecen los cableros. Ellos lo podrán sostener sólo con sus exclusividades como su diferenciador', señaló el ejecutivo.

Agregó: 'También el tipo de cambio nos volvió a molestar con el Brexit, pues subieron las tasas de Internet. Creemos que tenemos que sostener el ritmo de CAPEX de inversión para mantener estos niveles de crecimiento y tener los servicios de video de *Next Generation*, velocidades más altas de Internet e innovar en telefonía fija para integrarlo en las nuevas plataformas'.

Reflexionó Yamuni: 'El mundo ideal sería tener el ARPU de los estadounidenses, con nuestros costos. Pero hay que considerar que tenemos mercados diferentes y preguntarnos si cierta gente puede tener TV paga o no, y qué velocidad puede pagar. En banda ancha, decidimos ofrecer desde 200 Mbps a un mínimo de 10, pero hay que ver qué hacemos si la gente sigue pidiendo 3 Mbps'.

Integrar la telefonía fija

Profundizó sobre la novedad con telefonía Prensario Internacional

fija que puede mejorar su competitividad frente a los operadores móviles o de cuádruple play. 'Tenemos ahora un soft que nos permite integrar el teléfono fijo al móvil y moverse con el teléfono fijo. Si abro mi teléfono a una red gratis con mi aplicación, puedo hacer una llamada en cualquier lado como si fuera local en Guadalajara. Es algo totalmente novedoso para el mercado'.



Alejandro Tanaka de PCTV, Enrique Yamuni y André Maciel del JP Morgan, en Tepal

TV Everywhere: 'El producto es el mismo'

'Indudablemente, tenemos que hacer más complementos para los servicios de video. Tenemos una aplicación de OTT para enlazar a todos los contenidos que los programadores ponen disponibles en **Megacable Play**. En un futuro, tendremos a **Netflix** dentro de la caja como una oferta más junto a otros OTT', explicó el ejecutivo.

Como mensaje importante remarcó que los programadores tienen que entender que el suscriptor no tiene que pagar más por verlo en otros dispositivos, ya que producto lineal y el "cuando quieras y donde quieras" es el mismo. Aceptó que esas negociaciones han avanzado mucho en los últimos dos años, pero dijo que 'todavía queda camino por recorrer'.

Y agregó: 'Tenemos hoy demasiada oferta de un mismo programador. Eso tendrá que transformarse, reduciéndose a cuatro canales lineales y el resto en material de VOD u OTT. No será para los próximos años pero si tal vez más a futuro. Así liberaremos anchos de banda que necesitamos'.

Sinergias con PCTV

Habló también del proyecto de contenidos tras la adquisición de **PCTV**: 'Estamos produciendo los canales de PCTV de cine y el deportivo **TVC Deportes**, generando un valor para Megacable. No competimos con los canales más caros pero sí con los que tenemos un diferenciador'.

'Hace cuatro años fuimos el mejor transmisor de los Juegos Olímpicos y tenemos una gran cobertura de torneos de fútbol amateur, de básquet y mucho beisbol profesional con

la liga mexicana, deportes que la televisión abierta no cubre', remarcó.

Servicio corporativo y "ciudad conectada"

'Un 17% de nuestros ingresos vienen de los servicios a empresas. Primero, los atendemos desde el mercado masivo y luego tenemos otra unidad para pequeñas y medianas empresas; esa parte crece al 100% anual. Tuvimos que lanzar nuevos productos y hacer acuerdos para una solución completa. La capilaridad de redes de cable es impresionante en áreas de negocios, pues no hay separación tan clara como en Estados Unidos o Europa. Ahora, vamos a parques industriales y hacemos nuevos desarrollos en los shoppings centers para tener mayor crecimiento'.

Otra iniciativa en la que Megacable está haciendo su contribución es la "ciudad conectada". 'Tenemos un acuerdo de roaming con **Televisa** y entre los dos cubrimos unos diez sitios públicos, con el plan de tener 30.000 en los próximos años. Buscamos que cuando una persona reciba a otra, no tenga que darle su clave de WiFi sino que traiga el suyo. Pero primero hay que darle seguridad a la gente. Los políticos dicen que apoyan estas iniciativas pero sólo lo hacen para tomarse una foto y después no hay ninguna evolución', dijo Yamuni.

Escenario regulatorio

Se refirió finalmente al cambio regulatorio en México. 'En el escenario regulatorio actual necesitamos un mayor refuerzo para el uso de la infraestructura de Telmex, que no se usa, mientras creo que en la desagregación de los canales de **Televisa** y **Azteca** se va avanzando'

MAD DOGS



ESTRENO LOS DOMINGOS



GUSTAVO LOPEZ
V.P. Head of Distribution
gustavo.lopez@latam.amcnetworks.com

amctv.la  /AMCTVLatam  @amctv_la



Dish OTT y Dish Móvil continúan el perfil pionero de MVS

La meta es sumar otros servicios adicionales



José Luis Woodhouse, vicepresidente de **Dish**, destacó a Prensario el panorama del operador de DTH. 'En el mercado de la TV paga de México, Dish tiene un sólido posicionamiento que ha mantenido

desde hace varios años y en donde el suscriptor sabe que obtiene una excelente relación costo-beneficio en el servicio que contrata'.

Agregó: 'Contamos con una parrilla de canales muy completa y diseñamos cuidadosamente diferentes paquetes para las necesidades y gustos que nuestros diversos clientes pueden tener. Gracias a lo anterior, hoy Dish está consolidado como uno de los principales jugadores en el mercado mexicano'.

'Estamos presentes a lo largo y ancho del país, tenemos una cobertura total buscando llevar el mejor entretenimiento a las familias mexicanas en los más variados estratos sociales y económicos'.

Dish es heredero del perfil pionero que **MVS** de **Ernesto Vargas** ya había mostrado antes y luego con el operador. 'Por supuesto seguiremos con ese mismo perfil pionero. Estamos generando permanentemente ideas para que nuestros suscriptores gocen de más y mayores beneficios al contratar Dish'.

'La mentalidad de una mejora continua es la que nos ha impulsado siempre a buscar maneras de seguir logrando satisfacer a quienes tienen Dish y aquellos que buscan la mejor opción en TV paga. Hace poco lanzamos **Dish OTT** en donde el suscriptor puede acceder a programación exclusiva tanto de **HBO** como de **Fox**'.

Completó: 'También contamos con **Dish Móvil** que permite a nuestros suscriptores acceder a contenidos desde sus dispositivos móviles en el momento que gusten. Todas estas innovaciones son esfuerzos que con gusto hacemos para mantener a nuestros clientes Dish contentos y satisfechos'.

Dentro de los objetivos planteados para en este año en Dish, sostuvo: 'Queremos seguir afian-

zando nuestra posición en el mercado, buscamos continuar creciendo y esto lo lograremos al mantenernos brindando un servicio de calidad y mayores beneficios para nuestro suscriptor en donde la prioridad sea su entretenimiento'.

Finalmente, expresó sobre el nuevo escenario competitivo: 'Somos conscientes de todas las amenazas, sin embargo estamos seguros que las innovaciones como Dish Móvil y Dish OTT complementan la oferta de nuestro sistema y le dan un valor agregado importante para el momento de la toma de decisión. Continuaremos trabajando para seguir ofreciendo este tipo de servicios adicionales ya que son muy bien aceptados por el suscriptor y nos ayudan a lograr su satisfacción total'.



José Luis Woodhouse

SEÑALES

Javier Figueras: 'HBO Go no es disruptivo'

Aclaró que el OTT llega a través de un operador

En el marco de Tepal, **Javier Figueras**, VP corporativo de ventas afiliadas de **HBO Latin America**, aclaró el mensaje de **HBO Go**, que tanta controversia ha generado en la industria de la región, incluso marcando tendencia entre otras marcas, como **Fox Networks Group**.

Como parte del foro de programadores y ante figuras como **Enrique Yamuni** de **Megacable**, Figueras dijo que, si bien pudo haber 'dado lugar a malentendidos', HBO no ha traicionado el principio de no ir directo al público, sino que lo hace siempre a través de un operador.

La novedad es que el proveedor puede ser de TV paga o bien un ISP, pero como en Latinoamérica la mayoría de los MSOs ofrecen ambos servicios, esta iniciativa no genera una disrupción real en el mercado, como aclaró Figueras.

Agregó que el objetivo es que series como



Game of Thrones, que cuesta 10 millones de dólares por capítulo, puedan estar disponibles para los consumidores sin ningún tipo de bloqueo como puede ser la suscripción a un servicio de TV paga básico, que requiere además la contratación de un paquete HD, pero que sin embargo sigue requiriendo de un operador para acceder al contenido.

En esta línea, HBO lleva adelante un acuerdo con **Dish** por el que el operador promueve la plataforma OTT en México, utilizando la imagen de *Game of Thrones* a través de gigantografías de su protagonista, Jon Snow, con el mensaje de acceder al contenido 'sin tener que contratar' el servicio de TV paga. El mismo concepto lleva adelante con **ETB**, un operador con poca participación de mercado en Bogotá, Colombia, y seguirán nuevos lanzamientos del OTT en Brasil

y Argentina. En cuanto a la evolución de **HBO Go**, Javier Figueras dijo que el primer objetivo fue 'tener atado el canal lineal a la multiplataforma', y que el segundo, ya con la versión 2.0, fue 'mejorar la experiencia de usuario' a partir de la imagen y sumar la alternativa OTT para los usuarios de Internet que no contratan cable.

Remarcó que el objetivo 'no es evangelizar al público' para que adopte TV Everywhere y que como estrategia para la región, analizará caso por caso sin aplicar una ley general.



Javier Figueras, VP corporativo de ventas afiliadas

Dile **iHOLA!** al glamour.

Dile iHOLA! al estilo, a la realeza y a las celebridades. Dile iHOLA! a lo que más te gusta.



iHOLA! TV

#MeGustaHOLATV

Mundo iHOLA!
De Lunes a Viernes MX 8:00 PM
www.hola.tv

@holatv holatvamerica iHOLA! TV HOLA_TV

Un canal de

ATRESMEDIA INTERNACIONAL





PCTV creció en su base de abonados

En el marco de una fuerte competencia



Alejandro Tanaka, Managing Director, Content Creation Unit de **PCTV**, destacó los aspectos positivos del último año para el operador de TV paga de México. 'No sólo hemos conservado y consolidado la distribución de contenido a los sistemas independientes en México, sino que hemos crecido nuestro número de afiliados y los suscriptores que representan, esto es una fortaleza de cara a la competencia porque juntos los independientes se hacen más fuertes'. 'Los contenidos deben ser relevantes y de valor percibido de manera que el sistema de cable local tenga certeza de que el primer elemento de selección de proveedor de TV paga por parte del mercado lo tienen bien cubierto, están respaldados por PCTV', agregó. Sobre la sinergia con **Megacable**, comentó: 'Su respaldo ante cualquier iniciativa siempre es invaluable y lo importante es lograr también complementarnos con los independientes, hacia ellos está enfocado el servicio y el contenido. La visión, el enfoque el respaldo financiero y

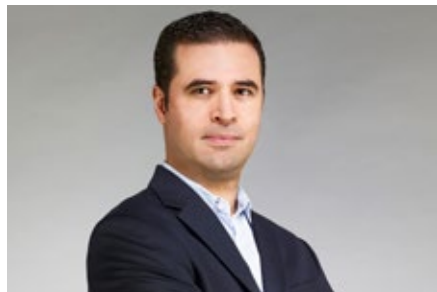
tecnológico y los valores de Megacable son los cimientos sobre los que se sustenta la oferta de PCTV hacia la industria'.

En cuanto a su estructura, señaló el avance del Telepuerto. 'Hay grandes novedades; seguimos consolidando los enlaces de fibra y estamos adecuándolo para ofrecer más servicios, pronto vendrán noticias al respecto'.

Desempeño de las señales propias

'Con respecto a las señales propias estamos muy contentos con **Pánico** en HD, que es un canal único, bien diferenciado, segmentado, bien curado y con una gran calidad de imagen que genera gran valor al sistema de cara a la audiencia. Pánico junto con **Cine Mexicano** y **Platino** han avanzado en el mercado latinoamericano en general. Tanto Centroamérica como Sudamérica han respondido bien, y con altas expectativas de mejorar'.

Agregó: 'Vamos a Convergencia con un buen producto, estamos convencidos de que entendemos las circunstancias y características de la industria y llevamos una oferta muy equilibrada. **Video Rola** en Estados Unidos es muy fuerte y también con expectativas de mejorar de cara al último trimestre del año'.



Alejandro Tanaka

Servicio a independientes

'En el entorno actual de costos, es muy difícil acceder a una estabilidad y certeza, eso es en lo que se ha enfocado PCTV, tal vez no es muy visible o no queda claro, pero si no existiera esta oferta, el operador independiente estaría más susceptible a los impactos en los costos de programación'.

'PCTV ha contenido y minimizado en la medida de lo posible estas afectaciones. El mensaje hacia ellos es el mismo que hace dos años, el operador independiente es el que le da sentido al paquete de PCTV y, el paquete de PCTV es el que le da cobijo y fortaleza el operador independiente'.

Ultra México crece en producción de contenidos

Evoluciona a la par de la multiplicidad de pantallas

Ultra México, grupo propietario del cableoperador **Ultravisión**, se está enfocando fuertemente en el desarrollo de contenidos, pensando en las cada vez más amplias posibilidades de distribución y multiplicación de pantallas. Su CEO, **Arturo Zorrilla**, destacó la creación de la productora **Presumiendo México SA de CV**, concretada hace cuatro años, que le permite avanzar en este sentido.

Explicó el ejecutivo: 'Desde el punto de vista tecnológico, vemos que la banda ancha es el gran transformador de la distribución del contenido y esto va a provocar una súper especialización creando muchos nichos. Cuando pasamos de la televisión abierta a la televisión paga, experimentamos el primer modelo de especialización; así por ejemplo, en el modelo de TV abierta sería imposible



pensar en un Golf Channel o en Animal Planet. En este nuevo mundo del OTT viene una nueva ola de micro nichos. Creemos que el OTT es el "Uber" de los contenidos y va a cambiar el modelo ampliando lista de los participantes'. 'Es por ello, que como empresa estamos trabajando en dos sentidos; primero en la convergencia de la banda ancha, y segundo, en la producción de contenidos. Llevamos ya cuatro años produciendo y transmitiendo **Ultra Noticias** con **Javier Solorzano** para radio en más de 40 estaciones y para TV a través de la señal de **KW**, que está en más de 119 sistemas de TV paga en México. Esto nos ha dado una gran ventana para producir programas para más programadores. Con esta visión, hemos producido para motociclismo, TDN Cultura y Turismo



Arturo Zorrilla

para **México Travel Channel**, programas de radio para **MVS**, entre otros'.

'Para este segundo semestre, estamos convirtiendo nuestras unidades móviles a FULLHD y cámaras 4K, ya que sin duda la calidad en la imagen es indispensable para poder competir y producir con clase mundial. Creemos que al final, tantos cambios tecnológicos deben crear más oportunidades', concluyó.

¿TE GUSTAN LAS SERIES?

ATRESMEDIA INTERNACIONAL



LA EMBAJADA



VIS A VIS



MAR DE PLÁSTICO

TE GUSTA



A3S

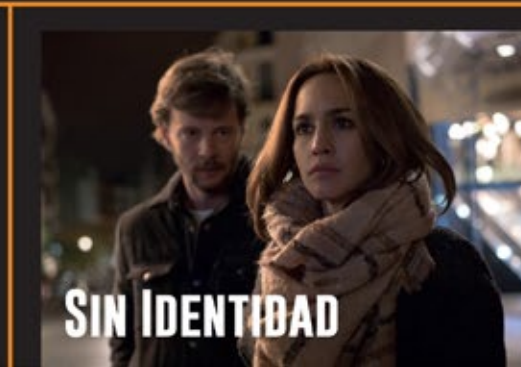
ATRESERIES



BAJO SOSPECHA



ALLÍ ABAJO



SIN IDENTIDAD



Totalplay: Triple Play, 4K y TV interactiva

Totalplay, operador de telecomunicaciones del **Grupo Salinas**, ha tenido un crecimiento 'exponencial' de su base de clientes, a quienes les ofrecen su servicio Triple Play en 20 ciudades de la República.

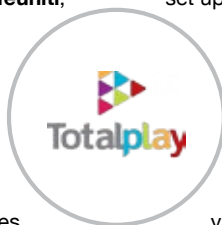
'Hemos complementado nuestra oferta con el lanzamiento del servicio 4K, aplicaciones como **Cbeebies** y **FOX Play**; aumentamos la velocidad de descarga hasta 300 Mbps y lanzamos una nueva interface de televisión interactiva', explicó a **PRENSARIO Víctor Teuhlti**, director de producto.

Entre los objetivos para este año, Teuhlti señaló: 'Queremos continuar el proceso de innovación y vanguardia que nos distingue, pensando en la satisfacción de nuestros clientes. Queremos tener nuevas velocidades en el servicio de Internet que satisfagan las necesidades del mercado. Reforzaremos nuestra oferta para micro empresarios e incre-

mentaremos el número de canales HD'.

Sobre la oferta en 4K, añadió: 'Nuestro servicio 4K es ofrecido a nuestros clientes a través del set up box de última generación de **Sagemcom**. Ofrecemos distintos contenidos bajo demanda de proveedores como **Redbull Media House**, **BBC** y **Condista** así como el contenido que se encuentra disponible en **YouTube** y **Netflix** las cuales se encuentran integradas como aplicaciones dentro de nuestro set up box'.

'Ha tenido muy buena aceptación ya que como marca buscamos siempre estar a la vanguardia en tecnología y una de nuestros objetivos es satisfacer las necesidades del mercado. Al ser el único proveedor en México y de los primeros en Latinoamérica a ofrecer este servicio, las personas reciben bien este tipo de ventajas tecnológicas', completó el ejecutivo.



Víctor Teuhlti, director de producto de Totalplay

Entre los principales proyectos concretados por Totalplay durante 2015 y la primera mitad de 2016 están la construcción de una red de fibra óptica de última generación a nivel nacional que le permitió superar los de 2 millones de clientes. Y la primera transmisión 4K en México en alianza con **Azteca** y **Sony** de un partido amistoso de la Selección Nacional de Fútbol.

Star TV suma Internet fija y móvil a su DTH

En enero pasado, **Star TV**, operador de TV satelital del holding **Stargroup**, se lanzó en México con una oferta básica de 50 canales y un servicio disponible en los estados de Hidalgo, Puebla, Veracruz y Zacatecas. Si bien su portfolio es sólo de video, en los últimos meses anunció que incorporará banda ancha y telefonía móvil a su oferta.

La nueva operación de TV paga utiliza la capacidad de infraestructura de la empresa satelital **Eutelsat** y transmite sus señales por las frecuencias en banda 2.5 GHz, que la televisora regional **TVZac** mantiene en concesión en dichas áreas geográficas.

El nuevo servicio ingresó al competitivo mercado de TV paga de México, donde compete

directamente con los servicios de Dish y Sky, con una oferta inicial de dos paquetes; el Plan Nova de 50 canales o el Plan Supernova de 60 canales. La oferta del nuevo competidor es ligeramente inferior a Dish, que ofrece un paquete de 52 canales por 164 pesos mensuales, o 69 canales por 219 al mes, y que la de Sky, cuya oferta mínima es de 104 canales por 219 pesos. Cabe destacar que ambos cuentan con ofertas más variadas y planes en HD, aunque desde Star TV afirmaron la intención de incrementar la oferta de planes en un futuro próximo.

Internet fija y móvil

En marzo, Stargroup anunció que sumará el servicio de Internet a su oferta, a través del acceso satelital Ka y lanzará **StarGo** a través de un satélite Eutelsat. La conexión a Internet estará disponible en México, al igual que en Colombia y Perú, y se realizará a través del satélite Eutelsat 65 West A, en tanto el servicio de TV paga StarTV se provee mediante el Eutelsat 117 West A.

Además, comercializará también banda ancha móvil vía satélite. El servicio ya se ofrece en una fase de pruebas desde el 1 de mayo y su arranque comercial será en agosto, confirmó



Julio Di-Bella, director de StarTV

Julio Di-Bella, director de Star TV. 'Será de cobertura nacional e irá dándose el servicio de manera gradual, ya que dependerá de la puesta en marcha de los satélites, más allá de las ganas que tengamos de aperturar una zona. Espero que el lanzamiento ocurra entre el 1 y 30 de agosto', mencionó Di-Bella. Star TV ya contrató capacidad en la banda Ka, con la que es posible ofrecer servicios de Internet de alta velocidad.

El director aseguró: 'Donde podemos dar servicios satelitales también es en Sudamérica, pero los contenidos para DTH cubren únicamente el territorio nacional; no está impedido darlos allá, pero habría que destinar una cantidad de recursos importantes, entonces, por el momento no'.



Mapa de cobertura de StarTV

20 AÑOS OFRECIENDO LO MEJOR EN ENTRETENIMIENTO Y ACTUALIDAD



20 AÑOS ANTENA 3 INTERNACIONAL





Falleció Abraham Kahn Gordon, pionero del cable en México

El 5 de junio de 2016, falleció, en la ciudad de México, el Ing. **Abraham Kahn Gordon**, pionero de la industria de la TV por cable en México, ex presidente de **PCTV** y directivo de **Canitec**.

El Ing. Kahn Gordon fue uno de los conductores de la televisión por cable en México, a partir de una concesión que le fue concedida en 1975 para 'operar y explotar un sistema de distribución de señales por cable' de doce canales en la ciudad de Cuernavaca, Morelos, una de cuyas condiciones era 'estar exenta de todo tipo de publicidad

o propaganda'.

Eran tiempos complejos para la naciente industria, al punto que en sociedad con otros cableoperadores se procedió a fundar **PCTV**, empresa destinada a lograr la representación de señales internacionales y a distribuirlas entre los socios de la entidad, en tanto Canitec pasó a asumir la representación institucional de la industria ante las autoridades estatales y federales.

El Ing. Kahn vendió la empresa durante la época de concentración de la industria en México y pasó



Abraham Kahn Gordon

a residir con su familia en los Estados Unidos, realizando periódicamente viajes a México.

Axtel adquirió el 100% del integrador TI Estratel



Axtel completó en México la adquisición de **Estratel**, integrador de soluciones de TI para el sector empresarial y de gobierno, cerrando un acuerdo para la compra del

49% del paquete accionario.

En mayo del 2015, **Alestra**, parte del **Grupo Alfa** y fusionada desde el 15 de febrero pasado con **Axtel**, se había hecho con el 51% de **Estratel**, con el objetivo de expandir su oferta de soluciones de TI y comunicación en las

regiones Occidente, Bajío y Sureste del país, acciones que pasaron a pertenecer a la nueva operación de Axtel/Alestra.

Rolando Zubirán Shetler, director general de Axtel, señaló: 'La adquisición del 100% de Estratel forma parte de la estrategia de fortalecimiento de nuestras capacidades de TI, para atender necesidades del segmento empresarial y de gobierno. Su aportación generará más valor a los clientes e impulsará la competitividad en el mercado'.

Estratel, que será dirigida por **Elvia González Hernández**, mantendrá su marca y su operación de forma autónoma, pero se com-

plementará con la red de fibra óptica de Axtel (con 37.500 kilómetros de red troncal, anillos metropolitanos y red de acceso (FTTH) de fibra óptica), sus Centros de Datos, Centros de Operaciones, y su portafolio de soluciones para atender, junto a su marca comercial Alestra, al sector empresarial y de gobierno.

Estratel genera ingresos anuales por unos 13,24 millones de dólares (250 millones de pesos), y tiene presencia en las ciudades de Guadalajara, Querétaro, Mérida, Campeche, Chetumal, México y Monterrey, y cuenta con un equipo especializado de más de cien colaboradores.

Claro Video lanzó su producción original, La Hermandad

Claro video, el servicio de video streaming que brinda a la audiencia latinoamericana acceso a películas, series, conciertos, programas infantiles y documentales, estrenó su nueva producción original, *La Hermandad*, el 2 de junio.

La Hermandad fue producida en colaboración con **11:11 Films & TV** para Latinoamérica y su dirección estuvo a cargo de **Carlos Bolado** y **Humberto Hinojosa** con la producción general del actor y productor **Manolo Cardona**.

La serie cuenta con las actuaciones de Manolo Cardona (Colombia), Paz Vega (Español Internacional

paña), Stephanie Cayo (Perú), Noé Hernández (México) y consta de 14 capítulos con una duración aproximada de cincuenta minutos. En el elenco de esta serie también participa Marcela Mar, José Sefami, Andrés Almeida, Olga Segura, Paulina Dávila, Rodrigo Oviedo, Tomás Rojas, Sofía Gándara, Nestor Rodulfo, entre otros actores.

El programa revela el pensamiento patológico de un hombre llevado por el miedo y la culpa a realizar una venganza contra toda una organización criminal existente dentro de los cuerpos policiales del país. Un hombre de pensamientos complejos que nunca

pensó que sería capaz matar a nadie, hasta que lo hizo, manipulando la mente de aquellos contra quienes fraguó su venganza.

'Esta serie forma parte de las iniciativas de Claro Video para constituirse como una alternativa generadora de contenidos originales y exclusivos, brindando a sus clientes y usuarios una plataforma de contenido sobre demanda de gran valor', dijo **Andrés Vázquez Del Mercado**, CEO de **América Móvil Content Media**.



Estreno agosto 2016 todos los martes 9:00pm sólo por **WOB!**

ENCUÉTRANOS EN





Televisa Networks: 'Blim permite llevar al mercado una propuesta competitiva'

El año pasado, el grupo Televisa concretó el lanzamiento de **Blim**, una plataforma VOD que le permitió ingresar en el mundo de los contenidos everywhere. **Fernando Muñiz**, director general de ventas de Televisa Networks, comentó: 'Blim es consecuencia de una evolución natural de Televisa para entrar al mundo de la televisión On Demand y así aprovechar no sólo los contenidos propios, sino también la capacidad del Grupo en armar una propuesta competitiva en el mercado de distribución de paga de contenidos'.



destacó: 'Recientemente presentamos en **Telehit** y de manera simultánea en **Blim Login**, una serie que cambia la forma de ver la televisión. La primera temporada obtuvo muy buenos resultados y estamos seguros que con la segunda se superarán los resultados por las nuevas interacciones que presenta la app y por su gran historia'.

'En **Golden Premier**, continuamos con los estrenos exclusivos. Hemos lanzado la cuarta temporada de *El Señor de los Cielos* y, próximamente, tendremos la segunda parte de *La Viuda Negra*, mientras avanzamos con los grandes estrenos de cine. Este año Golden celebra 25 años y lo festejamos con grandes títulos taquilleros de películas que han marcado la historia del cine'. Añadió: 'Se acerca la quinta entrega de Premios Bandamax y el canal ya se está preparando con una gran producción y un gran elenco'.

Con las transmisiones de la Copa América Centenario, la señal deportiva **TDN** tuvo grandes resultados, duplicando la audiencia de 2015, se-



Fernando Muñiz

gún comentó Muñiz. 'En la primera fase del torneo, TDN y UTDN alcanzaron más de 10 millones de personas, proyectado nacional. Además, TDN se consolidó como líder absoluto en Market Share durante la transmisión de los tres encuentros de México, en la categoría de Deportes'.

Completó: 'Durante el primer trimestre, Televisa Networks creció 18% contra el 2015, consolidándose como la primera productora de la TV paga, con un 22% de participación de audiencia. En los primeros tres meses del 2016, registró el share más alto desde el 2004. El promedio de audiencia de sus señales se ubicó un 54% por arriba de la competencia. Distrito Comedia, Ritmoson y Golden son los canales que se colocan con mayor crecimiento al compararlo contra su meta'.

Excelencia en Integración de soluciones convergentes

Con el respaldo de nuestro aliado estratégico

Comunicaciones Unificadas y Colaboración en la nube (Cloud) y soluciones VoIP (IMS, SBC, NGN)

www.cirpack.com - sales@cirpack.com

www.trektek.com



EVOLUCIONAMOS CON LA INDUSTRIA
CONTENIDOS RELEVANTES PARA TODAS LAS PLATAFORMAS



KNOW HOW • RELACIONES ESTRATÉGICAS • RESULTADOS
INNOVACIÓN • CALIDAD • COMPROMISO
CREDIBILIDAD • CONFIANZA

MATILDE BOSHELL
mboshell@mbanetworks.tv

CARLOS BOSHELL
cboshell@mbanetworks.tv
T. [571] 642 00 79

www.mbanetworks.tv



Cinépolis Klic registra más de 500.000 usuarios únicos

Todos los estrenos de cine en la plataforma OTT



Con la visión de llevar la marca **Cinépolis** al mundo del entretenimiento digital, se lanzó en mayo de 2013 **Cinépolis Klic**, una solución que permite llevar todos los estrenos del cine a cualquier dispositivo conectado y en cualquier lugar.

‘Veíamos que un grupo de nuestros clientes muchas veces se quedaban con ganas de poder revivir un estreno en su casa, mientras que otro grupo no podía ir al cine tantas veces como quisiera, por lo que se perdía muchos estrenos y esto le ocasionaba frustración’, explicó **Marco de la Cruz**, subdirector Cinépolis Klic, como antesala al servicio.

‘Cinépolis Klic ha crecido de forma dramática en los últimos dos años, alcanzando tasas de crecimiento sostenido anual de siete veces, superando los 500.000 usuarios únicos en nuestra plataforma que ven películas a lo largo de todo el ecosistema de Klic, que incluye aplicaciones de última generación en diferentes dispositivos como SmartTVs, consolas de videojuegos, STBs, dispositivos móviles, etc.’, agregó.

‘Parte de este éxito se basa en las sinergias que hemos logrado construir con nuestro negocio principal de cines, entre los que destacan la integración del programa de lealtad *Club Cinépolis* donde hemos dado a nuestros socios la posibilidad de pagar con puntos dentro de la plataforma Klic. La integración con la tarjeta de prepago *Cinecash*, que está disponible en cientos de puntos de venta fuera de nuestros cines y en donde puedes pagar con efectivo’.

‘Finalmente recurrimos mucho al análisis

del Big Data, que incluye todas las transacciones e interacciones de nuestros clientes que acuden a las salas de cine Cinépolis, información que sirve como input para nuestros algoritmos de recomendación, de forma que somos capaces de anticiparnos a sus necesidades y recomendarles películas que sabemos de antemano serán de su completo agrado’.

Menos es más

‘En Klic, la estrategia general de contenido sigue la premisa de “less is more”. De nada sirve contar con un catálogo de miles de películas, si no tienen relevancia para nuestro público target, quien demanda contenido premium, reciente y de muy alta calidad. Ésta es la principal razón por la cual Klic se enfoca en ofrecer películas de estreno recién salidas de nuestros cines, donde nuestros usuarios pueden revivir un estreno que los emocionó en el cine, o “ponerse al día” con aquel título que se perdieron en el pasado’.

Completó: ‘Prácticamente todos los días estamos evaluando nuevos contenidos. Sin embargo, son muy pocos los que realmente encuentran un lugar en nuestra plataforma, pues todo nuestro catálogo, además de ser principalmente de estrenos, ha sido curado y seleccionado por expertos críticos de cine’.

Marco de la Cruz comentó que el principal público de su servicio son los espectadores de los cines Cinépolis. ‘Estamos convencidos de que para ellos, Klic representa el complemento perfecto para alcanzar una experiencia total tanto en el mundo físico como en el digital. Esto lo vemos hoy en nuestra plataforma: nuestro grupo principal de usuarios viene de clientes que acuden al cine una o dos veces al mes y que, por falta de tiempo u otros obstáculos, no logran ir al cine tantas veces como quisieran pero piensan en ver películas que se perdieron hace poco’.

Sobre su diferencial con otros OTTs, remarcó: ‘Somos el mejor servicio transaccional de renta de películas enfocado en estrenos, donde sólo se paga por lo que se ve, disponible en virtualmente cualquier dispositivo de



Marco de la Cruz

última generación, donde se puede ahorrar dinero y pagar con los puntos *Club Cinépolis* acumulados en las visitas al cine. El usuario puede estar seguro de que una película que se exhibió en nuestras salas de cine va a estar en Klic antes que nadie y al mejor precio’.

‘No somos un servicio de suscripción más con pagos mensuales recurrentes, enfocado en conseguir la mayor cantidad de películas “viejíitas” y que solo puedes mirar en ciertos dispositivos’, afirmó el ejecutivo.

Compra de películas

‘Estamos próximos a lanzar la opción de compra de películas, pues nuestros usuarios logran conectar con muchas películas, por lo que realmente desean que formen parte de su colección digital. También estamos próximos a lanzar la opción de modo offline, donde nuestros usuarios podrán descargar sus rentas/compras y miraras en sus dispositivos móviles sin necesidad de contar con una conexión a Internet’, comentó.

‘Esto, aunado a seguir mejorando nuestra plataforma y producto, con más y mejores apps, interfaces más intuitivas y sencillas, motores de inteligencia artificial mucho más sofisticados y un contenido Premium apalancado en lo que se exhibe en nuestras salas de cine’.

Y concluyó: ‘Creemos que con esta combinación de esfuerzos, nos permitiremos alcanzar las metas tan ambiciosas que hemos trazado para el futuro inmediato, logrando hacer de KLIC el destino digital para todo aquel consumidor ávido de disfrutar del mejor y más reciente material fílmico, en la mejor plataforma VOD y respaldado por la experiencia Cinépolis’.



EWTN Everywhere!

Disponible para sus servicios multiplataforma.

Para mayor información escriba a iberoamerica@ewtn.com
ewtn.com/español



LA NUEVA TEMPORADA DE

FACE OFF

PINTA AÚN MUCHO MEJOR

Syfy

ESTRENO 1º DE AGOSTO

SYFYLA.COM    SYFYLA

SYFY ES UN CANAL DISTRIBUIDO POR HBO LATIN AMERICA GROUP



Convergencia Show: La TV paga de México recupera su Expo Convención

Con un perfil abierto y de negocios, sin componente político

Del 19 al 21 de julio, en el World Trade Center de Ciudad de México, se realizará la primera edición de Convergencia Show, que se ha convertido en la única feria de la TV paga en ese país.

Después de las últimas malas ediciones de la tradicional Expo Canitec, muy bien vendida en metros pero sin participación de los operadores, se hizo evidente la necesidad de una renovación. Los operadores independientes no se consideraban bienvenidos en un evento que apuntaba a la consolidación del mercado en los grandes operadores, pero estos también se fueron distanciando de la organización de **Alejandro Puente**. Ni siquiera venían asistiendo los equipos del anfitrión de turno.

Lo bueno de Canitec + ATIM

Esa renovación se hizo rescatando parte de la organización positiva que tenía Canitec, con el liderazgo de **Rafael Val** de **Newsline Report**, que ya participaba en esa buena venta comercial de la expo de la cámara, y en la parte organizativa retuvo a **Besthabé Solís**. A ellos se suma **Adriana Fernández**, ex ejecutiva de **Fox**.

Pero lo bueno fue que para hacerla Rafael Val buscó hacer el upgrade de la **Expo ATIM**, la asociación representada por **Salomón Padilla** a donde había derivado buena parte del movimiento independiente que no estaba en **PCTV**, y también algunos que sí.

Padilla ya venía viendo la oportunidad de hacer un salto de calidad con la Expo y, ya sin Canitec, fue una gran idea despegarla de la Asociación independiente para que pudiera ser un foro de discusión de los temas de todo el mercado y sea posible congregarse a todos los demás jugadores, grandes y chicos, aunque no fuera fácil y haya que trabajar mucho en ese sentido.

Punto de encuentro pese a la consolidación

La postura clara de la organización de Convergencia Show es recuperar un punto de encuentro para toda la industria, con un foro de discusión y donde se generen negocios, pero ajeno a toda política que se considera que terminó siendo perjudicial para Canitec.

Una razón que se daba por supuesta para justificar el final de Canitec era la pronunciada consolidación del mercado mexicano, pero otros mercados como Argentina o Colombia tuvieron procesos similares y no perdieron su Expo Convención. Además, luego tuvieron también procesos en sentido contrario. En cierta forma esto también pasa en México con una segunda línea de clientes como **Totalplay**, **Maxcom** o **Axtel**, que es patrocinador de Convergencia Show. El cambio también abre la puerta al regreso de **Dish/MVS**, de quien **Ernesto Vargas** sería



Rafael Val, de Newsline Report

Salomón Padilla, de ATIM

premiado en la Expo, y de **Megacable** con **PCTV**.

Además de ellos, dentro y fuera de ATIM hay cerca de 300 operadores independientes mexicanos que se espera concurren al evento. Y está además el perfil regional que le dará la **FATM**, asociación de entidades que une México con Centroamérica, con unos 75 operadores de esos países que se destaca en las páginas siguientes.

Competencia para la convergencia

El perfil moderno de la expo se ve en su slogan "Competencia para la Convergencia", y también en los paneles de discusión, que incluyen unos exclusivos para las redes sociales y para los OTT, que moderará **PRENSARIO** el martes 19 a las 5pm. El venue elegido, el WTC, es un centro neurálgico con todas las comodidades y transporte público para redondear una Expo Cómoda y fácil de acceder para todos.



www.shetv.com.mx
contacto@shetv.com.mx

SHE
Sexuality Health & Entertainment

"El primer canal de orientación, salud y entretenimiento de la sexualidad humana"

DISPONIBLE PARA TODO AMÉRICA

La sexualidad es: información, protección, amor y compañía

Rai Italia

PROGRAMAS ÚNICOS
GRANDES PRODUCCIONES
LA LIGA ITALIANA DE FÚTBOL



DISFRUTE DE UNA DE LAS MEJORES LIGAS DEL MUNDO.

CONDISTA
INTERNATIONAL
WWW.CONDISTA.COM

CONTACTOS:

SUDAMÉRICA - SABRINA CAPURRO - CORREO: SABRINA@CONDISTA.COM
AMÉRICA LATINA - WILLIE J HERNÁNDEZ - CORREO: WILLIE@CONDISTA.COM
BRASIL - MÁRCIA BONINI - CORREO: MARCIA@CONDISTA.COM
VENEZUELA - ZULAY ANZOLA - CORREO: ZULAY@CONDISTA.COM



Salomón Padilla, de ATIM: 'Activo participante, no organizador'

Espera doblar los socios tras Convergencia Show

PRENSARIO se reunió con **Salomón Padilla**, representante legal de **ATIM**, quien se refirió a la primera edición de Convergencia Show: 'Hace un año, tomamos la decisión de no personalizar la expo para que sea un foro más abierto. El objetivo es que se profesionalice manteniendo y sea incluyente'.

'Es así que participaremos desde ATIM como uno más, activos en los foros pero no como organizadores de la parte comercial. Ahí se busca rescatar todo lo bueno de Canitec, que fue mucho, y eso está haciendo el equipo de **Rafael Val** que tiene a **Bethsabé Solís** y a la ex Fox, **Adriana Fernández**. El slogan es "Competencia para la convergencia" y queremos que todo lo que se hable en los foros gire alrededor de eso, presentando soluciones más que problemas y evitando la política, que fue lo malo para Canitec'.

Hay algunos jugadores que vuelven a apoyar al mercado como **MVS**, **Fox**, **Azteca**, **Discovery Networks** como patrocinador, y hasta **Axtel**. 'Se está rompiendo la mala vibra para pasar a algo positivo. Nuestros socios van a ir muy contentos, pues vuelve el ambiente festivo de negocios y de compartir experiencias', remarcó Padilla.

Concurrencia de operadores

'En ATIM tenemos hoy 75 operaciones y todos estarán en Convergencia Show, haciendo negocios para 500.000 suscriptores. Pero también vendrán muchos operadores que no son parte de nuestra asociación. Calculamos entre 200 y 300 operadores, que pueden venir con sus responsables de marketing o técnicos y no importa si le compran a **PCTV**', comentó.

'Otras 75 operaciones las esperamos desde

FATM, la Federación de Mesoamérica que integramos junto a empresas de Centroamérica y que preside **Roy Salazar**. Es un buen número de esa región y dará más peso a la expo, donde tendremos una asamblea. Veremos temas de tratamiento de contenido, regulación e impuestos, y también hablaremos un poco de cómo modernizar a nuestras operaciones con digitalización, fibra óptica y nuevos servicios', completó el ejecutivo.

Objetivos de ATIM

Sobre ATIM, Salomón Padilla habló de tres objetivos. 'El primero es hacer crecer la base de asociados. Creemos que la expo será un buen punto de encuentro para eso y que podemos doblar el número a 150 socios'.

'Un segundo objetivo es modernizarnos. Ingresamos al **FTTH Council** para recibir visiones de otras partes. Fibra al hogar es el mejor de todos los mundos y, si bien nuestras poblaciones no son las más económicas para eso, esperamos montar fibra a todas ellas. Veo difícil montarse a la red de **Telmex** o a una administrada por el gobierno, pues luego cuesta mucho entrar como con la de la red de la **CFE**, con el que no pudimos hacer ningún contrato. En telecomunicaciones, ninguna red está de más', dijo y agregó: 'En ATIM, el 50% de los socios son digitales y trabajamos de manera estrecha con **Gospell**, pero siempre estamos abiertos a que cada uno escoja a su proveedor'.

'Y tercer objetivo es reducir la regulación. Queremos hacerla más dinámica, pues hay cuellos de botella que podemos resolver. Queremos inversión pero hay mucha restricción para eso, igual que con la regulación anterior. Todo dependerá mucho del regulador, de su comunicación con nosotros y de

la política de telecomunicaciones, pues se habla mucho de competencia pero no de lo demás'.

'Todavía tenemos que posicionar a ATIM y su valor social con las empresas que tenemos ante el gobierno. En eso el trabajo de **Alejandro Puente** fue muy bueno, pues Canitec nunca había crecido tanto antes de su gestión. Ahora, hay que empezar otra vez para que sea negocio para todos', detalló.

Mejores perspectivas para los independientes

'Cuando empezamos, hace cinco años, el panorama se veía sombrío, con mucho roce y conflicto. Ahora, los independientes han logrado establecer su propio nicho de mercado, saben qué hacer y empiezan a modernizarse y a competir. Nos definían como "la chiquillada" en telecomunicaciones, y ahora decimos que somos los especializados en esa área', dijo Padilla.

'La tecnología no va a parar y a **Netflix** lo vemos como un excelente complemento que nos pone como hace 30 años con los Premium. Sabemos que lo local, el vivo y los deportes serán importantes, como que ahora la gente pide Internet y hay que darla con buena calidad. En ATIM, damos absoluta libertad a los asociados. No bajamos línea en la compra de contenidos, pero si hacemos les llevamos todas las opciones de juntarse para lograr un mejor precio', concluyó.



Salomón Padilla, con Prensario

Monetization Solutions for OTT and Entertainment

Build OTT subscription revenue while reducing customer churn

vindicia
Build Subscription Revenue
www.vindicia.com

star HD
tve

Nuevo canal para América en HD



rtve

FATM trae operadores de Centroamérica a Convergencia Show

También reguladores de cada uno de los países miembro

Roy Salazar, presidente de la **Federación de Asociaciones de Telecomunicaciones de Mesoamérica (FATM)**, estuvo en Tepal donde adelantó a PENSARIO que Convergencia Show de México ayudará a seguir consolidando la entidad, que se mueve mucho por asociaciones y sumando a todos los países representa cerca de un millón de suscriptores.

Dijo que cada una de las asociaciones gestionó con los reguladores de cada país para que asistan y escuchen las diferencias que tiene cada país con México. 'La última reunión de FATM fue en Guatemala y lo que hicimos fue definir diferentes áreas de trabajo, donde a la asociación de El Salvador le tocaron temas de regulación, a Costa Rica el análisis de producción de contenidos a nivel

local y un estudio jurídico de los diferentes contratos con los proveedores de señales. Por su parte, a Guatemala y a México les tocó el análisis de costos y precios de mercado versus lo que ocurre en la realidad'.

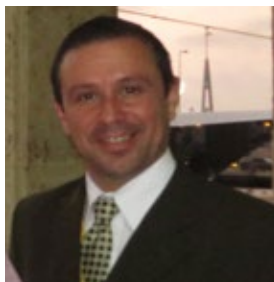
De Centroamérica van a asistir a Ciudad de México al menos diez empresas de cada país, que da alrededor de 75. Irán otros independientes que no forman parte y hay un lobby específico para que esos operadores se afilien.

'Los proveedores de señal nos dan precios atractivos. Una vez que se recibe una propuesta se hace lobby con los presidentes de cada país. Puede ocurrir que unos los tomen y otros no. Las diferencias que existen también se deben a que las realidades son diferentes. Facilitamos las herramientas de una negociación pero la deci-

sión final la hace cada una de las asociaciones', completó.

Logro en Costa Rica

'En tecnología también trabajamos en mejorar los precios de ancho de banda en los últimos meses. En Costa Rica logramos a bajar el precio del mega de 34 dólares a 15. Esas propuestas ya se replican en El Salvador. Después de las diferentes charlas de Tepal, calculo que en Estados Unidos un Mbps cuesta 30 centavos para dar esas velocidades', concluyó.



Roy Salazar, presidente de la asociación

SEÑALES

Agrotendencia entró en CanTV de Venezuela

Luis Eduardo Palacios destacó a PENSARIO que ahora con el nuevo satélite de Intelsat 21 **Agrotendencia** ha logrado mejorar mucho su cobertura y eso le permitirá seguir creciendo. Y una manera es con coproducciones para nuevos programas como en México, donde ya tiene cinco nuevos ciclos, entre los que destacó *Tierra Fértil*, *Agronoticias* y *Panorama Agropecuario*.

'Con el cambio de satélite que realizamos, del SES 6 al Intelsat 21, se nos amplió el rango de acción. Ahora podemos estar presentes en todo el territorio mexicano, ya que el Intelsat 21 es de uso común para los operadores de este gran país. Ya se empezaron a sumar operadores de carácter regional y los de cobertura nacional lo están evaluando'.

Agrotendencia TV está disponible en más de 400 operadores ubicados en los países andinos, centroamericanos, República Dominicana y ahora entrando a México. 'Estamos tanto en operadores de carácter nacional como regional

en cada uno de estos países. Por ahora abarcamos 13 países y ya estamos en conversaciones con operadores de Paraguay y Chile. No hay ni un solo operador que no haya renovado su contrato lo cual nos reafirma la gran aceptación que tiene nuestra programación'.

'En Centroamérica el canal ya es bien conocido y estamos en las grillas de muchos de los principales operadores. Recientemente entramos en la plataforma de DTH de CANTV en Venezuela con lo que sumamos 700.000 nuevos hogares y semana a semana se suman nuevos operadores regionales de los diferentes países'.

Sobre su infraestructura, dijo: 'Tenemos todo el equipamiento para hacer el upgrade a HD incluyendo los receptores que tienen los operadores, estamos esperando unos ajustes en la programación y la ampliación del segmento satelital, antes de que se termine el 2016 seremos un canal full HD'.

'La principal fortaleza de Agrotendencia TV es la variedad y calidad de la programación. Cuenta con los mejores programas agropecuarios de cada país. Estos programas son producidos por personas que conocen y tienen



Luis Eduardo Palacios y Vanessa Velásquez

una vasta experiencia en el agro nacional y regional en muchos casos, lo cual nos permite llevar a la pantalla las mejores innovaciones, emprendimientos, eventos e informaciones ligadas al sector'.

Y concluyó: 'Vamos cumpliendo satisfactoriamente todos los pasos de nuestro plan de negocio. Con la escalada a HD y con la incorporación de nuevos programas producidos en diferentes países por especialistas del agro. Así seguimos enriqueciendo nuestra oferta, logrando convertirnos en una excelente opción para los amantes del campo, la naturaleza y los animales'.

OTT promete ser un verdadero "cambio de juego" en el universo de los medios.

¡Es un cambio del que quieres ser parte!

WWW.WORLDVIEWTELEVISION.COM

AZ TV de Paga: Alianza con ATIM

Apuesta a Convergencia Show

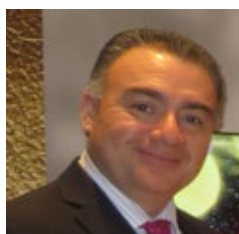
'Apostamos con fuerza a Convergencia Show y a reivindicar los eventos de TV paga de México', dijo a Prensario **Jorge Gutiérrez**, director comercial de **AZ TV de paga**.

En este contexto, anunció un acuerdo con **ATIM**, la asociación independiente de empresas de telecomunicaciones liderada por **Salomón Padilla**, por el que el programador acompañará a la asociación con sus propuestas flexibles y espacio para la negociación. La primera propuesta ya fue presentada, con condiciones 'muy favorables', señaló Gutiérrez.

En cuanto a la distribución de las señales, agregó que 'se avanza de a poco con todos los socios' y que 'el 95% ya renovó sus acuerdos'. Se mostró con mucha confianza sobre lo que se generará en Convergencia Show, donde también será interesante la presencia de operadores de Centroamérica, que trabajan junto a ATIM en la nueva confederación presidida por **Roy Salazar**, de Costa Rica. Ya han incorporado a **AZ Cinema**, y la idea es seguirlos si avanzan en la región andina.

En cuanto a sus otros clientes, Gutiérrez resaltó la relación de comunicación directa con **Maxcom**, **StarTV**, que se sumó hace poco a su cartera de distribución, así como otros independientes nuevos de Chiapas. Por su parte, sigue la relación con **Totalplay** que lleva todas sus señales con acuerdos de promociones cruzadas.

Todo el contenido del grupo está disponible para VOD como valor agregado y si quieren ofrecerlo en OTT, también pueden hacerlo. A nivel regional, AZ TV de Paga hace presentaciones puntuales con las agencias de publicidad, centrales de medios y clientes en países donde todavía no se había mostrado desde ese lado. El 16 de junio se hizo una presentación en el Gaira Café de Bogotá, el restaurante de **Carlos Vives**, en la que mostró todos los canales a las agencias colombianas.

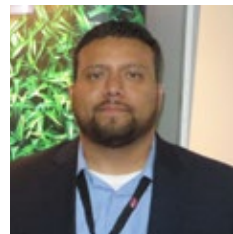


Jorge Gutiérrez, director comercial de AZ TV de Paga

Gone Viral

Contenido de Internet a la TV

GTVV estuvo por primera vez en Tepal de Panamá, destacando el canal que trae los mejores videos de la Internet a la TV paga, como dijo su coordinador de contenidos,



Andrés Vera

Andrés Vera. El canal nació en 2011, a partir de la plataforma de videos **Gone Viral**, que decidió apostar a la canalización de los "éxitos virales" de la web a mundo de la televisión. La clave es la gran selección de videos para que el público no pierda el tiempo en el filtro.

La señal lineal es HD y su contenido incluye videos de todas partes del mundo, de todos los géneros y libre de tandas comerciales. La red se alimenta de miles de creadores de videos online que ganan reconocimiento en Internet, entre más de 52.000 millones de vistas y más de 300 millones de suscriptores. Algunos han ganado tanta repercusión, que hasta han tenido un lugar en los American Music Awards, MTV y el show de Conan O'Brien en Estados Unidos.

agroTendencia TV
El canal que siembra un Continente

Ahora presente en México a través

INTELSAT 21

La mejor programación para los amantes del campo. Muy pronto en HD

atv

DESCUBRE EL NUEVO EURONEWS

euronews.
ALL VIEWS

euronews.com

ESPN lanza ESPN U y SEC ESPN en el Cono Norte

Con deportes universitarios en inglés y en HD



Sebastián López, VP de ventas afiliadas de **Disney/ESPN** Latinoamérica, estuvo en Tepal, feria a la que 'hacia años que no venía' y la destacó como 'un buen punto de reunión con los operadores más importantes'.

López comentó que este año, el grupo avanzó en oportunidades para dar mejor servicio y valor a la industria. 'Por un lado, mejorando la oferta de TV paga tradicional, con conversión a HD de todos los canales, y por el otro mejorando la plataforma de *ESPN Play* con más contenido en vivo y la inclusión de los canales lineales dentro de la plataforma'.

La novedad para el Caribe, Centroamérica y México son dos señales nuevas: **ESPN U** y **SEC ESPN**, que son de deportes universitarios en inglés y en HD. Ya se presentaron a los operadores principales, buscando entrar no en un servicio básico pero sí para un paquete diferencial. Vienen con una 'calidad enorme' y contenido deportivo en vivo que diferencia a la industria de Pay TV frente a otras opciones como los OTT. 'Seguimos apostando, con nuevas señales, a tener más contenido en vivo'.

Sobre el comentado tema de los OTT que están lanzando los afiliados, López dijo que 'hay cuestiones de protección de contenido que hay que cumplir'. ESPN da todas las opciones a los afiliados, siempre que cum-



Federico Peres y Sebastián López de ESPN

plan los requisitos, además de darles dentro de *ESPN Play* un contenido diferente. Entre los ejemplos, destacó el hecho de ver hasta siete partidos de un Grand Slam en forma simultánea o tener cinco feeds distintos en el Master de Augusta de Golf, con distintos hoyos o la entrada en calor.

CapitalMedia: Información multiplataforma para todo México



CapitalMedia es una multiplataforma de medios de comunicación con 50 años de experiencia en México, que se ha transformado en un medio digital. 'Creamos la primera redacción multimedia digital en México con un grupo de expertos que trabajan diariamente generando productos con información relevante, útil y de calidad para nuestro auditorio, en donde convergen radio, televisión, periódicos y revistas con contenidos de audio, video y texto en tiempo real', expresan desde la compañía.

Grupo CapitalMedia cuenta con una cobertura nacional en medios impresos mediante dos periódicos nacionales, **CapitalMéxico** y **Reporte Índigo**, ocho locales en las principales ciudades de la república mexicana como Ciudad de México, Quintana Roo, Querétaro, Hidalgo y Michoacán, siete periódicos digitales, entre los que destacan **Prensario Internacional**

Estadio, THE NEWS, CapitalJalisco, CapitalPuebla y Capital Veracruz, dos revistas nacional y local, Revista Cambio y CapitalMujer, distribuidas mediante tres plantas impresas ubicadas en Cancún, Saltillo y Toluca; en CapitalRadio brinda experiencias sonoras a través de 20 emisoras con cuatro formatos de estaciones presentes en 16 entidades del país, CapitalFM, CapitalMáxima, CapitalPirata y RadioCapital transmiten contenidos de manera ágil, amena y con la mezcla adecuada para el entretenimiento de nuestros radioescuchas; CapitalTV cuenta con dos canales de televisión de paga y un canal digital a nivel nacional con los principales operadores de sistemas de TV restringida como **Sky**, **Izzi**, **Totalplay**, **Megacable** y **Cablemás**; **EfeKtoTV** ofrece noticias todo el tiempo, deportes, opinión y entretenimiento en 16 horas de programación de estreno todos los días, rompiendo con ello la fórmula de los canales de televisión restringida tradicionales; **GreenTV** por su parte, es la principal generadora nacional de contenidos comprometidos con el cuidado y la conservación del medio ambiente y la



El equipo de periodistas de CapitalMedia en TV está compuesto por Martha Reyes, Vladimir Galeana, Aldo Fernández, Bernardo Lartigue, Enrique Ganem y Yuliana Escobedo

sustentabilidad, con nuestros canales de televisión alcanzamos en su combinación casi seis millones de tele hogares en todo el país llevando un balance de contenido de acuerdo a lo que las distintas audiencias nos demandan. **ÍndigoTV** el único diario que no solo se lee, se vive, captando audiencias específicas; conocemos la importancia de la parte digital en la actualidad por lo tanto con nuestros 41 sitios web, redes sociales y 4 canales de video, CapitalDigital se coloca a la vanguardia en medios de comunicación en México.



TRACE SPORT STARS DISPONIBLE EN:



Disponible en más de 100 países, TRACE Sport Stars es el primer canal de entretenimiento dedicado a las celebridades del deporte. Gracias a un exclusivo acceso detrás de las escenas, descubre a tus campeones como nunca antes.

WWW.TRACE.TV

EKT



Puedes ofrecer
Decodificadores...

IPTV **Cable**
Satélite **OTT**
Terrestre **Híbrido**

En EKT te decimos:

¡SÍ PODEMOS!

Mini Decodificadores "Plug"



Decodificadores Cable Híbrido con WiFi
DVB-C Annex A/B Tuner y OTT

www.EKT-Digital.com

AMC es top ten en TV paga

Vuelve *Fear the Walking Dead*



Gustavo López y Alejandro Kember, de AMC Networks, con Jorge Schwartz y Diego Puente, de TVCable Ecuador

AMC Networks tuvo protagonismo en Tepal, donde fue anfitrión del cóctel de apertura. Tras confirmar que vio una expo 'más movida', con entusiasmo y mayor participación de los principales miembros de la organización representados por sus CEOs, **Gustavo López**, VP de distribución para Latinoamérica, destacó los puntos positivos de este año, sobre todo el nuevo formato de *lunch* que le permitió reunirse más cómodamente con los operadores grandes y pequeños. 'El objetivo es entender sus necesidades y cómo le va al negocio de cada uno', añadió.

El mensaje para los operadores es que AMC está invirtiendo fuertemente en contenido, lo que se refleja en los resultados con crecimiento de audiencia en los seis canales y en el fuerte posicionamiento de sus marcas. AMC ya se ubica entre los canales "top of mind" para los operadores, avanzando en el objetivo inicial; hacer que la marca que ya era conocida en Estados Unidos, siguiera el mismo camino en Latinoamérica.

Para agosto, se vienen los nuevos episodios de la segunda temporada de *Fear the Walking Dead*, cuyos primeros siete capítulos ubicaron al canal entre los primeros diez más vistos de TV paga. En octubre, se estrena la segunda temporada de *Humans* y acaba de anunciar la producción de *The Terror*, una serie de ficción histórica que transcurre en 1800 en el ártico, que se verá el año que viene.

La señal **El Gourmet**, con los cambios que se han hecho, también está teniendo muy buena repercusión. Expresó López que cuando se juega con una marca que es muy querida, el público tiende a preocuparse y que es positivo que las novedades 'hayan caído bien'. Ahora es un canal pan latino y, aunque el porcentaje de contenido argentino ha bajado, no siguió el mismo camino el nivel de audiencia, que creció. Agregó que fue un año de 'gran auge' para los contenidos de cocina y el grupo está estudiando cómo aprovechar toda esa librería de contenidos.

Sundance Channel sigue cumpliendo su objetivo de ofrecer contenido que no se ve en ninguna otra parte, y lo principal del festival de cine. Ahora está con la promoción del ciclo *10 días de Sundance*, que emitirá durante ese tiempo diez películas del festival estadounidense.



LO QUE
QUIERES VER...



¡COMO LO QUIERES VER!

f VEPLUSTV @VEPLUSTV VEPLUSTV
WWW.CISNEROSMEDIAPAYTV.COM

La Revista de
ZUJEYKA

Ángel
REBELDE

R

Cartas
de Corazón

Carlos Cabrera ccabrera@cisneros.com P +1 (305) 4423450

WOBI: Señal aspiracional para los segmentos más bajos

David Peredo fue promovido a director de afiliados

WOBI promovió a **David Peredo** al cargo de director de afiliados para Latinoamérica, desde donde trabajará para las señales de negocios WOBI y WOBI HD, que se lanzó hace más de un año.

De cara a Convergencia Show, Peredo dijo: 'La distribución en México nos da una penetración del 80% entre operadores grandes, medianos y pequeños. En los grandes ya estamos en paquetes intermedios y en **Izzi** en un paquete alto pero evaluando pasar al siguiente nivel a partir del nuevo lanzamiento de **Izzi TV**'.

En cuanto a los sistemas más pequeños, señaló que hay más de 85 operadores, algunos socios de ATIM, que llevan la señal para un sector socioeconómico bajo con una fuerza de 300.000 suscriptores. Agregó que, para los de sectores más bajos, 'el canal es

aspiracional' y que se sienten identificados y ven cómo otros han empezado a posicionar una pequeña empresa para luego alcanzar la libertad financiera. 'Estamos coproduciendo en México, Colombia y Argentina con micro emprendedores para llegar a un perfil más masivo', completó Peredo.

También se refirió a los otros países: 'En Colombia, la distribución aumenta cada vez más y va bajando también en los paquetes en donde estamos. Allí fuimos impulsados por el World Business Forum. Tenemos una gran distribución con **Une**, también lanzamos este año en **Movistar** y apuntamos a los sistemas pequeños'.

Dentro de los objetivos para el futuro cercano, está impulsar el Cono Sur y por eso va a hacer un viaje la última semana de julio a Buenos Aires y Córdoba para reunirse



Daniel de Simone, de Millicom, y David Peredo, de WOBI

con **Colsecor** para activar el HD. También a Chile para ver a **VTR**, **GTD**, **Pacífico Cable** y la asociación **TV Cables** de Chile, y Uruguay con **Nuevo Siglo** y **Montecable**, siempre 'para tener una mejor penetración y una distribución más básica', completó.

TVAgro
Te acerca al campo
www.tvagro.tv

Piedad Martínez P.
Phone: +57 (4) 448 25 00
Ext. 8175-8177
Móvil: 057 314 862 08 14
Correo: pmartinez@globalmedia1.tv
www.globalmedia1.tv

Global Media Telecomunicaciones

GOLTV HD

100% FÚTBOL

GOLTV PLAY

facebook.com/GolTVLatAm
www.goltvlat.com
twitter.com/goltvlatam

TNT Latin America se adapta a los nuevos hábitos de consumo

Mariano César, VP & Channel Manager de TNT Latin America, conversó con Prensario sobre la evolución del canal en la región y los cambios de estrategias de un grupo que busca adaptarse a los nuevos hábitos de consumo.

'En el caso de TNT trabajamos sobre tres ejes. Uno de ellos es la producción original y relevante localmente, otro es crecer en plataformas digitales, y el tercero, la apuesta por los eventos en vivo. No solo creemos que TNT se

va a diferenciar de la competencia de la mano de contenido en vivo y eventos que son únicos e irrepetibles, sino también de la industria de la TV Paga en general', explicó el ejecutivo, quien además aseguró que en muchos casos, los tres ejes puede interrelacionarse. 'Hay eventos digitales que a su vez son relevantes localmente y que tienen una pata digital muy fuerte como puede ser el caso de *Viña del Mar*', ejemplificó.

Siguiendo esta línea, la compañía apostó en



Mariano César

2015 por incluir en su grilla la segunda emisión de los *Premios Platinos*, que galardona lo más relevante del cine iberoamericano nuevo, y planea expandir *Miss Universo* a las franquicias locales.

En contenido

En ficciones trabaja sobre dos frentes para alcanzar la relevancia local. Por un lado, desarrollar nuevos proyectos como *Signos* en Argentina (**Pol-Ka**), por el otro a través de la adquisición de contenidos que ya están instalados en el público o con figuras de "peso", como es el caso de *Hasta que te conocí*, la serie mexicana producida por **Disney** y **Somos Production** centrada en la vida del cantante **Juan Gabriel** y sobre la cual César remarcó: 'Confiamos en el potencial internacional del artista, y el éxito que hemos tenido fuera de México, en países como Chile, Colombia y Venezuela, avala esto'.

Sobre **TNT Go**, el servicio OTT de la compañía, resumió: 'Desde que se lanzó el servicio fuimos mejorando en muchos aspectos. Ya sea desde el punto de vista de los contenidos, con más horas y live streaming tanto de **TNT** como de **TNT Series**, como en su integración con los cableoperadores en la región'.

Y completó: 'Si bien TNT Go es cada vez más reconocido, la gente lo conoce a través de hitos, no es un crecimiento continuo. Hay que producir noticias y contenido relevante para que la plataforma crezca; mientras la vamos adaptando desde el punto de vista técnico y de experiencia de usuarios'.



Hasta que te conocí, serie producida por Disney y Somos Production

JUEGOS OLÍMPICOS RÍO 2016 VIVILOS EN TyC SPORTS



En vivo del 5 al 21 de agosto

Visítanos en el stand n°24 de Tepal y en el n° 210 de Convergencia Show

TyC Sports play | TyC Sports.com



Evento exclusivo para la República Argentina

CANAL OFICIAL



Soluciones para Mejorar la Experiencia del Usuario.

SMK se enorgullece de presentar una amplia gama de controles remotos innovadores, rentables y totalmente personalizables, que emplean la última tecnología de Radio Frecuencia (RF) orientados al mercado latinoamericano.

Para mayores informes, contacte a:

Bogotá, Colombia	Jorge A. Contreras M.	jcontreras@smkusa.com	+57 (1) 663 45 22
México City, México	Carlos Reguera	creguera@smkusa.com	+52 (55) 9171-1830
São Paulo, Brasil	Mario Sergio Stehling Melo	mmelo@smkusa.com	+55 (11) 2246-2832

www.smkusa.com

SMK 90th CREATIVE CONNECTIVITY

SES lanza el Programa Antena para operadores

Javier Hernández, responsable de marketing de SES, con sede en Ciudad de México, destacó a Prensario algunos de los planes que está instrumentando el grupo dentro de su estrategia de consolidación regional y expansión comercial para Latinoamérica. Todo para implementarse en los próximos dos años, lo que dará mayor visibilidad a SES en todos los eventos de la región, no sólo en los más grandes como NAB, sino a niveles más locales.

La iniciativa más innovadora es el Programa Antena, algo inédito para un proveedor de servicios satelitales que apunta a que todos los operadores de TV paga puedan acceder fácilmente a una antena para bajar los contenidos de sus satélites y engrosar de esta forma su base de usuarios dentro de la industria de las telecomunicaciones. No es necesario cubrir un mínimo de suscriptores y la postura es totalmente integradora para los operadores.

Esto es en la órbita de dos satélites de SES y dos comunidades que desarrolla en forma paralela y creciente. Por un lado, busca fortalecer la comunidad de video y atraer el mayor número de canales posible en el AMC 9, en 83 grados oeste. La comunidad ahí es muy interesante por ser específica para México y el mercado de habla hispana de Estados Unidos, un sector al que muchos broadcasters apuntan.



La comunidad existe hace poco más de dos años, y ahora se ha fortalecido con la incorporación de los canales abiertos de Televisa: el 2, 5 y 9 ya están en el satélite.

Al mismo tiempo, el Programa Antena también está dirigido a los usuarios del satélite 806 que es totalmente regional e incluye a Centro y Sudamérica, con la ventaja de estar en el 47.5 grados oeste. En ambos satélites el contenido está disponible tanto en Banda C como Banda Ku.

Es así que para el mensaje de reforzar la presencia en México y Centroamérica, se verá reflejado en el stand que la empresa tendrá en Convergencia Show de México, donde además de Hernández, estarán Vicente Medina, director de ventas abocado directamente al mercado mexicano, y Carlos Gutiérrez, gerente de ventas para Centroamérica y el Caribe, ambos con gran experiencia en soluciones específicas para los clientes. Gutiérrez viene de estar en Tepal de Panamá.

Galaxtech

FTTH y OTT

Elizabeth Larios de Galaxtech Corp., que estará presente en Ciudad de México para Convergencia Show, dijo a Prensario que la marca 'se está especializando en el suministro de equipos de cabeceras digitales', con marcas de renombre como Wisi y Teleste, al tiempo que ha implementado la línea para GEPON, GPON, FTTH con la gama completa de productos, con soporte técnico a medida de los clientes y con la última tecnología disponible.

También destaca que pueden proveer los servicios de OTT, que es una gran necesidad actual. Pero a los que no quieran invertir en ese servicio, les pueden ofrecer la alternativa de implementar en las cabeceras el servicio de catchup TV, que ya es un avance interesante a los nuevos consumos del público.



CADENA DE NOTICIAS GLOBALES

RT EN ESPAÑOL



SU ALTERNATIVA EN EL MUNDO DE LA INFORMACIÓN

SEPA MÁS

STAND#216
CONVERGENCIA SHOW MX 2016

ACTUALIDAD.RT.COM

Distribución: Maya Yerkova
tel: +7 916 204 2204
e-mail: mbkorshunova@rttv.ru

AHORA EN .iZZI!

- PROGRAMAS DE ANÁLISIS, CIENCIA, ENTRETENIMIENTO, DOCUMENTALES Y DOCUDRAMAS.
- CONTENIDO ORIGINAL EN ESPAÑOL.
- SEÑAL LIBRE Y GRATUITA.
- 24 HORAS AL DÍA Y 7 DÍAS A LA SEMANA.

PREMIOS DE RT EN ESPAÑOL

Club de Periodistas de México, A.C.



2016 2015 2014

GRAPAS PARA CABLE COAXIAL



ALFA PLÁSTICOS

- Fabricadas con materiales 100% puros
- Polietileno y acero de 1ª Calidad
- Resistentes a los rayos ultravioleta
- Gran tolerancia al impacto y a la flexión
- Alta tolerancia ante los cambios de temperatura



LA DISTRIBUIDORA N°1 DE INSUMOS PARA TELEVISIÓN POR CABLE EN MÉXICO Y LATINOAMÉRICA



CABLE PROVEEDORA, S.A.
"EL PRECIO SE OLVIDA CUANDO LA CALIDAD PERDURA"

Nuevo Domicilio:

Calle Mixcoac # 17 Col. Merced Gómez Delegación Álvaro Obregón
C.P. 01600 Ciudad de México - Tel: (5255) 56 62 06 62 con 30 líneas
www.cableproveedora.com.mx - ventas@cableproveedora.com.mx

A+E Networks: History vuelve a sus raíces

Gran aceptación de Lifetime en México

En el marco del lanzamiento de la nueva edición de *Una idea para cambiar la historia*, la iniciativa de RSE de **History** que tuvo lugar el mes pasado en Buenos Aires, **Miguel Brailovsky**, SVP y General Manager, History/H2/A&E para Latinoamérica, habló del desempeño de las señales de **A+E Networks** en la región.

‘Los cuatro canales están en diferentes momentos, y hay un gran entusiasmo con el progreso de todos. History ya está consolidado en su posición desde hace cuatro años, buscando hoy llegar a nuevas áreas, no sólo con realidades históricas en el género de entretenimiento, sino que apunta a volver a sus raíces, a la historia de forma más directa’, expresó.

El canal de historia ‘siempre ha sido flexible’, aclaró, pero en un contexto de tantas ofertas de entretenimiento, el objetivo es enfocarse en la marca más desde la temática histórica. ‘Hoy apostamos fuertemente a que History se adueñe de la ficción histórica, con programas como *Last Kingdom*, que ya confirmó su segunda temporada para 2017. O la remake de *Raíces (Roots)*, una serie que conmovió al mundo y que hoy se reinterpreta desde un contexto más actual, con

estreno programado para octubre de este año’, comentó. En agosto se estrena el docudrama *La Rebelión de los Bárbaros*, que cuenta la caída del Imperio Romano desde la mirada de los Bárbaros.

Sobre **A&E**, explicó: ‘Fue la gran apuesta del 2015, cuando redefinimos los géneros del canal. Antes no se podía catalogar en ningún género. Hoy eso es una ventaja, nunca fue *factual entertainment*, tampoco *series* y *películas*. No encajaba completamente en ninguna etiqueta, sino que se definía por otros parámetros. Es el canal que más ha crecido, sobre todo en México, pero se ve en toda la región. Propone una mirada disruptiva, transgresora de los temas. Se escapa de los estándares tradicionales, como el ciclo *Mi Vida con Síndrome de Dawn*, un programa que incomoda’.

‘**Lifetime** y **H2** son nuevos, están todavía en su proceso de distribución. La respuesta del público es importante. Lifetime ha tenido muy buena repercusión en México con la audiencia femenina. Este año el canal tiene una agresiva estrategia de estrenos de contenido original, anclada en *Lifetime Movies*, con películas hechas para televisión y dirigidas al target específico y un



Miguel Brailovsky en la presentación de *Una idea 2016*

estreno por semana; series como *Dance Moms* o *Little Women*; y series de ficción como *Unreal*, que tiene confirmada su segunda temporada para este año, *Jane The Virgin* o *Debius Maids*. Agregó que H2 tiene gran distribución en Perú, con una penetración de 60 o 70%, y en México de 35%.

En la parte digital, History tiene millones de visitas en su sitio web, así como a su contenido online y on demand en sus plataformas play, y está creciendo. Ya se están generando iniciativas digitales por fuera de la pantalla de televisión, hay diferentes puntos de contacto con la gente. ‘Hace dos años, History cruzó la barrera del público que accedía a la web más que la televisión’, concluyó Brailovsky.



Contenido original y una variada programación para la familia a través de 7 satélites para todo el mundo las 24 horas del día.

Claxson: 1000 nuevos contenidos en HotGo

Claxson estará en Convergencia Show presentando sus novedades para el mercado mexicano, destacando la incorporación de 1000 contenidos de las cinco marcas del grupo a su plataforma OTT, **HotGo**. **Esteban Borras**, director de ventas para el Cono Norte de **Claxson**, comentó: ‘En México, HotGo ya se encuentra en los principales operadores y estamos terminando la integración en **Totalplay** dentro de su set top box’.



‘Los principales operadores se encuentran en un relanzamiento de la tecnología de sus cajas y plataformas, lo que nos lleva a adaptar el envío y formato de nuestros contenidos VOD y reintegrar Hot Go a las nuevas plataformas OTT’, completó.

Además, se refirió al desempeño del grupo. ‘Estamos muy contentos con la performance de nuestros productos en todas sus modalidades de contratación; el *HotPack* es maduro, completo (ofrece acceso a HotGo sin costo

adicional), de calidad y el público sabe que en oferta de entretenimiento adulto para televisión, nuestro paquete es la mejor opción’.

Y completó: ‘El aumento en penetración, así como también el consumo dentro de nuestra plataforma HotGo nos demuestran que estamos ofreciendo un excelente producto. Es la mejor opción para quien busca entretenimiento para adultos. Es seguro porque incluye un pin de control parental y ofrece una sencilla navegación por marca o por categoría, es fácil acceder a los contenidos y encontrar de manera rápida lo que se busca y cuenta con la librería con más alta calidad del mercado’.

Sobre la posibilidad de lanzar nuevas señales, Esteban Borras dijo: ‘En una industria tan dinámica que siempre hay que estar atentos a nuevas opciones. Nuestra posición de liderazgo permanente tiene que ver con nunca quedarnos quietos. Novedad e innovación son parte de



Esteban Borras

nuestra filosofía de compañía’.

‘Estamos trabajando fuertemente junto a los operadores en diferentes planes de comunicación y promoción con el objetivo de aumentar la penetración de nuestro *HotPack*. Asimismo cerramos varios acuerdos con clientes pequeños que están comenzando a digitalizar donde nuestro producto juega un papel muy importante para aumentar su ARPU, esperamos durante Convergencia entrar en contacto con nuevos operadores de la región que se encuentran en la misma situación’, resumió.



El canal para la felicidad de la familia

Más información
areasatelital@bethel.tv

She TV: Educación sexual con alta calidad de producción

Está en Totalplay y sigue creciendo en México

SheTV surgió como una señal diferente en la programación de los sistemas de TV paga. Producida inicialmente para el mercado estadounidense con los mayores estándares de calidad, ha llegado a México hace tres años y ya está en 16 plazas, siendo Totalplay su principal operador.

Enfocado en la sexualidad humana desde una perspectiva diferente a la de un canal erótico o de sexo, SheTV busca marcar tendencia entre los mayores operadores, así como entre los más pequeños del interior del país, que ya han empezado a adquirirlo.

Siguiendo el objetivo de crecer en el país, su presidente Rubén Gómez, estuvo en Expo Cine, Video y Televisión, donde describió el canal y su misión, además de confirmar su presencia ahora a Convergencia Show, en el WTC de Ciudad de México.

El ejecutivo explicó que el canal tiene una función social, pero a partir de una producción de alta calidad y con un gran nivel de entretenimiento, montajes e imágenes de vanguardia, que no se desvía de su foco educativo. Aclaró que no hay desnudos completos en la programación y que se incluyen ciclos para niños de 6 a 8 años, mientras que a partir de las 22, los contenidos 'se hacen un poco más picantes' en los talk shows.

Gómez comentó que, a partir de su ingreso en Totalplay, se genera una 'oportunidad histórica' no sólo para el canal, sino también para los sistemas de cable de sumar un canal único que permita trabajar con los adolescentes y las audiencias que no reciben educación sexual. Destacó el dato que indica que de cada dos adolescentes que se inician en la sexualidad antes de los 15 años, una queda embarazada. Además, SheTV desarrolla proyectos junto a Canal Once en este sentido,



Rubén Gómez, presidente, y Alfredo Valls, vicepresidente de SheTV

y tiene patrocinios de marcas de laboratorios y del sector público federal.

'El canal tiene una audiencia clara', concluyó Rubén Gómez, y agregó que el público necesita esta programación y a la vez se entretiene. No se trata de una señal puramente femenina, sino que un 40% está dedicada al público masculino. El ejecutivo adelantó que espera ganar un lugar en los servicios básicos 'cuando los sistemas vena la oportunidad de cumplir una función social en sus comunidades mientras se entretiene'.

Alterna / Thema

Ya como parte del grupo Thema –que pertenece a Canal Plus– y con el liderazgo de Patrick Rivett, Alterna espera seguir creciendo con sus señales en la región y hacer nuevas sinergias. En ese marco, estará en Convergencia Show de México, Andina Link y Jornadas Internacionales de Argentina, 'con buenos stands', destacó Leonardo Pinto.



Leonardo Pinto

Pasiones

La señal Pasiones, de Hemisphere Media Group, acaba de entrar en el sistema DTH de Claro, con lo que sumó presencia en Paraguay, Chile y más llegada en Perú.

Fernanda Merodio, senior director de distribución, destacó el crecimiento de este canal en toda la región, y destacó que en México, ya está en la grilla de Axtel y sigue mejorando su presencia a partir de Megacable.



Fernanda Merodio

PLATAFORMAS OTT

Desarrollo propio, con VOD y canales ya negociados y con marca blanca. Paga por usuarios.

Venta para cableoperadores de los siguientes canales:

TUINGLES.TV CCTV-E DANCETRIPPING DUCK MEZZO CINCOMAS NAUTICAL HOT 8 CANALES ADULTOS LOW COST 6 COLORES-OUT.TV HAVOC	GINXS NAM CINEMOI BASKETBALL COSMOPOLITAN HISPAN TV AZTECA INTERCONOMIA DISCOVERY REAL MADRID
---	--

MÁS DE 30 AUTORIZACIONES GRATUÍTAS PARA CANALES LATINOS

www.britel.com - info@britel.com - Tel. 57 (1) 3839388

LOS MEJORES CONTENIDOS PARA ADULTOS, EN UN SOLO CLICK



HOTGO

hotgo.tv

PLAYBOYTV VENUS PENTHOUSE SEXTREME BRAZZERS

Las marcas más reconocidas a nivel mundial, en una exclusiva plataforma multidispositivo, con los mejores contenidos de entretenimiento para adultos.

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

Cable Provedora adapta su estructura para los pequeños operadores

Destaca sus grapas de primera calidad

Con una estructura adaptada para atender también a los clientes más pequeños, 'ya que los más grandes van directamente a las fábricas', **Cable Provedora** sigue avanzando en la producción de grapas, que se mantienen como las mejores del mercado. Sus productos son de polietileno y clavos 'de primera calidad, sin materiales reciclados y de origen 100% mexicano', según definió **Antonio Letayf**, presidente de Cable Provedora desde hace 34 años, que recibió a PRENSARIO en las oficinas de la calle Mixcoac, Ciudad de México.

El ejecutivo, que es un referente con 45 años de experiencia en la industria de TV paga, comentó que los productos de la competencia es 'son de material plástico de segunda línea, que a los seis o siete meses se rompe y los clavos se salen de las bolsas, con precios irrisorios'. Agregó que no necesita competir en precios porque 'los clientes terminan volviendo'.

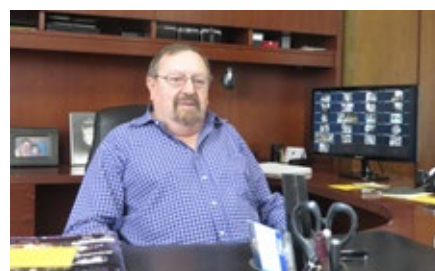
Entre los principales compradores de sus



grapras, se destacan **Sky, Dish y Megacable**, además de casi todos los pequeños operadores, que en México son más de 300. 'Creo que los pequeños tienen una buena oportunidad de ofrecer los mismos productos que los grandes, ya que éstos han comprado sistemas poco rentables y no cuentan con capacidad ni recursos humanos para ofrecer doble vía ni los nuevos servicios, con lo que terminan perjudicando su propia marca y siendo acusados de monopolísticos. En cambio, los más chicos pueden crecer de a poco y aliarse entre sí', comentó Letayf.

Además, Cable Provedora sigue trabajando con las marcas importantes de México, con stock de **PPC, PCT, Standard Communications, PLP, Viakon, ATX, Holland, Pico Digital, Comscope, Band-it y Ripley**, entre otros. Si bien no lo hace con el mismo volumen de antes, sigue siendo un referente importante para más de 200 sistemas con el riesgo bien repartido.

La empresa expondrá en Convergencia



Antonio Letayf

Show. 'Nos habíamos quedado sin lugares de reunión y es importante hacer presencia', dijo el ejecutivo y agregó que la Expo ATIM 'funcionó el año pasado'. Ahora vuelve con un buen stand y mayores expectativas sobre la exportación de sus grapas a otros países como Centroamérica. También llevará los identificadores para el manejo de suscriptores, que consisten en bandas para las acometidas con número de contrato y permiten estar al día con informaciones de pago, entre otros datos. Además, sigue trabajando con las marcas estadounidense que ya están presentes en México.

Teleplan: Nuevo centro de servicio para TV paga

Para los grandes y pequeños operadores

Teleplan designó a **Victor Avilés**, ejecutivo reconocido en la industria de reparación de equipos para la TV paga, como director de ventas para Latinoamérica y el Caribe. La marca busca ser la nueva alternativa para la restauración de STBs, cablemódems y electrónica de consumo en general, con cómputo y telefonía móvil.

Mientras otras empresas del rubro han perdido mercado, Teleplan busca tener un lugar relevante a la par de lo que es en otros continentes. Basada en Ámsterdam y con una operación global, no brindaba hasta hace poco servicio en Latinoamérica. Ahora cuenta con las representaciones de Pace y Arris, con reparación y garantía. Ya tiene una estructura armada para las Américas, con una planta en Reinos que atenderá a México y los demás países, otra en Dallas para reparación.

ción en el mercado de móviles y cómputo con el *refurbished* de los equipos de Amazon, y en Mexicali, con especialidad de *clean & screen*.

Ya trabaja con **Megacable** como centro de servicio autorizado para **Cisco**, con todos los que tienen equipos **Arris** y ahora está en negociaciones con **Izzi TV** y **Sky México**. Por su parte, espera la homologación de **Technicolor**, que compró la división residencial de Cisco. Pronto empezará a trabajar también en Sudamérica, a partir de su operación en Brasil, donde da servicio a **Net** y **Claro**. Además, trabaja con **Claro Colombia** por sus equipos de **Arris**.

'Posicionar a la empresa en la región', remarcó Avilés, es uno de los objetivos principales y, si bien buscará hacer una diferencia con los grandes operadores, atenderá a los



Victor Avilés

pequeños también. Tiene capacidad para recibir partidas de hasta 300 unidades, así que no hay volúmenes mínimos para trabajar con los operadores.

Por eso, el ejecutivo asistirá a Convergencia Show en julio, Andina Link Centroamérica, SCTE y tal vez a los seminarios de NexTV.



LA EMPRESA MAS GRANDE DE ENTRETENIMIENTO PARA ADULTOS EN EL MUNDO... NO HACEN FALTA MAS PALABRAS. CANALES POR SUBSCRIPCIÓN, VOD, PPV, OTT // FORMATOS SD, HD Y EN TODOS LOS GÉNEROS POSIBLES
INFORMACIÓN ADICIONAL WWW.HUSTLERLATAM.COM // ABEHRENS@LFP.COM

HUSTLER TV

XTSY

HUSTLER HD

JUICY

QUICKIES

manhandle

GIRLFRIENDS FILMS

HIS

Tepal 26: Su mejor versión con MSOs y programadores líderes



Mientras el mercado de ferias y convenciones sigue teniendo momentos de indefinición de cara al futuro o con menor participación de los programadores líderes, **Tepal 26** se mostró firme y ratificó su carácter de congreso estratégico de la mayor relevancia en la industria de Latinoamérica.

Esta edición tuvo lugar en el imponente hotel Riu de Panamá, con la comodidad de no moverse de allí para una entusiasta concurrencia de casi 400 personas, pero donde se sabe que la clave está en la calidad de los asistentes. El CEO de **Millicom** y presidente de Tepal, **Mauricio Ramos**, destacó que en el almuerzo del segundo día que fue 'la mejor Expo Tepal de los últimos años'.

Esto tuvo sentido, en parte, porque sus miembros, MSOs referentes de la región, participaron activamente y celebraron su asamblea, de la que formaron parte **Nicolás González Revilla**, de **Cable Onda** (Panamá), **Enrique Yamuni**, de **Megacable** (México), **Carlos Moltini**, de **Cablevisión** (Argentina), **Jorge Carey**, de **VTR** (Chile), **Jorge Schwartz**, de **TVCable** (Ecuador), **Jorge Garro**, de **Cabletica** (Costa Rica), que se lució con su equipo completo, **Luciano Marino** junto a Ramos, de **Millicom** –también asistió **Daniel de Simone**– y **Rosario Veras**, de **Tricom** (República Dominicana).

Paneles premium

La mayor parte de los operadores fueron protagonistas de los paneles, dándole otro sentido a lo que se ve en las demás ferias del trade. Un punto alto de Tepal pasó por tener ponencias magistrales como las de **SNL Kagan** para la evolución del mercado o los bancos **Citi** y el **JP Morgan** para la parte financiera, y a **Jorge Salinger**, de **Comcast**, que ratificó que todo pasa por las redes.

Pero lo mejor y más fuerte estuvo en los

paneles, con el OTT y la TV Everywhere el primer día y, sobre todo, con el panel de CEOs y el de programadores, con todos *majors* como se destaca aparte. Tepal es el que mejor espacio les da a las señales para interactuar, y donde se sienten más cómodos por tener a sus clientes más grandes entre el público.

Exposición comercial

En la exposición comercial también se innovó con unos stands tipo livings para las reuniones dentro del recinto que fueron muy cómodos y no sacaron a la gente a las suites. La expo tuvo un muy buen movimiento con operadores importantes dando vueltas, especialmente el primer día, y mantuvo el movimiento hasta el segundo por la tarde con un nuevo cóctel de clausura que no había años anteriores.

Entre los otros grandes operadores presentes, se destacaron **Cable & Wireless** de **Liberty Global** con un equipo grande, **Univisa** y **Marlon Granda** de Ecuador, **Aster** de Dominicana y el **ICE** de Costa Rica.

Vale destacar también a las asociaciones independientes, como la de **Roy Salazar** de Costa Rica, **Asotel** de Venezuela junto a **Multitel** y de



La asamblea de Tepal se reunió en Panamá

APTC de Perú con **Demóstenes Terrones**, que dijo que vino a 'consolidar su sociedad' en Tepal y puntualmente a renovar su contrato con HBO.

Finalmente, la fecha de Expo Tepal 27 se sabrá seguramente para Jornadas Internacionales en Argentina (14-16 de septiembre), pero quedan abiertas las mejores expectativas más allá de lo que pase en otros mercados.



Los grandes socios de Tepal, presentes



Diego Puente, Leandro Rzezak de Intraway y Jorge Schwartz de TV Cable Ecuador



Enrique Yamuni, de Megacable, y Eduardo Stigol, de Inter



Demóstenes Terrones e Ysrael Acuña, de APTC, con Humberto García, de Tepal



Luciano Marino de Millicom y Carlos Moltini de Cablevisión Argentina



Manuel Acosta, Roy Salazar de FATM, Jorge Garro y Mario González de Cabletica

MEDIASET ITALIA

THE ITALIAN TV CHANNEL ABROAD



The best choice for Italian Entertainment

www.mediasetdistribution.com

Panel de CEOs: *Back to the future* en OTT

El momento central de TEPAL 26 volvió a ser el Panel de CEOs con las figuras estelares de **Mauricio Ramos**, de **Millicom**, **Carlos Moltini** de **Cablevisión** (Argentina) y **Enrique Yamuni** de **Megacable** (México), con moderación de **Nicolás González Revilla**, de **Cable Onda** (Panamá).

Mauricio Ramos siempre trae conceptos muy ingeniosos y el punto de vista diferente de ser un operador predominantemente móvil (75% de su oferta), y con la estrategia de avanzar en la convergencia fijo – móvil, algo que Millicom quiere concretarlo 'lo antes posible'. Ramos dijo que 'es un problema ofrecer la banda ancha fija a libre demanda', mientras la móvil se ofrece con 'taxímetro' y que por eso los usuarios siempre tratan de cambiarse de la segunda a la primera.

Ramos aclaró que el negocio del futuro (los datos móviles) sigue creciendo a un 15% anual, mientras baja el negocio del pasado (la voz). Remarcó que 'el negocio está en las redes' y que por eso refuerza su red móvil con fija para hacerla más eficiente y con una ventaja competitiva importante en un mundo donde 'los datos se consumen cada vez más en móvil'.

Para los programadores, dijo que este momen-

to junto a los OTT es para 'trabajar en colaboración con los operadores más que nunca' y agregó: 'Yo no sé si en este mundo de OTT no vamos a vivir un *Back to the Future*. La TV por cable empezó así, primero con un canal, luego 2 o 3 y después los paquetes. Pero redes sigue habiendo una o dos por país, y trabajamos en una caja que integre todo. Por ese me pregunto si no vamos a terminar con un empaquetamiento de los OTTs', completó.

OTT y la liberación de las telcos en Argentina

Carlos Moltini confirmó el lanzamiento del OTT de Cablevisión para octubre. Dijo sobre la oferta a demanda: 'A **Netflix** o **YouTube** los veo formando parte de su oferta integral. No podemos resignar una parte del contenido, como no lo hacemos tampoco con las señales culturales lineales que hoy tenemos y que son parte de nuestra oferta aunque no tengan mucho rating'.

Y habló de la banda ancha: 'Creemos que se va a más al modelo americano. Nuestra red de



Nicolás González Revilla, Mauricio Ramos, Carlos Moltini y Enrique Yamuni participaron en el panel de CEOs de Tepal

750 pasa a ser de 1 Giga y la velocidad mínima pasará a 6 Mbps, en un servicio cada vez con más video consumiendo más datos'.

Dijo que el año que viene, llegará la liberación a las telefónicas en Argentina, lo que arrastra un desarrollo de redes de las telcos, que irán a fibra al hogar. 'Eso lo seguiremos nosotros solucionando los manchones de nuestra distribución'.

Agregó para los programadores: 'No queremos ser **Kodak**, y a los programadores les decimos que ayuden a esta evolución. Si bien lo hacen, creo que la pendiente tendría que ser más suave pues se defienden todavía modelos viejos'.

Cable Servicios S.A.

Te trae al líder global en innovación, diseño, fabricación de productos de conectividad pasiva de fibra óptica y soluciones en conectividad.

FibreFab

ventas@cableservicios.com
www.cableservicios.com

¡ Productos en oferta especial!

Patch Cords Simplex SC/APC-SC/APC
1,3,5,8,10,15 mts

Patch Cords Duplex SC/APC-SC/APC
1,3,5,8 mts

Caja de empalme 48 fibras, tipo domo

Caja estanca (inline 02) de 48 empalmes de fibra.

Panel de conexiones extraíble
* 1U 24 puertos con 24 adaptadores SCA monomodo simple
* 2U 96 puertos con 48 adaptadores SC/APC monomodo simple monomodo
* 2U 96 puertos con 72 adaptadores SC/APC monomodo simple monomodo

Certificación

Todos los productos de FibreFab:

- Son fabricados en instalaciones certificadas en ISO 9001:2008
- Revisan y cumplen con estándares internacionales y regulaciones que incluyen:
 - TERCEROS
 - RUS
 - FASEIA
 - IEC60332

FibreFab continúa invirtiendo en el desarrollo y mejora de los estándares existentes y futuros.



TRAJE UNA SERIE EXCLUSIVA PARA LATINOAMÉRICA

DEL **CREPÚSCULO AL AMANECEER**
From Dusk Till Dawn **LA SERIE**

DEL DIRECTOR ROBERT RODRIGUEZ
BASADA EN EL GUIÓN DE QUENTIN TARANTINO

ESTRENO.
SEPTIEMBRE.



Panel de programadores: Integración, TV Everywhere y OTT

Uno de los puntos fundamentales de Tepal fue el panel de programadores, integrado por **Javier Figueras** de **HBO**, **Sebastián López** de **ESPN/Disney**, **Román Guasch** de **Turner** y **Ezequiel Fonseca** de **Viacom**, moderados por **Jorge Carey** de **VTR**.

Sebastián López remarcó el potencial de 40 millones de usuarios y 300.000 mensuales que entran a **ESPN Play**, con 90 minutos de permanencia promedio.

Javier Figueras habló por primera vez en un foro de la industria de la inclusión de las propuestas de OTT, entre ellas su plataforma de **HBO Go 2.0**. Dijo además, que le encantó haber asistido a Tepal y que el año que viene hablará de otras cosas también.

Román Guasch, de **Turner**, dijo que toma a la TV Everywhere y al VOD como un valor agregado para todos los contratos, pero ya es considerado una necesidad dentro del modelo de negocios de Pay TV. Con sus tres platafor-

mas Go, está en 58 operaciones y 19 países de toda la región.

Puso énfasis en 'cumplir con el concepto de paridad' para todos sus clientes. Los desafíos son mejorar la capacidad de derechos teniendo las temporadas completas, mejorar la experiencia del usuario con más dispositivos y promover el producto con **Watch & Play** en el momento. Un dato del "go" de **Cartoon Network** es que lo más visitado son los contenidos en vivo.

Finalmente, Ezequiel Fonseca remarcó que **Viacom** armó su suite el **Play Plex** hace seis meses en dos pilares, agregar valor y mantener la fidelidad de los clientes. Está para 180 territorios, con un crecimiento mensual de 17% en todas las plataformas y con un promedio de 30 minutos de permanencia,



Jorge Carey de VTR, Javier Figueras de HBO, Román Guasch de Turner, Sebastián López de ESPN/Disney, y Ezequiel Fonseca de Viacom

con una tasa de retención del 14%. Además lanzó **BET** como canal de música africana en más de 100 mercados.

Nicolás González Revilla se refirió al panel considerando que la tendencia al OTT 'es contraria al tono de las negociaciones' por los servicios básicos con los operadores de TV paga, ya que siempre se les pide 'paquetes grandes' en lugar de un producto individual.

'La TV paga integra al OTT', según las marcas de tecnología

Muy destacado en Tepal, incluso por los MSOs socios de la entidad, fue el panel de servicios de **Next Generation** que tuvo a disertantes de empresas líderes en OTT. Todos apuntaron a que, con la tecnología, integrarán los canales OTT y lineales en la plataforma de los operadores de cable, por lo cual se va despejando el temor de que las nuevas plataformas sean sustitutivas al cable.

Alex Fano dijo que **Minerva**, en su solución de Middleware, hizo más de 300 interfaces, que tienen un backoffice diferenciador y que combinan redes para aplicar servicios con más velocidad.

Andrew Ferrone, de **Roku**, comentó que está empezando en México con las plataformas claves de OTT de **Blim** y **Cinépolis**, pero ya tiene más de 10 millones de clientes de OTT en 10 países, 8% de esos en SmartTVs. **Enrique Yamuni**, de **Megacable**, llamó la atención con el dato de que en México se usan las cajas de Roku para piratería.

Randy Osborne, de **Tivo**, aseveró que llega

a 7,1 millones de suscriptores en OTT y VOD con **Tivo** como gran compañía líder, que incluye a esa marca para data reach y experiencia visual. A la conocida marca **Cubiware** para una buena relación costo beneficio de las implementaciones de DVR local en Pay TV y mobile, y **Digital Smiths** para contenidos y analytics. Remarcó que tiene la

mejor clase de integración de OTT para el mercado y herramientas para la experiencia del usuario como el **One Pass** para organizar todo programa favorito disponible, **Sport Pass** para deportes incluso haciendo Sport clips y el **Quick mode** que permite ver los programas en un 30% menos de tiempo.

Finalmente, **José Luis Vázquez**, de **Mirada**, dijo que **Netflix** tuvo un elemento tecnológico disruptivo para el VOD, pues sino 'cualquiera podría hacer lo mismo', que fue el hecho de ser "multidispositivo". Pero que luego, en su



Eduardo Stigol, de Inter, moderó el panel integrado por Alex Fano, de Minerva; José Luis Vázquez de Mirada; Andy Ferrone, de Roku; y Randy Osborne, de TIVO

catálogo perdió 2500 títulos en cinco años. Por eso apuesta a la producción original y está por encima en cantidad de horas de **HBO**, **Time Warner** y **Viacom**. Es así que **Netflix** se ha convertido en un canal al tener contenido propio, y HBO 'en un Netflix', al hacerse multidispositivo, en este concepto nuevo de canal TV Everywhere. La gente dedica 115 horas al año a buscar algo que ver en televisión, por lo que Mirada tiene que tener una agregación de valor para estos 'canales nuevos' para espectadores de triple play.

Qubit tv

La mejor experiencia VOD en todos los dispositivos

Más de 3000 títulos para disfrutar de la manera más sencilla.



WWW.QUBIT.TV

PONTE CÓMODO

+54 011 5032 3018 | prensa@qubit.tv | Buenos Aires, Argentina

RT mostrará RT 360 en Convergencia Show

Señal en español llega a 19 países de la región

Victoria Vorontsova, directora de RT en Español, dijo a Prensario que, desde su lanzamiento en 2009, Latinoamérica 'ha sido la prioridad' y destacó: 'RT en Español está disponible en más de 1000 redes satelitales y de cable en España y América Latina. Y aunque la mayoría de las grandes redes están controladas de un modo u otro por Estados Unidos, la cobertura de RT sigue creciendo en el mercado latino. Ya son 19 los países de la región que cuentan con nuestra señal'.

En casi siete años, RT en Español ha grabado más de 50 entrevistas con líderes de diferentes países. Agregó: 'Hace poco tuvimos a Dilma Rousseff en su primera entrevista en televisión tras el *impeachment*. Cubrimos las protestas en España, los sangrientos acontecimientos en Libia y Siria, hablamos abiertamente sobre la contaminación en el Amazonas por culpa de las corporaciones estadounidenses, sobre la exterminación de los pueblos indígenas en América Latina y sobre muchas cosas más'.

'La información de RT tuvo una gran repercusión en todo México cuando se puso a trabajar intensamente en el tema de los estudiantes desaparecidos, un asunto que fue silenciado por la mayoría de los medios de comunicación convencionales. Nuestro trabajo ha recibido numerosos premios profesionales, como el prestigioso premio del Club de Periodistas de México, que hemos recibido en tres ocasiones de forma consecutiva', completó.

Logros recientes

'La cadena RT amplió su presencia en México al lanzar su emisión en el paquete en izzitv. Ahora RT en Español está disponible en el canal 710 en los principales estados y ciudades de México, incluyendo CDMX, Zapopan, Tijuana, Mérida, Cuernavaca, etc', detalló.

Entre sus logros más recientes, Vorontsova mencionó el lanzamiento de RT en Español en la plataforma satelital TuVes HD. 'Ahora nuestro canal está disponible en la mayoría de operadores por cable de Bolivia, Paraguay y la República Dominicana. En septiembre de 2015, comenzó a emitirse en todos los paque-

Logros recientes

tes Entel TV en Bolivia y, en diciembre amplió su presencia en Cuba cuando se lanzó en el operador estatal **Telecable Internacional**.

'Este año, en Convergencia Show, mostraremos nuestro nuevo proyecto RT 360, que da una perspectiva única a los espectadores. Fuimos el primer canal de televisión en realizar una retransmisión en directo en 360° a través de YouTube de este acontecimiento. Además hemos podido grabar la retransmisión de un partido de fútbol, una carrera de Fórmula 1 desde la cabina del piloto en Sochi, las protestas en París y mucho más', añadió.



Victoria Vorontsova, directora de RT en Español

tes Entel TV en Bolivia y, en diciembre amplió su presencia en Cuba cuando se lanzó en el operador estatal **Telecable Internacional**.

'Este año, en Convergencia Show, mostraremos nuestro nuevo proyecto RT 360, que da una perspectiva única a los espectadores. Fuimos el primer canal de televisión en realizar una retransmisión en directo en 360° a través de YouTube de este acontecimiento. Además hemos podido grabar la retransmisión de un partido de fútbol, una carrera de Fórmula 1 desde la cabina del piloto en Sochi, las protestas en París y mucho más', añadió.



DIGITAL STREAMS

CABECERA DIGITAL/STBS

CMTS- CABLEMODEMS

REDES FTTH/ HFC

Digital

VIDEO SOLUTIONS

WWW.DISTREAMS.COM

sales@distreams.com

(561) 2039731- Florida

(57) 3143028299- Bogotá

SOLUCIONES LLAVE EN MANO

PARA SATÉLITE, CABLE, IPTV Y OTT

SIGNALTVE

Representates de Señales de Televisión por Cable

CUESTIÓN DE TIEMPO



ENTRE TENIMIENTO



CINE Y SERIES



VARIEDADES ESTILO DE VIDA NOTICIAS



MÚSICA VIAJES CAMPO



YOGA BIENESTAR AVENTURA



www.signaltve.com

Av. 15 No. 104 - 30 Of. 506 Bogotá, Colombia • PBX COL: (571) 6113907 Ext. 108
Cel: (57) 3124488536 • PBX VEN: (58) 212 770 8390

SignalTV

Euronews: Nuevos acuerdos en Argentina, Brasil y México



Con los nuevos acuerdos de distribución en Argentina, Brasil y México, Euronews logró llegar a 32,2 millones de hogares en Latinoamérica. En México, confirmó su presencia

a través de Cablecom y Telecable, sumando 300.000 abonados.

En ese país, la señal ya estaba disponible en Cablemás, Cablevisión, Canal 44, Dish y TVI, logrando ahora alcanzar el millón de hogares.

En Brasil, la señal se lanzará en la oferta de distribución de TV Alphaville y TV a Cabo, en portugués, español e inglés. En Argentina, se acaba de incorporar a Gigared en español, sumándose a Cablevisión y Supercanal, que ya la tenían en su programación. Así, suma 60.000 abonados y 12.000 en la oferta digital.

Río 2016

Otra de sus novedades es el acuerdo con Claro TV para la transmisión de los Juegos Olímpicos desde la Villa Olímpica, en siete idiomas. Céline

Rodrigues, gerente de distribución regional de Euronews en Latinoamérica y África, dijo: 'Nos complace llegar a través de los nuevos operadores con nuestra programación 24/7, y sobre todo a partir del acuerdo para transmitir los Juegos en agosto'.



Céline Rodrigues

Gol TV crece en México

De Megacable y PCTV a los demás sistemas



A partir de la gestión del nuevo management, que asumió dos años atrás, Gol TV tomó un gran impulso en Latinoamérica, logrando llegar a más de 14 millones de abonados con sus señales de fútbol.

Fue clave su ingreso en Megacable y PCTV de México, según destacó Claudio Baglietto, gerente de ventas afiliadas, y agregó que hoy busca 'ampliar esa distribución'. Las negociaciones incluyen a los independientes de ATIM, para lo que será importante Convergencia Show.

Destacó los nuevos contenidos del canal, en su mayoría enfocados en el fútbol sudamericano, que es atractivo en México, así como el venezolano y el ecuatoriano, que no están disponibles en ninguna otra señal. Y agregó que la intención es 'seguir incorporando todo contenido de fútbol' que sea posible, a la par de sumar tecnología con el HD y el OTT, que está disponible para los operadores. Eso sería muy interesante para Sky o Izzi TV que se relanzó en México. Estas gestiones se están haciendo en forma conjunta con MBA Networks.

En el resto de Latinoamérica, acaba de cerrar un acuerdo con TVCable y la CNT de Ecuador, y Cable & Wireless de Panamá, empezando la



Claudio Baglietto

relación para otros países. Hacia el sur, anunció su lanzamiento en TV Cables de Chile, y en Argentina con Supercanal y NorTelevisa, esperando cerrar dos contratos muy importantes para ese mercado en breve.

SPI lanza sus señales para Latinoamérica



'SPI es un grupo desarrollado para todas las nuevas tecnologías y servicios de próxima generación', dijo Gustavo Mónaco, consultor y director de distribución de SPI para América Latina y el Caribe, sobre la empresa basada en Londres, que estuvo en la última edición de Tegal.

Su portafolio de siete canales para Latinoamérica incluye uno en 4K. Basado en el esquema digital, sus canales no requieren CAPEX del operador, y ofrece la aplicación

play de manera gratuita para todos los que adquieran paquetes.

El portafolio de canales que ofrece en la región incluye señales que pueden ser distribuidas en diversos sistemas, ya sea en DTH o cable, pero también en IPTV, mobile, Smart TV y OTT. Están los dos canales deportivos, FightBox y Fast&FunBox, mientras que 360 TuneBox es una señal de música para jóvenes y adultos urbanos de clase media.

En DocuBox, la audiencia entrará documentales de diversos géneros, mientras que FashionBox es de moda y estilos de vida.



Gustavo Mónaco

FilmBox Arthouse presenta films independientes y clásicos y MadscreenBox es un canal de juegos interactivos. FunBox 4K/UHD es un canal UHD con contenido nativo en 4K.

DESCUBRE LO MEJOR DEL ENTRETENIMIENTO

cineclick
¡LAS MEJORES SERIES!
cineclickchannel.com cineclickc cineclickchannel

X TIME
¡TU CINE EN CASA!
xtimechannel.com xtimechannel xtimechannel

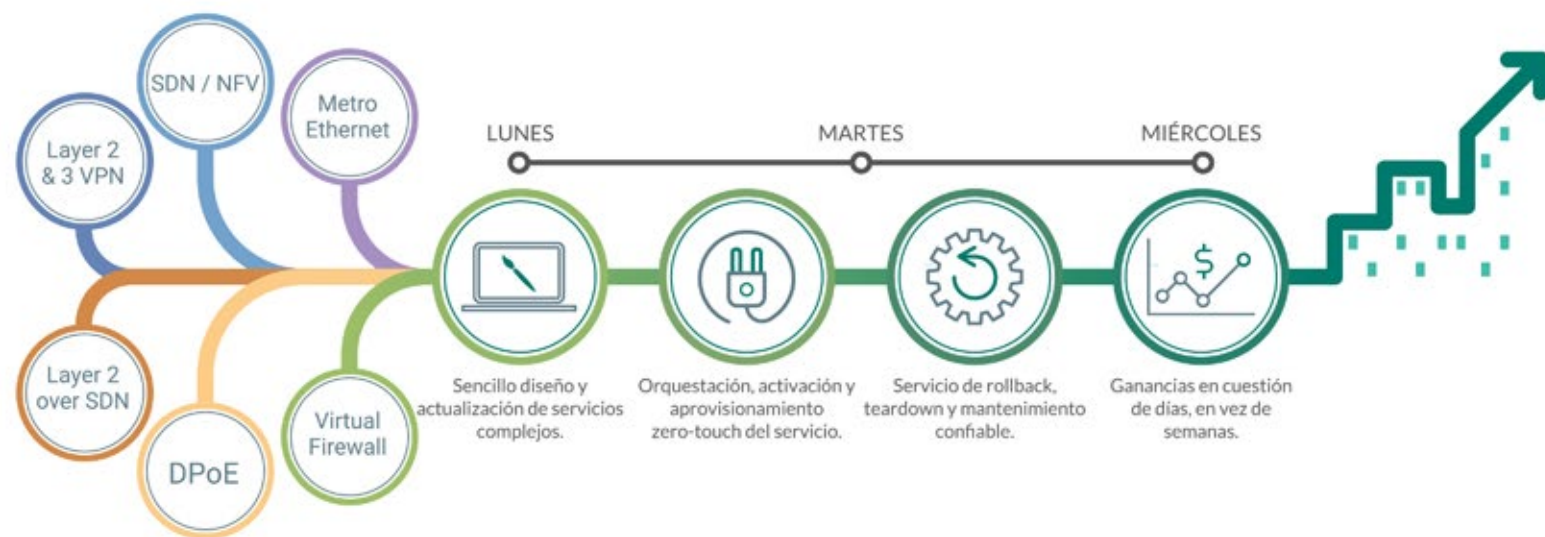
barrons
CORP USA INC
Headquarters 1362 NW 78th Avenue, Miami, Florida 33126 - U.S.A +1 (954) 330.9815 ventas@barronscorp.com



Un aliado estratégico en la integración convergente de sistemas

Servicios Corporativos sobre SDN/NFV y sistemas tradicionales.

Acelere el tiempo de comercialización de nuevos servicios en la nube y virtualizados (SDN/NFV) en co-existencia con ofertas legacy y habilite servicios con rapidez. Orqueste y active cada elemento de red o sistema desde una única plataforma.



ORGULLOSOS DE SER UNA EMPRESA ARGENTINA QUE APUESTA Y CREE EN EL PRODUCTO NACIONAL

LA LÍNEA MÁS COMPLETA EN ACCESORIOS PARA CABLES



TERMOCONTRAIBLE pared fina, media y gruesa, con y sin adhesivo. Varias medidas y colores. Terminales y empalmes de baja y media tensión.



PRECINTOS UNIVERSALES. Precintos de seguridad, plaquetas autoadhesivas. Precintos identificadores.



SONDAS Y CINTAS PASACABLES. Modelos y medidas varias. Accesorios.



DISEÑOS EXCLUSIVOS A MEDIDA de mochilas y porta herramientas con o sin bordado. ¡Y además podés elegirlo con tu logo!



CAÑO CORRUGADO línea automotor, construcción, eléctrica, medicinal, sanitario, electrodomésticos y especiales.



PRECINTOS METÁLICOS de acero inoxidable, de hojalata, abrazaderas.



AMPLIA VARIEDAD DE FIJACIONES de nylon, tarugos, grampas, tubos pasa pared, pitones zincados, etc.



ANILLOS IDENTIFICADORES Y CINTA HELICOIDAL.



SUNCHADORA, FLEJE Y HEBILLA.

UNA SOLUCIÓN PARA CADA NECESIDAD



Gracias por confiar en Nosotros!



Envíos a todo el País
4687-5261/7574

Comunicate con nuestro dpto de exportación



Trace dobla toda su programación al español

Busca fortalecer su presencia en Sudamérica

Trace completará, para fines de este año, el doblaje de todas sus series y shows al español, con el objetivo de fortalecer su llegada en Sudamérica y abarcar un mayor segmento de público, según adelantó a Prensario **Timothée Vidal**, VP de distribución de la señal, estuvo en Tepal con la representación de **Alterna TV**. 'Se trata del proyecto más avanzado del canal, que implicará una inversión de 500.000 euros al año. Es nuestra gran apuesta porque consideramos que una de las falencias es la imposibilidad de alcanzar a todo un segmento del público que consume contenidos en su idioma', remarcó.

Trace es un canal deportivo que no compite con los de este rubro porque sus programas están enfocados en la vida personal de los atletas. Su programación está dedicada mayormente al fútbol, pero este año se viene un gran despliegue a propósito de los Juegos Olímpicos de Brasil 2016.

Si bien la distribución en Latinoamérica no es muy amplia, lleva ya cinco años en la región con un desempeño óptimo que le permite quedarse y de a poco ampliar su presencia.

México (Megacable, Cablecom, TVI y Axtel) y Colombia son sus principales mercados, y tiene presencia en Venezuela, con Inter, y Centroamérica.

Este año, la programación tiene tres focos principales a la par de los grandes eventos internacionales como la Copa América Bicentenario, la Eurocopa y los Juegos Olímpicos. 'Tenemos programas sobre estos tres eventos. *Gold Diggers* presenta un enfoque en las estrellas de los Juegos Olímpicos, mientras que *Football Stars* tiene a los protagonistas de la Eurocopa y de la Copa América, historias de la competencia, todos estos programas ya están al aire', detalló el ejecutivo. Además, en septiembre tendrá nuevos shows sobre la moda en el deporte.

'Producimos 200 horas de programación original al año, por o para nosotros. Y seguimos reforzando el mensaje de contar con todos los derechos para las distintas plataformas, VOD y lineal, en cualquier pantalla y en todo el mundo', completó.

Este año, Trace producirá un nuevo ciclo basado en el esquema del que ya se emite,



Timothée Vidal, VP de distribución de Trace

Club Land, pero en vez de tratar sobre fútbol, los protagonistas serán los equipos de la NBA. Además, Vidal adelantó que hay diferentes ciclos en producción que 'no se vencen' porque son atemporales, sin centrarse en algún título o torneo específico, 'para evitar la obsolescencia'. Para el próximo año, habrá shows sobre la Copa de África, centrada en los campeones del evento y también se hará una mirada retrospectiva de los eventos de este año.

RTVE busca reforzar sus señales internacionales

RTVE estará en Convergencia Show de México, donde buscará reforzar al presencia de sus canales **TVE Internacional**, **24 Horas** y **Star HD**. El grupo estará a través de su representante para México y Centroamérica, **Communications for Distribution** (C4D).

RTVE está bien posicionada en el mercado de la TV paga en todo el continente americano gracias a la gran penetración que tienen sus canales internacionales, distribuidos por los principales cableoperadores. Para reforzar este posicionamiento en Latinoamérica y conseguir una mayor difusión en Norteamérica, acudirá a este evento junto a C4D.

TVE Internacional es un canal generalista en el que prima la calidad y la variedad de los contenidos. Es el canal español con mayor difusión internacional. Su programación incluye

entretenimiento, información, cultura y educación y proporciona la mejor y más amplia oferta a una audiencia diversa y heterogénea.

24 Horas es el primer canal todo noticias en español. La cadena de referencia mundial de información en español las 24 horas del día los siete días de la semana que incorpora, a través de distintos espacios informativos, todos los géneros periodísticos y repasa lo último de la actualidad nacional e internacional.

Star HD es el nuevo canal de RTVE en Alta Definición (HD) para el continente americano comenzó sus emisiones a principios de 2016. Su objetivo es emitir contenidos de ficción y entretenimiento de calidad, dirigidos a un público familiar.

México, con 121 millones de habitantes y unos 19 millones de hogares abonados a la TV Paga,



Star HD destaca *Ministerio del Tiempo* en su programación

constituye el mercado más importante de habla hispana de todo el continente americano para el sector de la televisión por cable y es el que tiene un mayor potencial de crecimiento. Está considerado como la puerta de acceso también para el mercado norteamericano, en el que los hogares de habla hispana ganan peso año a año.

DISCAMP

DIVISIÓN
SEGURIDAD INDUSTRIAL



PROTECCIÓN OCULAR



PROTECCIÓN CRANEANA Y FACIAL



PROTECCIÓN RESPIRATORIA



PROTECCIÓN AUDITIVA



INDUMENTARIA Y PROTECCIÓN LUMBAR



ESCALERAS DIELECTRICAS Y DE ALUMINIO



PROTECCIÓN PARA MANOS



CALZADO DE SEGURIDAD DIELECTRICO

DISEÑOS EXCLUSIVOS A MEDIDA

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



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

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

Rincón Technologies crece en México y Latinoamérica

Rincón Technologies sigue creciendo en la región y ahora tendrá a **Alexandra Quintanilla** de manera permanente en México, donde tiene buenos negocios con **Megacable** y espera mejorar su presencia con gente en la Capital.

El director regional, **Amado Quintanilla** estuvo en Panamá durante Tepal negociando la apertura del almacén y el centro de distribución para soportar en Centro y Sudamérica, ya que está creciendo bien en mercados como Colombia y Chile, en este último con **DirectTV**.

La ubicación de Panamá es ideal para la logística a toda la región y ayudará a las buenas relaciones que Rincón Technologies tiene con otros grandes operadores y telcos como Tigo/Millicom. La capacidad de atender tanto a los grandes como a los pequeños es una de las cualidades del servicio que desplegó Quintanilla en la región, al punto que tiene un gran posicionamiento con todos los MSO.



Amado Quintanilla y Enrique Yamuni

Tulsat



Tony Cameron

Tony Cameron de **Tulsat** dio un panorama positivo de su distribuidora en la región, que venía trabajando fuertemente con **Cisco**. Dijo que **Technicolor** tomó control de la parte de CPE con toda la parte residencial de STB y cablemodems, pero que no la parte tradicional de acceso RF, que se mantiene aparte. Tony consideró que podrá quedar incluso en una situación mejor que antes.

CARTELERA TEPAL



Ignacio Guido, Andrés Nicolás de CableTica, Andrea Amén Cruz y Sandra Rojas de Food Networks



Francisco Sibauste, Lizbeth y Fred Grol-Bourel de TV5



Francisco Sibauste, Lizbeth y Fred Grol-Bourel de TV5



Gerard Kim, Ricardo Bracho y Jill de EKT



Griselda Fermín e Yne González de Discovery



Carlos Cabrera, Demóstenes Terrones e Israel Acuña de APTC



Pompeyo Pino de RFI



Sergio Restrepo y Jennifer Betancourt de Sun Channel



Hortensia Espitaletta, de Signal TV

Piedad Martínez, de Global Media

Piensa en Tecnología Piensa en



SB-SDQM-2310 Standard Definition QAM Modulator



SB-HDQM-4245 High Definition QAM Modulator

MODULADORES y PROCESADORES DIGITALES SD | HD CLEAR QAM COMPONENTES MoCA

Equipos de Cabecera | Amplificadores | Fuentes de Poder | Pasivos

Para más información llámanos hoy!
800.242.1606 x508

6353 West Rogers Circle • Bay 6 • Boca Raton, FL 33487, USA
Phone: +1 561.998.0600 x508 • Fax: 561.998.0608
Web: starbursttechnologies.com • Email: osalas@pdiconnected.com

Stingray Digital lleva el streaming de música a más dispositivos



Stingray Digital Group anunció el lanzamiento de la app móvil de Stingray Music para Chromecast y Chromecast Audio, en tabletas iOS, dispositivos Android y con los canales Vibes incluidos en el sistema de sonido Sonos. Stingray Music busca posicionarse como la principal fuente de música diseñada para complementar cualquier lugar, ocasión y estado de ánimo; en la TV, Web, celulares y tabletas.

Los usuarios de la aplicación móvil Stingray Music ahora pueden escuchar sus canales de música preferidos enviando el audio de sus dispositivos móviles a su televisor con Chromecast, un dispositivo de transmisión de contenido multimedia que se conecta al puerto HDMI del televisor, o a través de sus altavoces con Chromecast Audio, ambos utilizando WiFi.

Una vez conectados, los usuarios sencillamente pueden usar sus dispositivos iPhone®, iPad® y Android, Mac® y laptop Windows®, o Chromebook para transmitir su música favorita al televisor.

Luego del lanzamiento del servicio de streaming de Stingray Music en julio de 2016 en Sonos, el sistema de altavoces inteligentes que utiliza WiFi para transmitir la música, se agregaron los 2000 canales Vibes. Los usuarios de Sonos en Latinoamérica y en Canadá ya pueden transmitir los canales Vibes, especialmente seleccionados para cada ocasión, actividad y estado de ánimo, en cualquier habitación de sus hogares.

Los canales Vibes son programados por 100 de los mejores expertos en música alrededor del mundo, y ofrecen contenido de alta calidad especializado en más de 100 géneros, seleccionados para satisfacer todos los gustos. Cada canal incluye hasta 2000 canciones (150 mínimo), streams un promedio de 10 a 12 horas de música y ofrece

la mejor experiencia musical para cualquier ocasión, ya sean movidas canciones pop para animarse en el gimnasio, sofisticados temas de jazz para sorprender a los amigos o simplemente música alternativa para relajarse el fin de semana.

Otra novedad fue el lanzamiento de la app móvil de Stingray Music en tabletas para iOS y Android. Esta versión de la aplicación para tabletas, desarrollada completamente por el equipo de ingenieros de Stingray, aprovecha el tamaño mayor de la pantalla para mejorar la experiencia del usuario y optimizar la navegación, incluyendo un reproductor que presenta carátulas de álbumes más grandes y maneras más sencillas de compartir en redes sociales.

La aplicación fue lanzada en octubre de 2014 y actualmente cuenta con 1 millón de usuarios y se ofrece de manera gratuita a los suscriptores que tienen acceso a la variada selección de canales de Stingray Music a través de sus proveedores de TV paga.

WWW.MAXMEDIASA.CO

TENEMOS LOS MEJORES CANALES TEMÁTICOS

VENTAS

Liliana Pérez
 ventas@maxmediasa.com
 (57-1) 6514900 Ext 704 - Cel: 3176673558 - 3214430368
 Cra. 46 No. 94 - 18 Bogotá - Colombia

PARÁMETROS TÉCNICOS

SATELITE: SES-6 50.5W
 FRECUENCIA DOWNLINK: 3915.0
 POLARIDAD DOWNLINK: CIRCULAR IZQUIERDA (VL)
 DVB: 52 BPSK FEC: 2/3
 SYMBOL RATE: (MBAUDS): 5830
 PILOT: ON

SECURING THE CONNECTED FUTURE



The world of video is becoming more connected. And next-generation video service providers are delivering new connected services based on software and IP technologies.

Now imagine a globally interconnected revenue security platform. A cloud-based engine that can optimize system performance, proactively detect threats and decrease operational costs.

Discover how Verimatrix is defining the future of pay-TV revenue security.

www.verimatrix.com/verspective



PDI Communications Inc. acompaña a los operadores en su evolución

Lanzó la nueva línea de productos Starburst para digitalización



Como fabricante de equipos de cabecera, activos y pasivos de distribución, **PDI Communications Inc.** lleva más de 30 años en el mercado latinoamericano atendiendo las demandas de los proveedores de banda ancha y televisión paga. Ahora, presentó su nueva línea de equipos digitales para atender la demanda de los operadores de Latinoamérica que buscan digitalizar sus cabeceras de manera más fácil y económica.



‘Estos productos vienen a complementar toda la línea de equipos analógicos de PDI que aún se encuentran disponibles hasta el canal 134 en versiones de canal fijo y ágil y en formatos de una unidad de rack o mini moduladores de sistema “12 en 1”. Estos equipos entregan señales CLEAR QAM’, explicó a **PRENSARIO Oscar Salas**, director de ventas internacionales de Starburst, en Bolivia Media Show. El ejecutivo ha sido incorporado recientemente

al equipo comercial, para seguir incrementando la sólida relación que la marca ha conseguido con los cableoperadores después de tantos años en la región. Entre los objetivos de Salas, se destaca la consolidación de la marca en la región y el incremento de su participación de mercado, tareas que busca concretar respaldado en su formación en electrónica y más de 20 años de experiencia comercial en posiciones claves de importantes empresas del rubro tecnológico.

‘Como complemento a la evolución tecnológica, PDI ofrece dentro de su línea Starburst componentes para operación MoCA, la que ha significado un éxito rotundo en el mercado estadounidense, y espera replicarse en Latinoamérica’, añadió.

En lo que va del año, Salas ya ha representado a la marca en las principales convenciones de TV paga de la región, incluyendo Andina Link Cartagena, APTC en Perú y Bolivia Media Show, sobre lo que agregó que la respuesta del mercado ‘ha sido excepcional’ y comentó: ‘PDI mantiene el compromiso de trabajar de la mano con las empresas del rubro no sólo en la provisión de equipos y materiales, sino en la asesoría y capacitación que se pueda necesitar.



Oscar Salas, director de ventas internacionales de Starburst

Somos conscientes que uno de los factores de éxito es la cercanía con el cliente’.

‘Los equipos de PDI son diseñados considerando las necesidades del mercado y las exigentes normas técnicas requeridas para ser comercializados en Estados Unidos. Su versatilidad, facilidad de uso y configuración y excelente desempeño técnico nos han permitido mantenernos como uno de los referentes dentro del competitivo mercado de las telecomunicaciones en todo el continente’, finalizó Oscar Salas.

En lo que queda del año, la marca estará representada por parte de su equipo comercial en Convergencia Show, la expo de TV paga que se realizará por primera vez en Ciudad de México a fines de julio.

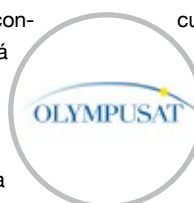
SEÑALES

Olympusat lleva contenido cubano a toda la región

A través de la señal CubaPlay

Olympusat distribuye la señal de contenido cubano **CubaPlay**, que está presente en Estados Unidos y Puerto Rico, y busca expandir su distribución en toda Latinoamérica. Lanzada en 2010, se ha instalado como la primera señal de programación producida en Cuba que lograba insertarse en el mercado hispanico de Estados Unidos después de 52 años.

Tom Mohler, presidente y CEO de Olympusat, dijo: ‘Siempre supimos que había un inmenso público anhelando disfrutar de la televisión cubana. Con cadenas tan singulares como CubaPlay, nuestra compañía refuerza la diversidad de la audiencia hispana en Estados Unidos, tanto



cultural como de origen geográfico’.

El contenido del canal carece de afiliación política, propagandística o ideológica influida por el gobierno cubano. Su programación se compone de películas, comedias, series dramáticas, videos musicales, documentales, telenovelas y programas infantiles a partir de derechos exclusivos de las seis televisoras estatales cubanas.

La cadena contiene además, una colección de más de 300 películas de todos los géneros, incluyendo *Boccaccherías Habaneras*, *Miel Para Oshún* y *La Bella del Alhambra*. La programación estelar abarca cintas hechas para TV, cine



La Ruta Blanca

cubano, un bloque de programación los viernes dedicado a la transmisión de películas, y UNO (Unidad Nacional Operativa), una serie policial en HD basada en hechos reales.

Mientras el canal crece en Estados Unidos, Olympusat busca expandir la penetración de CubaPlay Televisión a nuevos mercados. La señal actualmente está disponible en **Cablevision Optimum** y **Liberty Cablevision** de Puerto Rico.

Alto Rendimiento, Fiabilidad, Flexibilidad



A familia de nós ópticos para interiores de Lindsay Broadband tem sido desenhada para cumprir os requerimentos de redes FC e arquiteturas RFoG permitindo o crescimento a redes FTTx. Desde nossos nós para assinantes (ONU's), com portos de passagem diretos 1G/10G PONHA até as soluções para múltiplos usuários residenciais, (MDU), incluindo nossos nós compactos unicamente receptores para aplicativos FTTP. Todas nossas soluções estão disponíveis para as diferentes faixas de frequência, 45/54MHZ, 65/85MHZ, 85/102 MHZ e com respaldo de energia com Baterias (UPS).

Cumprindo todos os standard e com a robustez da Lindsay
Soluções Robustas sem fio, ópticas e de RF



www.lindsaybroadbandinc.com

2035-2 Fisher Dr. Peterborough, ON K9J 6X6 • 1.705.742.1350

MBA Networks avanza con su propuesta multiplataforma

¡Hola! TV entró en el Básico de Dish México

MBA Networks se ha posicionado como un jugador importante en la representación de señales independientes para toda la región y sus resultados se reflejan tanto en México, como en el resto de los países, según destacó a Prensario su presidente, **Matilde de Boshell**.

Del portafolio de señales, la mayoría tiene su oferta en SD y HD y están avanzando en los derechos multiplataforma para todos los géneros, incluyendo **Qyou** para los Millennials con videos de 3 a 6 minutos, y **Havoc** de deportes extremos, pensados para las nuevas plataformas y modalidades de consumo de los contenidos. 'MBA se adelantó en el mercado buscando contenidos de este tipo', remarcó Matilde.

De cara a la participación de MBA Networks



Matilde de Boshell en Tepal, con Jorge Tatto, Fernanda Merodio y todo el equipo de Cable & Wireless

en Convergencia Show de México, cabe resaltar el buen lugar que ha ganado **Atresmedia** como grupo líder y de vanguardia desde España para toda la región. La novedad más importante del primer semestre de 2016 es el lanzamiento en el servicio básico de **Dish** de **¡Hola! TV** que le adiciona 3 millones de abonados y **A3 Series** en el Básico + con 600.000 abonados.

En cuanto al resto de las señales de **MBA Networks**, **F1** se lanzó en **Movistar** Colombia, Chile y Venezuela, y en **VTR Chile**. **Wobi HD** se lanzó en **Movistar** Colombia, y **Gol TV** en **CNT Ecuador**. El pasado mes de junio se lanzó **A3 Series** y **QYOU** en **Total Play México**. **Pasiones** amplió su distribución en el DTH de **Millicom Colombia**. **Cinelatino** refuerza su propuesta **VOD**.

'Destacamos el lanzamiento del canal **MC HD**, el nuevo canal que combina terror, suspenso y la acción, del grupo **MVS** complementando el portafolio de géneros que ofrece **MBA Networks**. Para el segundo semestre tenemos proyectado el



Matilde de Boshell, de MBA; Enrique Yamuni, de Megacable; y Jorge Tatto, de MVS/Dish

lanzamiento de **Caracol Internacional HD** con sus importantes contenidos'.

'Esperamos la ampliación de distribución y concretar nuevas oportunidades de negocio para cada una de nuestras señales. Contamos con un equipo bien estructurado con talento humano valioso y muy comprometido. El ADN de **MBA Networks** es la innovación constante, el pensamiento estratégico y agregación de valor para nuestros clientes. En Convergencia de México tendremos todo nuestro equipo comercial para seguir consolidando estos objetivos. Es importante este evento ya que **Canitec** desapareció y se abren oportunidades con los independientes que esperamos concretar', completó la ejecutiva.

NHK World presentó sus destacados para julio



El primer destacado de la señal japonesa **NHK World TV** es **Grand Sumo**, el ciclo que transmite el torneo del deporte nacional de Japón, con participantes de todo el mundo. Del 10 al 24 de julio, el ciclo se podrá ver durante 15 días.

NHK transmitirá los combates que involucran a los luchadores mejor ubicados en el ranking oficial. **Yokozuna Hakuho**, de Mongolia y ganador del torneo pasado, es el centro de todas las miradas y para hacer estas transmisiones todavía más interesantes, nuestra cobertura

incluirá una sección llamada "**Sumopedia**", con lo mejor de su historia y tradiciones.

El viernes 15 y sábado 16 de julio, se podrá ver **Amazing Bug's Technology**. Por millones de años, los insectos han probado ser el género animal más apto en la lucha por la supervivencia. El programa revela algunos de los mecanismos más eficaces y muestra como la tecnología humana se ha inspirado en sus cualidades evolutivas. El uso de cámaras 4K de alta velocidad y microscopios digitales nos dan una extraordinaria visión del mundo de los insectos, desde la picadura sin dolor de un mosquito hasta el sofisticado funcionamiento de las alas de una libélula.

Por último el canal presenta **Oiran: Expertos en el Arte del Amor**, con emisiones el sábado 23 y domingo 24 de julio. Al diseñar zapatos para **Lady Gaga** el artista contemporáneo **Noritaka Tatehana**, acaparó la atención mundial. Ahora, ha enfocado su talento hacia el teatro tradicional de títeres japonés en París. Colaborando con el maestro del **Bunraku**, **Kanjuro Kiritake**, **Tatehana** funge como director de arte para una puesta en escena que destila pura estética japonesa. Ambos han decidido mostrar la historia de la cortesana **Akoya**, por primera vez fuera de Japón, actualizando la esencia del personaje. Este programa documenta el esfuerzo de estos artistas por descubrir una nueva dimensión del **Bunraku**.

La Herramienta más económica para el Instalador Básico

- Pantalla Intuitiva a color de fácil configuración
- Mediciones Análogas de Nivel, Escaneo, C/N y Tilt
- Mediciones Digitales de Nivel, MER, Pre/Post-FEC BER, Constelación y Mediciones de tap del Ecuador
- Análisis de espectro en retorno (4 to 110 MHz)
- Pruebas Automáticas con umbrales simples tipo Pasa/Falla
- Configuración Remota y almacenamiento flexible de Datos con un número prácticamente ilimitado de Planes de canales, Juegos de Límites o Umbrales Pass Fail, Pruebas automáticas y Órdenes de Trabajo
- Linterna LED, administración de Órdenes de Trabajos, soporte de múltiples idiomas, administración de conectividad muy simple.



JPM Communications, Inc.
463 Acton Rd.
Columbus, OH 43214
U.S.A.
ventas@jpm-communications.com
www.jpm-communications.com

Presentamos a ustedes el Nuevo Medidor de Señal 120 DSP de Trilithic. El 120 DSP ofrece el rango más amplio de mediciones estándar y funcionalidades disponibles hoy día. Sea más eficaz con todas las mediciones básicas que un técnico instalador requiere para verificar la calidad de servicio, identifique fácilmente y arregle los problemas en campo a la primera vez y por siempre

innovative technology to keep you a step ahead

To find out more, visit www.trilithic.com or call (800) 344-2412

TrekteL-Cirpack: Solución en la nube

TrekteL y Cirpack, empresas dirigidas por Ángel Barrios y Luis Ballesteros, respectivamente, tuvieron un stand conjunto en Tepal, donde destacaron la solución unificada en la nube con PBX, híbrida y multidispositivo, con un menú de servicios convergentes que no requiere inversiones cloud.

La dupla, que estará también en Convergencia Show, habló de las posibilidades OTT de este desarrollo, además de telefonía, movilidad y acciones multimedia para operadores de telecomunicaciones fijos y móviles. Incluso, permite

manejar otras interfaces y estar de acuerdo a las regulaciones de cada mercado con portabilidad numérica y otras exigencias.

Se manejará de México a la región donde Cirpack pondrá su estructura para crecer en Latinoamérica, y TrekteL, la fuerza de ingeniería de proyectos, que es de proyección regional. Se encuentran en la etapa de selección de clientes para el desarrollo comercial, que incluye modelos de negocios escalables para que los operadores paguen a medida que crecen. Esa es otra de las facilidades

que da Cirpack.



Luis Ballesteros de Cirpack y Angel Barrios de TrekteL

AMT: De Tepal a Convergencia Show

Vladimir Velikovich de AMT volvió a tener presencia protagónica en Tepal, como viene repitiendo todos los años. Tuvo en su stand a Arris, Conax, TFC, Terraspan, Veas, Vecima, con Gerardo Gutiérrez, y Ateme con Raúl Rivera. El mismo esquema lo llevará a Convergencia Show de México, tal vez con más partners como AppearTV.

Con todas esas marcas tuvo muy buena recepción de toda la parte de gerentes técnicos de Megacable, Cable Onda, Cabletica, Telecable Económico de Costa Rica, APTC

de Perú y Marlon Granda de Ecuador.

Velikovich dijo que, si bien 'ha sido un año difícil', donde se paró mucho el movimiento con las crisis de México y Brasil, ahora está repuntando, gracias también a la diversificación. Tiene buenos resultados con los equipos de cabecera a suscriptores, aplicaciones que pueden ofrecer a los mercados hoteleros y a los clientes de FTTH.

De cara a Convergencia Show, dijo que tiene 'buenas expectativas' en el recuperado evento de México, ya que va con productos novedosos



Gerardo Gutiérrez de Vécima y Vladimir Velikovich para generar más ingresos en un mercado con tantas posibilidades.

Veas lanzó el Fibra Store

Para pequeños y medianos operadores

Veas vuelve a tener una importante presencia en los eventos clave de México para el broadcast y la TV de paga, como fue la Expo Cine, Video y Televisión, y ahora con Convergencia Show, donde Enrique Gandulfo dará una charla formativa para los operadores.

Con 19 años en el mercado y 15 de presencia directa dirigiendo a Veas, Gandulfo eligió, tras la consolidación de los grandes operadores, apostar a los pequeños y medianos operadores, tratando de volcarlos a los proyectos de fibra óptica con una solución propia. No sólo se

vende el producto con un servicio enfocado, sino que se los asiste a formar el modelo de negocios tras la implementación. La parte de asesoría es muy importante.

En ese marco, lanzó el Fibra Store, que dispone de un stock de productos muy variados y orientados a la conectividad con fibra óptica. Incluye equipos de medición, organización de redes y FTTH. Tiene cables, fusionadoras, cortadoras de fibra, equipos de medición, herramientas, cajas de empalme, distribuidores, nodos, atenuadores, jumpers, pigtails, splitters



Enrique Gandulfo con su equipo, en Expo Cine, Video y TV y patch channels, entre otros.

Multi-Play Convergent Billing

Offer New Services. Win More Customers.



True Convergent Billing

Manage your customers from a single platform



Flexible, Adaptable, Modular

Launch new services quickly when the time is right



Rapid-Launch Rating, Bundling, Discounting

Offer multiple pricing and payment options across multiple currencies



Proven Integration Experience

Manage your complex BSS/OSS Systems



Customer Self-Care in Real-Time

Give your customer the control to manage their accounts



Over-the-Top Support

Offer seamless service on both broadcast and broadband across multiple geographies

Proudly billing over 7 million customers in Latin America

Cablenetwork: 'Inversión continua en equipos de última generación'

Abrió nueva fábrica en San Luis Potosí, México

'CNA es el principal proveedor de cable coaxial para la industria de la televisión por cable desde hace más de 20 años. Nuestros procesos de producción se basan en el conocimiento y la inversión continua en equipamiento de última generación. Tenemos implementaciones en 15 países', comentó **Fiorella Occhionero**, CEO de **Cablenetwork**.

La empresa inauguró en octubre 2015 una nueva fábrica en San Luis Potosí. Dijo la ejecutiva: 'Desde nuestras plantas en EE.UU., Argentina y México, fabricamos cable coaxial 100% personalizable. Con estas nuevas instalaciones, nuestra capacidad global se ha incrementado hasta los 40 millones de metros mensuales. La nueva planta cuenta con uno de los equipos de producción tecnológicamente más avanzados. El modelo de investigación continua asegura a nuestros clientes, el máximo valor añadido para incrementar su crecimiento'.

San Luis Potosí cuenta con un departamento de control de calidad que trabaja y desarrolla todos los productos bajo la normativa ISO, como garantía de la confiabilidad, eficiencia y certificación del proceso de producción.

Apuesta a México

'México se está acercando al momento en el que cada usuario uno podrá hacer su propio servicio de TV paga, por lo que los operadores se enfrentan a un proceso de evolución continua. Modelos de pago como el satélite están abriendo camino en aquellas demarcaciones

donde no llega el cable. Hacia 2018, los factores demográficos, macroeconómicos, y de evolución del mercado, permitirán que el 81% de los hogares cuente con un servicio de TV paga, lo que significa 27 millones de suscriptores en el mercado nacional'.

'Con esta segunda planta en México, podemos garantizar el suministro de este gran crecimiento en el mercado, aportando beneficios operativos añadidos, como la logística, stocks de seguridad y adecuación de requerimientos técnicos para los clientes con nuestra presencia en el mercado local'.

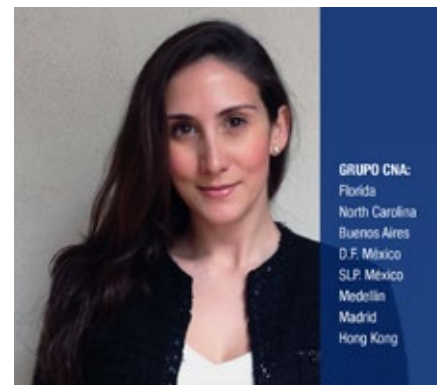
'Esta apuesta por la innovación y la tecnología aplicada a la producción nos ha permitido una consolidada expansión. Contamos con la división de fabricación con dos plantas de producción de cable en México, una en Estados Unidos y otra en Argentina, además de una extensa red de oficinas comerciales y de distribución, para dar soluciones con una visión internacional'.

'Además de nuestro compromiso con la industria, tenemos un compromiso con el medio ambiente y la sociedad. CNA siempre se ha destacado por la utilización de materias primas favorables al medio ambiente. San Luis Potosí es también una de las primeras plantas del mundo que cumple con el compromiso de minimizar el riesgo y garantizar la salud laboral de todos los empleados procurando reducir el impacto ecológico en los procesos de producción'.

Foco en el cliente

'En CNA llevamos más de 20 años enfocados al cliente. La experiencia como distribuidores nos ha permitido identificar las necesidades de nuestros clientes. Todos los productos están diseñados y construidos en base a comentarios de estos y a la riqueza de la experiencia en el sector práctico'.

Completó: 'Los productos se fabrican utilizando los procesos más tecnológicamente avanzados y ningún producto de la competencia se aproxima en términos de características, facilidad de uso y coste. Esta filosofía de trabajo ha permitido a CNA, estar homologado por el 95% de los principales operadores en América Latina, Reino Unido, Portugal y España'.



Fiorella Occhionero

Evolución

'Durante los últimos diez años, CNA ha superado los objetivos marcados para la introducción de líneas de producción de productos y servicios. No nos olvidamos de prestar las mejores soluciones para nuestros clientes independientemente de su volumen y dimensión. Esta filosofía y vocación de servicio, nos ha permitido un desarrollo multinacional como líder de mercado, con una red de oficinas comerciales en Florida, Carolina del Norte, Buenos Aires, Ciudad de México, Medellín y Madrid, que cuentan con más 130 empleados que antepone las necesidades de nuestros clientes a cualquier otra consideración'.

'De cara a futuras actuaciones en el mercado, tenemos en cuenta que el desarrollo de los distintos tipos de cable de fibra óptica para tendidos en larga distancia han generado una revolución en el mundo de las telecomunicaciones y en CNA como fabricantes, entendemos la Innovación y desarrollo de nuevas líneas de producción, como la mejor forma de adaptación a esos cambios que suponen una nueva forma de conectar el mundo'.

Concluyó: 'Estamos presentes en este mercado con nuevas líneas de producción de fibra para suministrar diversos tipos y formatos de cable óptico. Este compromiso en la fabricación de productos manufacturados que superan una y otra vez todos los requerimientos y expectativas de los clientes, las más vanguardistas e innovadoras tecnologías aplicadas a la producción y la constante evolución con las tendencias del mercado hacen de CNA'.

01-918-251-2887
tcameron@tulsat.com

Cisco Prisma II

- EDFA Amplifiers
- 1550 Transmitters
- 1310 Transmitters

Motorola GX2

- GX2 LM1000E 1310 TX
- GX2 EM1000 1550 TX
- GX2 OA Optical Amplifiers

Arris CHP

- CHP D1/S1 1310 TX
- CHP GMOD 1550 TX
- CHP EDFA Amplifiers

Emcore Medallion

- 2000 Series 1310 TX
- 6000 Series 1550 TX
- 7000 Series Fiber Amps

Velocidad Amplificada

WWW.TULSAT.COM



Nuevas instalaciones de CNA, en San Luis Potosí

Lindsay Broadband: *UPS Titan*, el UPS de próxima generación

Lindsay Broadband presenta el *UPS Titan*, un nuevo sistema de alimentación ininterrumpida diseñado para fibra óptica y bucles de redes inalámbricas locales. Su diseño proporciona una vida más larga, mayor rendimiento, fiabilidad, más fácil instalación y servicio, y el costo de vida más bajo que cualquier otro UPS en el mercado.

El problema

Profesionales de las telecomunicaciones revelaron altos niveles de frustración con los muchos problemas inherentes al estándar en relación a los UPS. Las unidades UPS eran difíciles de trabajar durante la instalación, y la duración de la batería y el tiempo de ejecución eran demasiado cortos. Un mal diseño dio lugar a problemas de conectividad, y las baterías se desgastaban demasiado rápido. En pocas palabras, los operadores de telecomunicaciones vieron que el costo de vida útil de los UPS sufrió una escalada fuera de control.

La solución

Diseñado con componentes de larga duración, el *LB-Titan* es más fácil de instalar y de mantener, ofrece una potencia fiable, y un menor costo de vida útil del producto. El *Titan* está diseñado en torno a la batería *GS Goldtop* y su calificación 8Ah es 11% mayor que las baterías estándar.

La carga inteligente

Complementando y ampliando la ya larga vida de la batería *Goldtop*, el *Titan* toma un nuevo enfoque a la carga de la batería con su innovadora tecnología *Thermo-Amp*. El empleo de un algoritmo de carga de baterías con compensación de temperatura, la primera en el sector de UPS para FTTH, permite extender la vida útil de la batería.

Las unidades se montan habitualmente en armarios de energía, garajes o áticos de los abonados, donde las temperaturas pueden fluctuar hasta en 100° F (38°C). Otros cargadores comúnmente utilizados siguen trabajando como si estuvieran haciéndolo a 77° F de forma continua, aplicando un voltaje de carga constante, independientemente

de las condiciones ambientales. Esta carga de línea plana reduce la duración de la batería, en última instancia, costando más dinero a las compañías de telecomunicaciones en servicio de mantenimiento y costos de sustitución. La sobrecarga de estas baterías hace que el calor, produzca fallos en la batería y en casos extremos puede provocar un colapso del UPS.

La nueva tecnología *Thermo-Amp* del *Titan* ofrece la mejor solución de carga disponible en el mercado. La tecnología *Thermo-Amp* consiste en un firmware avanzado onboard, diseñado para compensar la temperatura del proceso de carga, maximizando la vida útil y reduciendo los costos por reemplazo de la batería.

El *Titan* sigue esta curva de carga. La eficiencia sin precedentes de la tecnología *Thermo-Amp* asegura una carga exacta y precisa. El procesador onboard comprueba continuamente la temperatura ambiental y ajusta la tensión de carga en tiempo real. El *Titan* nunca se sobrecarga y ni se carga de menos, extendiendo la duración de la batería de cada unidad, donde quiera que esté instalado.

El *Titan* entrega el mayor backup y vida de la batería en el planeta; hasta 14 horas de energía de reserva y una vida útil de la batería de 6 a 8 años, hasta un 60% más que las baterías estándar. Esto significa un menor número de visitas del servicio técnico para reemplazar las baterías y los menores gastos de operación a lo largo de la vida de cada unidad de *Titan*.

Fiabilidad: diagnóstico avanzado

Titan emplea algunas de las tecnologías más avanzadas de testeo de baterías y diagnóstico en la industria. Sobre la base de un algoritmo avanzado, la carga *Titan* prueba la batería cada 45 días con un testeo que dura 3 horas, para proporcionar los diagnósticos más precisos en la industria. Compare esto con una simple prueba de arranque, de 30 segundos, con la mayoría de los proveedores de UPS.

La instalación más flexible

Sabemos que la instalación y el servicio son áreas que pueden aumentar los costos de operación o el operador puede crear oportunidades para reducirlos. Conversiones de energía convenientes crean una mayor flexibilidad para las instalaciones.

El *Titan* convierte CA en CC en la salida, lo que nos permite utilizar un cable de alimentación de 16 y montar la UPS hasta 115 pies de distancia del toma. El *Titan* también se puede montar

Por Ken Weaver, Director de Ingeniería Óptica



hasta 70 pies de distancia de la ONT. De diseño modular, la batería del *Titan*, la placa de circuitos, y el fusible pueden ser reemplazados en el campo - sin necesidad de retirar la unidad de su soporte.

Estos avances dan a los instaladores mucha más flexibilidad y hacen que su trabajo sea mucho más fácil ahorrando dinero en operadores.

PON ONT Botón de reinicio

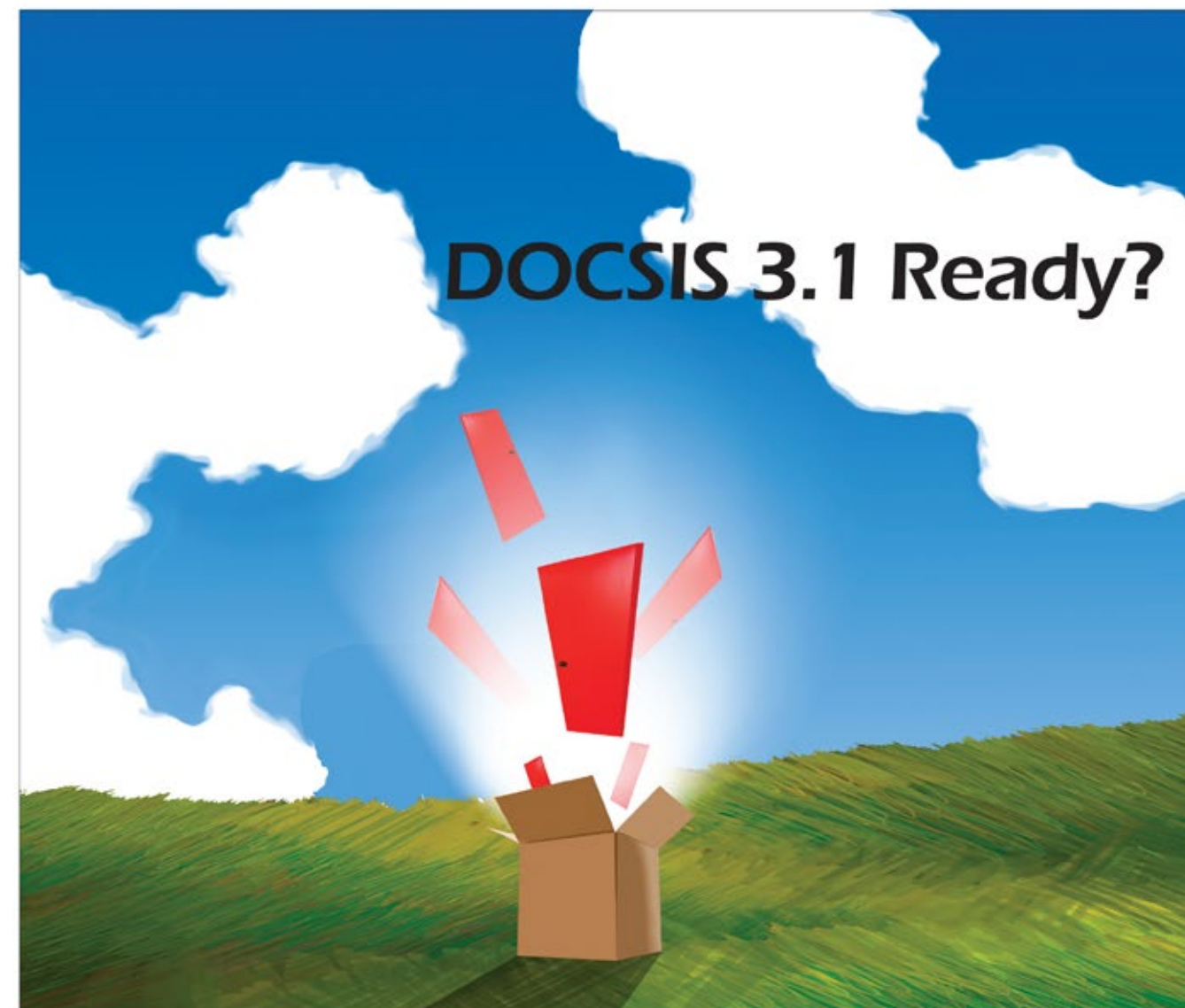
Junto con otras características, *LB-Titan* tiene un botón de reinicio PON ONT. A veces es necesario reiniciar las unidades. Puede sonar como un tema sencillo, pero un UPS mal diseñado hace que esto se traduzca en un costo extra que el *Titan* elimina. Cuando falla un ONT hoy en día, un técnico de campo tiene que desconectar el UPS y remover un terminal de batería, sólo para completar el restablecimiento. *Titan* cuenta con un botón de reset externo simple, por lo que es fácil para el cliente reiniciar el sistema. Los reinicios ya no requieren una llamada a un servicio profesional o mover un camión.

Rendimiento, larga vida y un mejor diseño significa ahorros

Para maximizar los ingresos, hay que reducir al mínimo los gastos de operación. El *Titan* hace exactamente eso. En pocas palabras, es más fácil y más rápido de instalar, ofrece lo mejor en batería de reserva, tiene una vida más larga, requiere un menor número de llamadas de servicios, y reduce los gastos operativos relacionados con el UPS, hasta en un 50%. Si se suma todo, verá que *Titan* cuesta mucho menos que otros modelos de UPS. El diseño superior nos permite ofrecer las mejores garantías de la industria - 3 años en la electrónica del *Titan* y 6 años - 4 completo y 2 - prorrateado en nuestra batería *Goldtop*. Sabemos que *Titan* está construido para durar.



UPS Titan, el nuevo sistema de alimentación de Lindsay



Antronix Milenium and retrofit multi-taps provide industry leading network performance upgrades to take your system into tomorrow. Our faceplate swappable housings and our patented E-Option network conditioning plug-ins make increasing bandwidth a breeze.

Adaptable. Innovative. Let us show you.



ANTRONIX

440 Forsgate Drive, Cranbury, NJ 08512 • 609-860-0160 • www.antronix.com

Technicolor rearma su estructura

Mantiene el liderazgo con la compra de dos divisiones de Cisco

Después de tener unos años más difíciles donde mermó su presencia en la región, **Technicolor** volvió con todo: compró la división de STBs y broadband de **Cisco** y rearmó su estructura en la región con importantes referentes.

Ahora la compañía podría ocupar el lugar de referente que supo tener **Scientific Atlanta**, según coincidieron con **Prensario** su presidente **Bárbara Bessolo** y su VP **Sundeep Jinsi**, que tras su participación en **INTX** estuvieron en Buenos Aires.

Ahora es una empresa que tiene márgenes y cash flow positivos, que ve muy buenos horizontes tanto en Estados Unidos como en Latinoamérica buscando cambiar la tendencia y acercarse a los clientes en lugar de dejar todo librado a los distribuidores como venía ocurriendo. Por eso tomaron recientemente a referentes del medio como **Roberto Salerno**

para el Cono Norte y **Fernando Mechetti**, un histórico de SA, con sede en Buenos Aires. Ellos se complementan con la fábrica propia en San Pablo y el resto de los países con presencia física en México, Chile, Colombia y Perú en un total de 70 personas para ventas y customer service con la cultura clara de estar cerca de los clientes.

Respecto a la transición para incluir a la división de Cisco, destacó Bessolo que se han demostrado muy complementarias, pues ellos en Technicolor eran fuertes en satélite con **DirecTV** y **AT&T** además de en ADSL, y Cisco en IPTV y toda la parte instalada de cable. En Latinoamérica también se dio esa complementación.

Con todo eso reclaman que ya tienen el primer lugar STB y broadband, con gran presencia en todos los tier 1, viendo a **Arris** como su mayor competencia desde las Américas. Desde luego les molesta el avance de compañías de oriente



Sundeep Jinsi, VP de Technicolor, y su presidente, Bárbara Bessolo

que han logrado tener una cuota menor de mercado estos años, pero en general los clientes que van con ellos buscando precio luego regresan.

Marca una diferencia aquí lo de estar cerca de los clientes. Los objetivos en lo inmediato son crecer todavía más en market share; tener un costo todavía más competitivo frente a las marcas de Asia y avanzar en el servicio al cliente metiéndose en sus propias oficinas con su soporte. También esperan experimentar con *Virtual Reality*.

Interlink crece con Flowdat

Con una gran presencia de visitantes en su stand **Interlink**, la empresa con base en Rosario, Santa Fe que cada día expande más sus territorios atendidos, estuvo una vez más presente en Encuentros Regionales de Telecomunicaciones, que este año en su vigésimo aniversario se realizó en la ciudad de Córdoba.

Eduardo Malisani, CEO de Interlink, y su equipo estuvieron presentando las últimas novedades de la empresa en soluciones FTTH y dictado seminarios y participando de los workshops que se dictaron durante el encuen-

tro. Como representante de **Casa Systems**, el ejecutivo destacó la gran cantidad de proyectos que tiene en cartera y la reciente instalación de **Flowdat** en Brasil, de la mano de **YouCast**.

‘Es el primer sistema que vendemos en ese país y estamos muy contentos de poder contarlo en la próxima ABTA’, dijo Malisani, que estuvo en el show que se realizó en San Pablo a finales de junio. ‘Instalamos el sistema de aprovisionamiento **Flowdat** en **Sim TV**, siendo el primer operador de Brasil que adquiere el servicio a través de su representante **YouCast**. El sistema de se adaptó satisfactoria-



Emiliano Bonansea, Raúl y Eduardo Malisani, de Interlink, en Encuentros Regionales 2016

mente a los requerimientos y necesidades de **Sim TV**, destacando la solidez del sistema, junto a una interfaz intuitiva y de fácil uso, combinada con una oferta competitiva para el mercado’.

Ahora estará en **Convergencia Show** en México.

BCD: Proveedor de servicios integrales

Desde el año pasado, **BCD** viene afianzando su presencia internacional con impulso que le da ser distribuidor de **Arris** en toda Latinoamérica. ‘Es un esfuerzo y un compromiso grande distribuir una marca tan importante como **Arris** a nivel regional’, destacó su gerente de ventas, **Nicolás Molinari**, en la última edición de Encuentros Regionales de Telecomunicaciones.

‘Como parte de este gran esfuerzo que estamos haciendo, seguimos estando presentes en las principales ferias de la región, como lo haremos en julio en México y en septiembre en Costa Rica, pero además estamos viajando **Prensario Internacional**

para apoyar a nuestros clientes y nuestra fuerza de venta en el exterior’, agregó.

‘Si bien nuestro punto fuerte es la ingeniería y el asesoramiento, dentro de nuestro portfolio de soluciones contamos con empresas como **Calix**, para los mercados donde podemos distribuirla, que son un diferencial importante, pero siempre enfocados en nuestro core que es la ingeniería, que es uno de los pilares fundamentales de **BCD**’.

‘Somos una empresa de ingenieros y cómo tal entendemos que es condición fundamental comprender el camino tecnológico que sigue



Gabriel López y Nicolás Molinari, de BCD

nuestra industria. Además, trabajamos con el objetivo final de presentar soluciones sustentables técnicamente que cuiden la inversión de nuestros clientes’, resumió Molinari.

La más alta tecnología de pruebas para logística reversa

Set-Top Box Test Platform
Para probar decodificadores SD/HD digitales (DVB-x, DAC, IPTV)

Cable Modem Test Platform
Diagnóstico y actualización de firmware para CMs y EMTAs

Wireless Router Test Platform
Pruebas de routers WiFi, Modems xDSL, WiFi Routers 3G/4G, ONTs



Promptlink: líder mundial en plataformas de diagnóstico y actualización de firmware para recuperación de equipos CPE.

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

Arris: México es un mercado estrella dentro de la región

Fabricación y desarrollo de tecnología específica a nivel local



Germán Iaryczower, SVP de ventas de Arris para Latinoamérica y el Caribe, estuvo en la reciente edición de ABTA en Brasil, donde destacó: 'México para nosotros fue un mercado estrella dentro de la región.

Sigue con mucho crecimiento y un potencial muy grande dentro de su gran consolidación. Es muy bueno para nosotros y estamos viendo de desarrollar tecnología específica a nivel local'.

El ejecutivo explicó que, si bien la situación económica en la región en los últimos dos años ha sido difícil para todos, operadores y marcas, el impacto ha estado disperso. 'Algunos países están mejorando, compensado por otros que tienen problemas en la economía. Más allá de eso, los usuarios finales, en vez de invertir en salidas, invierten en banda ancha, Internet y TV paga que es más barato incluso que otras opciones de entretenimiento', comentó.

'En general, no es un año de alto crecimiento, pero no está tan mal. Seguimos desarrollando tecnología, invertimos ingresos en investigación. Hoy, después de la adquisición de Pace, hemos recuperado la empresa dándole enfoque en el mercado internacional. Tenemos un enfoque en desarrollar tecnología específica en los mercados de Latinoamérica'.

Dijo que en Brasil, Arris está desarrollando un producto localmente desde su fábrica en

Manaos de STB y CMTAs y agregó: 'Estamos invirtiendo mucho en el país, pese a que han sido años complicados para este mercado. El desarrollo, además de la fabricación, demuestra el compromiso con Brasil'.

Completó: La fabricación local implica estudio del negocio. Durante mucho tiempo fabricamos en Argentina también. Va en conjunto con los ahorros de impuestos y la mano de obra local. En Brasil, los impuestos son muy altos para tecnología, y conviene más que importar. Estamos dispuestos a organizar cualquier modelo de negocio que nos beneficie a nosotros y al operador'.

La tecnología específica para los diferentes mercados tiene que ver con los Set Top Boxes. Además, comentó que a nivel mundial, está comenzando la implementación de Docsis 3.1, aunque en Latinoamérica 'recién veremos pilotos en laboratorio y en campo'. Añadió: 'Probablemente, veremos un crecimiento en dos o tres años, cuando será la tecnología prevaleciente. Es algo que requiere ciertos ajustes en la red y estamos trabajando con los operadores para que vean cuáles son esos cambios que van a necesitar para su implementación'.

Finalmente, destacó la importancia del apoyo y seguimiento a sus clientes. 'Trabajamos junto a los operadores para darles el know how. Todos los clientes preguntan, hay muchos cambios ocurriendo y el video está acaparando cada vez más el consumo dentro de la red de banda ancha. Estamos empezando a hacer pruebas.



Germán Iaryczower en ABTA 2016

Diferentes arquitecturas de redes, todo se está moviendo muy rápido en la evolución de la red. Es importante trabajar en conjunto para ayudarlos a tomar sus decisiones'.

'El costo de fibra a la casa sigue siendo un costo alto, pero hay muchas opciones para los operadores de cable. Hoy a una red se le puede sacar mucha eficiencia y no hace falta migrar todo. No todos los hogares tienen el mismo nivel de consumo de ancho de banda, en general el 20% consume el 80%. Arris trabaja con diferentes alternativas para trabajar en nodos'.

Finalmente, dijo: 'Las expectativas para Arris este año son buenas. Seguimos creciendo como empresa y en particular en Latinoamérica hay un tipo de cambio de tecnología muy rápido y estamos listos para apoyar a los clientes en la provisión de tecnología y el desarrollo de la visión para que cuando la tecnología avance, puedan implementarla'.

5to Foro Asotic: 25 y 26 de agosto, en Bogotá



Asotic, la Asociación de Operadores de Tecnologías de Información y Comunicaciones de Colombia, realizará la quinta edición de su foro anual el 25 y 26 de agosto en el Hotel Tequendama de Bogotá, Colombia.

La asociación agrupa a operadores de servicios de TV, Internet, telefonía, proveedores de tecnología y servicios para telecomunicaciones. Su objetivo es actualizar a los afiliados en temas de regulación, cumplimiento de la

normatividad vigente, nuevas tecnologías y competencia.

El quinto foro anual busca generar un mayor conocimiento sobre las últimas tendencias en materia de TV, Internet, telecomunicaciones y convergencias, tanto para los asociados como para los interesados de distintas áreas.

Este año, los temas a tratar serán el nuevo modelo de TV y la convergencia tecnológica, los principales desafíos de una nueva política pública audiovisual, el efecto de la guerra de contenidos, el panorama de la TV por cable, efectos de IPTV y OTT en el mercado de



TV por cable, digitalización de cabeceras, desarrollo de la industria y otros.

¿Hacemos IPTV, DVB, OTT o todos a la vez?



TVC ofrece las soluciones y productos necesarios para cerrar la brecha desde donde se encuentran los operadores y hasta donde quisieran estar. Todo de una manera rápida y sencilla. Reutilizando las redes actuales HFC y de fibra aumentamos la eficiencia de la solución. TVC ayuda a sus clientes a diseñar, especificar e implementar soluciones de punta que sean escalables y fortalezcan su oferta de valor:

- Soluciones IPTV y DVB
- Over the Top (OTT)
- Video en Demanda (VOD)
- Cloud DVR
- TV Everywhere (Multi-pantalla, Multi-dispositivo)
- Time Shift TV (Recomenzar o retroceder programas)
- Converged TV (Caller ID, User Media Play, TV Apps)

Servicios Profesionales:

- Diseño y revisión de arquitectura
- Implementación de datacenters
- Proyectos llave en mano
- Entrenamientos
- Tercerización de operaciones y Soporte en sitio
- Consultorías



www.tvclatinamerica.com

305.716.2160

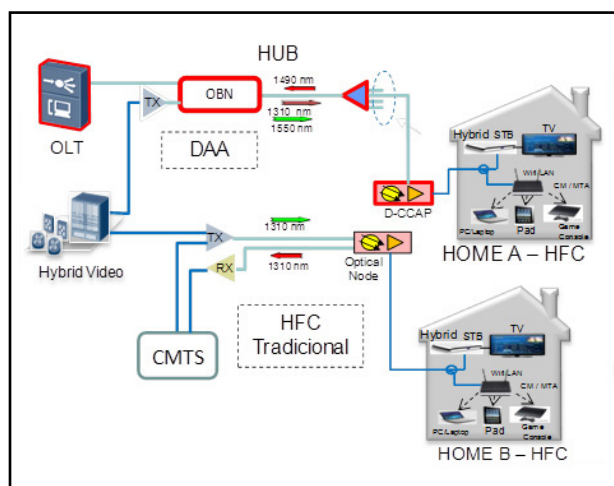
Por, Michael Stevens, Chief Engineer Office, Latin America

Huawei: Tendencias actuales de acceso para cableoperadores

La creciente demanda y competencia en el mercado del acceso a internet, la explosión en el ofrecimiento y transporte de servicios OTT, la desregulación en el servicio de voz, el video interactivo y de mejor calidad (HD, 4K) son algunos de los factores que llevan a plantear topologías de red de acceso con más capacidad y mejores perspectivas de evolución. Este artículo presenta la visión de **Huawei** para cumplir todas estas expectativas.

Las principales tendencias de red de las que se está hablando hoy en día son:

- DOCSIS 3.1
- FTTH (Fibra a la casa)
- DAA (arquitecturas distribuidas)



DOCSIS 3.1 es una buena opción ya que permite llevar capacidades de Gbps a cada área de servicio, y por lo tanto ser capaz de competir de frente con redes FTTH. Sin embargo, requiere anchos de banda con granularidad de 192 MHz para adelante, y 96 MHz para el retorno. Muchos operadores no se encuentran en esas posibilidades, y requeriría una reconstrucción de la red coaxial para acomodar los nuevos bloques.

FTTH es el acceso por excelencia: a prueba de futuro, con menor OPEX que HFC, y con el potencial de servir a todos los mercados, empresarial y residencial. Desgraciadamente todavía es percibido como una alternativa costosa, y que requiere de una plataforma IPTV para ofrecer el servicio de video. Además, también es percibido como una forma de acceso ajena y desasociada del HFC tradicional.

DAA es una relativamente nueva corriente en la que se mezclan las funciones tradicional del receptor óptico con las del CMTS; es decir, el receptor óptico en la planta externa incluye las funciones del CMTS en las áreas de servicio que atiende. Otra característica fundamental consiste en que todo el tráfico DOCSIS al nodo se realiza mediante un enlace Gpon.



Michael Stevens

Huawei cuenta con soluciones de acceso que agrupan las tres tendencias. El D-CCAP (MA5633) es compatible con DOCSIS 3.1, agrupa enlaces FTTx y la red HFC en una sola capa de acceso con el OLT como elemento central. Con esta topología, el cable operador puede preparar su red para múltiples formas de acceso según los mercados que vaya abordando, y no solo con HFC para todos. Arquitecturas distribuidas le permiten al operador de cable combinar diferentes estrategias de red para diferentes mercados. Con la misma red, el operador puede decidir usar D3.0 para ciertos nodos, y D3.1 para otros; o inclusive "montar enlaces FTTx o RF Overlay sobre la misma infraestructura para clientes empresariales o residenciales VIP. Esta topología de red lleva al operador en el correcto camino evolutivo, y es por eso que líderes de opinión en foros como CableLabs y Angacom han votado a favor de arquitecturas distribuidas como la forma preferencial de construir en la actualidad.

Elemental Cloud, la plataforma elegida por Cinépolis Klic

Elemental Technologies anunció que el servicio de SVOD especializado en estrenos de cine, **Cinépolis Klic**, ha elegido su solución Elemental Cloud para el despliegue de su servicio multipantalla disponible para 500.000 usuarios en México.

El servicio complementa la posición de Cinépolis, la cuarta cadena de salas de cines más grande del mundo, presente con 506 complejos en 13 países, incluyendo México, India y Estados Unidos. A partir de su popularidad, la marca ha lanzado un servicio OTT que ofrece promociones creativas para los usuarios.

La solución integrada de AWS y Elemental permite a la plataforma crear una verdadera experiencia multipantalla con distribución de Prensario Internacional

películas a los clientes dentro de un amplio rango de dispositivos conectados. El servicio online incluye más de 1200 títulos de películas, en su mayoría éxitos de taquilla.

Elemental Cloud permite a Cinépolis procesar el contenido de fuente de los estudios. El contenido es almacenado en Amazon S3 y distribuido de manera segura a través de la red de distribución de contenido Amazon CloudFront, a todos los dispositivos conectados disponibles en el mercado mexicano. Las soluciones de video de software definido de Elemental transcodifican contenido de video para entrega multi protocolo, multi DRM, que puede ser fácilmente escalable en la nube mientras Cinépolis continúa su expansión mundial.



Dan Marshall

Dan Marshall, SVP, Worldwide Field Operations de Elemental, comentó: 'Cinépolis Klic es pionero en un nuevo nivel de experiencia de consumo dentro del reino del contenido teatral. Estamos felices de jugar un rol en el soporte de este esfuerzo mientras el servicio Klic se expande en el hogar y alrededor del mundo'.

Soluciones Ópticas de Cabecera para su Sistema de Televisión por Cable



CHP Max5000®

Ahora disponible en AMT, la cabecera óptica CHP Max5000 de ARRIS reúne lo mejor de las Redes de HFC y el Transporte Digital en un sistema escalable, permitiéndole a los operadores acelerar la entrega de VoD, Datos de Alta Velocidad, Telefonía y Servicios de última generación reduciendo el espacio de uso. El Sistema CHP Max5000 ofrece 13 módulos totales en un chasis de 2 unidades de rack (2RU): 10 Slots para módulos de aplicación, 2 módulos para fuentes de alimentación independientes y completamente redundantes y un módulo para administración local o remota.

Características:

- 100% compatible con los requerimientos de DOCSIS 3.1 a 1.2 Ghz.
- Maximiza el uso de la fibra óptica permitiendo desplegar simultáneamente hasta 44 longitudes de onda
- Monitoreo y Administración completas a través del Sistema de Gestión de Elementos CORView.



Para mayor información, comuníquese hoy mismo con su representante de ventas de AMT al Tel: +1-954-427-5711 o visite amt.com

NexTV Series South America: La tecnología y el futuro de la TV



Con organización de **Dataxis**, NexTV Series South America reunió del 15 al 16 de junio en Buenos Aires, a los operadores OTT y de TV paga de Argentina y Uruguay, para debatir como cada año sobre el futuro de la industria de la televisión.

El evento abrió con un panel ejecutivo sobre "El Futuro de las Nuevas Tecnologías de TV", donde participaron **Miguel Fernández**, de **Cablevisión Argentina**; **Guillermo Bertossi**, de **Fox Networks**; **Mario de Oliveira Madeira**, de **Nuevo Siglo de Montevideo**; Uruguay, **Rohit Mehra**, de **Conax**; **Mariano D'Ortona**, de **Turner**, y **Juan Rojas**, de **Encompass**.

Fernández se refirió a la nueva plataforma **Flow**, que lanzará **Cablevisión** antes de fin de este año con 'una mejor experiencia y a la vez mayor ancho de banda disponible' para los usuarios; se utilizarán set-top-boxes híbridos en lugar de los actuales. Bertossi se refirió al foco fuerte de Fox en también mejorar 'la experiencia de los usuarios: 'hay mucha experimentación y trabajo conjunto con los cableoperadores para poder ofrecer el producto en otras interfaces finales'.

Oliveira Madeira afirmó que 'se está desarrollando un OTT sobre la red de otros', en función de la reglamentación en Uruguay que otorga el monopolio de acceso a Internet a la telco estatal Antel; hemos integrado los VODs de **Fox** y **HBO** dentro del mismo sistema, con áreas propias y manteniendo su identidad; la gente prefiere verlo en televisión'. Mariano Bertone señaló que hay dos proyectos importantes, **Esporte Interativo** en Brasil y **Chilevisión** en Chile; también se está trabajando con plataformas digitales como **Facebook**, y en bajar los costos en TV lineal, 'que sigue siendo el negocio más fuerte'.

Acerca del 4k, Juan Rojas comentó la actual diferencia de calidad que se observa ya en HD, que depende de la compresión, y que llevar eso a 4K implicaría cuadruplicar el ancho de banda necesario, con lo cual aparece el problema de los delays (demoras en la recepción de la señal) que 'en deportes son

un problema serio y plantean la necesidad de un balance' entre ancho de banda y calidad de imagen. Rohit Mehra se refirió a la estrategia de Conax frente a estos desafíos que plantea mejorar la calidad, enfatizando la necesidad de que los dueños de los contenidos se sientan 'seguros' con respecto a ellos en medio de la transición que se haga. 'Si no se aseguran los contenidos contra la piratería, los productores simplemente no van a producirlos', enfatizó.

Para Bertossi, 'se han empezado producciones en 4K, pero la inversión que hay que hacer por parte de los productores y distribuidores exige que haya un mercado. vemos lejos un canal de 4K las 24 horas'. Para Fernández, si hubiera una demanda leve de 4K, se resolvería por streaming, que no requiere tanta inversión. D'Ortona considera que los contenidos 'envolventes' (todavía no Realidad Virtual, 'de la que estamos lejos') permiten emitir eventos en 360 grados con la infraestructura existente: hay desafíos, pero se pueden resolver, les veo mayores posibilidades que al 4K' y aportó que 'a los millenials les interesa más el VR que el 4K; tampoco soportan las pausas, en streaming en dos segundos ya se fueron'.

Con respecto al IP y el futuro de la industria,



Panel de CTOs: Juan Rojas, Mariano D'Ortona, Rohit Mehra, Mario Oliveira, Guillermo Bertossi y Miguel Fernández



Ariel Barlaro, de Dataxis, y Gonzalo Hita, de Cablevisión

Fernández dijo que 'los operadores se están preparando para eso, la pregunta es si hay que hacerlo con fibra o cable; tenemos 40.000 Kms de red. Son todas inversiones en dólares y hay aranceles a la importación de tecnología; debemos recordar que todavía tenemos TV analógica'. Bertossi coincide en que 'la migración a un mundo de software es un desafío grande, hay muchos aspectos que considerar y resolver'. Para Oliveira, 'la clave es la flexibilidad, todo va cambiando y hay que adaptarse para que siga siendo negocio'.



Laura Lozes, Eduardo Stigol, Patricio Marin de Inter y Gonzalo Hita



Jossi Fresco, José Favaro y Guillermo Fink de Verizon



Marcelo Juárez de Supercanal y Gustavo Mónaco



Miguel Clutterback de Artear y María Isabel Madriaza de GTD



Konrad Burchardt y Eduardo Stigo



Conoces a
Power & Tel?
Exportamos.

SUMINISTRAMOS PRODUCTOS PARA CONSTRUIR Y DAR MANTENIMIENTO.

Mantenemos stock de productos para Latinoamérica:

- » Gabinetes, Cierres y Pedestales
- » Cables y Conductos
- » Herrajes
- » Equipos para su red de transmisión de datos
- » Energia
- » Equipos Residenciales
- » Empalmes y equipos de prueba
- » Herramientas y equipos de seguridad

ADEMÁS, PROVEEMOS DE SERVICIOS QUE AYUDARÁN A MAXIMIZAR SUS INGRESOS:

- » Manejo de inventario a través de nuestro programa PTMI®
- » Soporte de productos en sus servicios generadores de ingresos, tal como redes residenciales y video

Visítanos en www.ptsupply.com
para conocer como podemos ayudarte

YOUR SUPPLY CHAIN PARTNER | (800) 238-7514 | marketing@ptsupply.com

VIVOPlay: Ficción, coproducciones y nuevos dispositivos

Habiendo superado ya los 100.000 suscriptores en el primer semestre de 2016, **VIVOPlay** se consolida como un OTT de nicho con contenido 100% en español. Durante NexTV South America, su CEO, **Carlos Hulett**, confirmó la producción de una serie juvenil en Venezuela y una coproducción internacional en Colombia.

‘Lanzamos 15 nuevos canales lineales este mes, tenemos contenido VOD, producción original, conciertos de música y ahora vamos hacia la ficción. Cubrimos todos los géneros y llegamos a los latinos en todo el mundo’, dijo Hulett sobre VIVOPlay, un autentico OTT que pronto sumará un nuevo modelo de negocio *freemium*.

‘Estamos trabajando con agencias de medios y anunciantes para hacer ventas de publicidad en un nuevo modelo que estamos implementando de contenido gratuito. Además, somos la plataforma digital con más opciones de suscripción, incluyendo una diaria de USD 1,99, que no existe en



Carlos Hulett, CEO de VIVOPlay (centro) durante el Panel “Estrategias OTT y VOD por Suscripción en Latinoamérica en NexTV South America 2016”

otros servicios y permite ver todo el contenido de VIVOPlay por el día’.

La plataforma tiene una tasa de crecimiento de 20 a 30% mensual; se consumen de 7 a 8 millones de minutos al mes en VIVOPlay, 4 horas al mes es la conexión promedio por persona, y se abren de 10 a 12 sesiones de 25 minutos por mes.

A nivel tecnológico, la plataforma acaba de actualizar sus apps y web. Dijo Hulett: ‘Cerramos un acuerdo importante con **Elemental** para la provisión de in codecs para construir un data-center propio que podríamos instalar en Buenos Aires, Bogotá o Miami. Estamos evaluando todas las opciones. Ya lanzamos en **Roku TV** y pronto estaremos en **Apple TV**’.

En cuanto a contenido, el ejecutivo señaló que lo que más busca la audiencia es información y noticias, aunque las series de **Caracol TV** son otro gran driver. ‘Invertimos en una ficción juvenil realizada por estudiantes de la Universidad Católica de Caracas, que estrenaremos antes de octubre. También tenemos en marcha una coproducción con un canal líder de Colombia sobre una temática que no se ha tratado antes’.

Completó: ‘La tendencia es más producción en vivo y original. Tenemos suscriptores mensuales, pero muchos diarios, por eso implementamos ese modelo de suscripción, que funciona muy bien. Hay que concentrarnos en lo que hacemos bien y pensar menos en **Netflix**, con quien es imposible competir por inversión y peso en el mercado’.



En junio, VIVOPlay celebró dos años en el mercado. Los grandes aciertos para alcanzar esta actualidad, según Hulett, la producción original, que es el verdadero diferencial, ser de nicho, y la plataforma tecnológica: Nuestra app acerca al contenido, no es una entelequia, resumió.

Sobre la industria, señaló: ‘El mercado OTT está escribiendo sus primeros pasos, aún queda mucho por recorrer. A futuro, vemos oportunidades de integración entre operadores y carriers, que pueden tener nuestras plataformas como valor agregado. Los pequeños productores de contenidos también maximizan sus posibilidades con el OTT’.

‘La TV paga migrará hacia el OTT. Esta es una industria donde hay que moverse rápido, por lo que muchos canales abiertos ya no están compitiendo (algunos no tienen estrategia digital alguna). Entre TV paga y nosotros no hay diferencia de modelos: todos buscamos suscriptores que deben pagar para acceder. La diferencia es tecnológica: con IP llegamos a todo el mundo por un costo fijo. Con DTH o cable, llegar a todo el mundo, costaría un dinero difícil de afrontar’.

El ejecutivo concluyó: ‘La hiper segmentación es la clave del OTT. Comenzamos un proceso de evangelización de la audiencia y debemos seguir. El modelo de ventanas debe ir caducando poco a poco si queremos expandir nuestros servicios. La piratería es culpa de la poca disponibilidad de contenido en plataformas legales, no del usuario’.

Más de 40 Millones de metros mensuales

GRUPO CNA es el principal proveedor de cable coaxial para la industria de la televisión por cable desde hace más de veinte años. Nuestra área de producción es una de las mayores y más importante de la industria. Con 4 plantas de producción en **EE.UU., Argentina y México**, producimos más de **40 millones de metros mensuales**.

Nuestra planta de **México DF** y una segunda planta en **San Luis Potosí**, inaugurada en **octubre de 2015**, trabajan con un modelo de investigación continua y tecnología de vanguardia para incrementar la rentabilidad de los clientes y garantizar el suministro del gran crecimiento del mercado, aportando beneficios operativos añadidos como la logística, stocks de seguridad y adecuación de requerimientos técnicos de la mano de los operadores.

Nuestros innovadores sistemas de control de calidad incluyen los últimos equipos de medición que aseguran, **una supervisión continua de las características del cable** garantizando, **bajo la normativa ISO**, la confiabilidad, eficiencia y certificación del proceso y las normas que hoy en día exige la industria.

San Luis Potosí es una de las primeras plantas del mundo que cumple con nuestro firme compromiso para minimizar el riesgo y garantizar la salud laboral de todos los empleados, a la vez que garantiza la reducción del impacto ecológico en los procesos de producción, **incluyendo sistemas de reciclaje constante del agua, economización del consumo eléctrico y el uso de energías alternativas y renovables**.



PREMIUM QUALITY
HECHO EN MEXICO



Qubit.tv: Nueva imagen y expansión regional

Qubit.tv lanzó su nueva imagen y anunció planes de expansión en Latinoamérica, en el marco del gran crecimiento que experimenta la plataforma de SVOD en la región.

La empresa difundió un informe de IMS que indica que en Latinoamérica, hay más personas que miran VOD que TV abierta (81% vs 70%), y afirma que los espectadores de video se encuentran menos expuestos a la TV tradicional y especialmente a la TV abierta.

Facundo De La Iglesia, CEO de Qubit.tv, dijo: ‘Qubit.tv, que en 2015 facturó \$220 millones, continúa con el avance de su negocio con consumidores finales (B2C). Este avance se suma a su tradicional negocio de video on demand marca blanca. Ejemplo del crecimiento en B2C fue su lanzamiento,



el 8 de junio en Guatemala. Creemos que el nuevo logo viene a acompañar este crecimiento de nuestros negocios en la región. Somos una empresa exitosa que lleva cinco años y rentabilidad positiva’.

La nueva imagen institucional de Qubit.tv propone una estética moderna, más atractiva y adaptada a todos los dispositivos en los que funciona la plataforma, a la vez que refuerza el relanzamiento de la marca en el mercado B2C en Argentina, Colombia, Ecuador, Paraguay, Uruguay, y el último incorporado, Guatemala.

Gonzalo Fassón, de la agencia creativa CYD, agregó: ‘Este primer cambio es el puntapié inicial en el lanzamiento de una nueva propuesta que viene a refrescar las ofertas audiovisuales presentes en la región’.

BBC Worldwide firmó acuerdo con Qubit.tv

BBC Worldwide anunció un acuerdo de licencia de contenidos con **Qubit.tv** para ofrecer a sus clientes y suscriptores en Argentina, Colombia, Ecuador, Guatemala, Paraguay y Uruguay, los grandes contenidos de la emblemática compañía británica.

Anna Gordon, EVP y directora gerente de BBC Worldwide Latin America/US Hispanic comentó: ‘A medida que la transformación digital avanza en la región, se generan nuevas necesidades y expectativas en las audiencias, quienes sin duda están marcando la pauta en la forma de ver contenidos’.



www.cablenetwork.net

CNA México S. de R.L de C.V. Eje 5 Sur N°36, Col. Paseos de Churubusco. México D.F.

¡NUEVA PLANTA! CNA México. Avenida USA # 292. Parque Industrial Tres Naciones. **San Luis Potosí, SLP.** México. C.P. 78395
Tel: (52) 55 5640-7287 - Email: ventas.mx@cablenetwork.net

Reinventando el futuro



Accedo: 'La experiencia del usuario es fundamental'

Jerónimo Macanás, director regional de **Accedo**, tuvo una participación destacada en NexTV Series de Buenos Aires. Dio una conferencia junto a CTOs de primer nivel entre programadores y operadores como **Cablevisión** y **DirecTV** de Argentina.

En los últimos años, los programadores han dedicado recursos pero los OTT no son competidores frontales, sino que pueden colaborar con TV paga. Un operador como **Telecentro**, que ofrece **Netflix**, puede complementarlo con deportes. Igualmente, remarca que la gran dife-

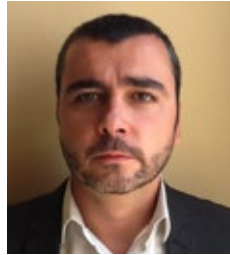
rencia o cambio de paradigma no está sólo en el contenido sino en la experiencia de usuario.

Dijo que Fox hizo algo interesante bajo el paraguas de **Fox Play**, aglutinando todas sus marcas y construyendo así un OTT con todos los contenidos de fácil uso para el usuario. 'Debería ser una tendencia a seguir', afirmó Macanás.

Otros que han evolucionado con **Accedo** son **Net, Globo, NBC** y **Cablevisión**, no sólo a servicios multipantalla, sino definiendo su experiencia. También **Clarovideo** en toda la región y **Movistar**

para Colombia, Uruguay, Chile y Perú con **Movistar Play**. Eso Netflix lo hizo muy bien.

Accedo estará presente este año en todos los NexTV, estuvo en ABTA y lo hará en Andina Link Centroamérica, en septiembre.



Jerónimo Macanás

Vindicia: 'No subestimar la monetización'

Alejandro Couce, responsable para Latinoamérica de **Vindicia**, dijo que hay 'una subestimación a la monetización', en lo que se especializa la marca. 'La mayoría de los proveedores de TV Everywhere la validan con los operadores nada más que como un valor agregado para sus clientes. Crean que van a seguir a **HBO Go** o **Fox Play**, mientras otros piensan en monetización al estilo **Netflix**, desde el día uno. Muchos de los que se ocupan de los videos, el contenido, motores de recomendación, sienten que es algo que no influye', dijo.

Sin embargo, en clientes suyos como **DirecTV** en Estados Unidos, **BBC, NBA, NFL** o el club **Chelsea**, se está demostrado un motor

de administración de suscripciones unido a la facturación y pagos electrónicos, que mejora el ingreso de los nuevos suscriptores, la retención de los mismos y el ingreso por suscriptor. En eso se especializa Vindicia.

Latinoamérica ya representa el 15% de las transacciones mundiales para la empresa, lo que se consiguió en un año y medio de presencia en la región. Hoy Vindicia ha procesado 23.500 millones de transacciones y desde lo tecnológico tiene partners de primer nivel como **Ooyala** o **Accedo**. De sus clientes hay equilibrio entre empresas instaladas y startups que empiezan en OTT.

A nivel regional, ha abierto oficinas en Buenos

Aires, San Pablo y México. Al ser una plataforma que es clave el know how en el conocimiento del suscriptor, puede dedicarse no sólo a OTT sino a cualquier empresa dedicada a servicios de suscripción. A nivel mundial su cartera de clientes incluye **eMusic, Apple Music**, empresas de juegos y revistas como **Fork, NatGeo** y **Newsweek**. Entre los broadcasters se destaca **Turner**.



Alejandro Couce

Amino expandió su mercado

Amino está teniendo un nuevo empuje en la región, sobre todo a partir de mayo cuando adquirió **Boxmedia**, empresa de software finlandesa, que le permitió llevar televisión a otras pantallas. En agosto del año pasado ya se había adquirido **Entone**, que estaba entre sus mayores competidores, según comentó a Prensario **Sandra Conejos**.

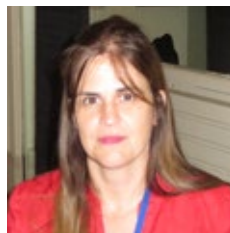
La estrategia clara es expandir el mercado de Amino, que estaba muy acotado al IP. Más allá de

que hay coincidencia con que el futuro es IP, era difícil pensar que los operadores iban a reemplazar la inversión que habían hecho. Así ahora, con las cajas híbridas que se pueden ofrecer, sus clientes se amplían a una telefónica, una cablera y a un operador satelital, y pueden ofrecer sus cajas y soluciones para llegar al usuario final.

Si bien es fuerte lo de los STBs y la transición a IP, ahora tiene también soluciones de software adicionales. En este sentido, incursiona en IOT (In-

ternet de las cosas), con una solución de cámaras de monitoreo en el hogar y otros dispositivos.

Amino estuvo en ABTA de Brasil con stand, al igual que lo hará en IBC. El año próximo, podría ir a la NAB.



Sandra Conejos

Beenius llega a la región

Klemen Logar, gerente de ventas de **Beenius**, estuvo en NexTV Series junto a **Elena Ristova** por primera vez con soporte de **Network Broadcast**, que representa a la marca en Latinoamérica. Está trabajando en la región desde hace dos años y busca entrar en el mercado del middleware.

Hace más de tres años Beenius fue pionera Prensario Internacional

en sumar a los dispositivos de Android en su plataforma. Tiene clientes de la talla de **Ericsson** y luego fue certificada por **Google TV**. Su solución trabaja con operadores de OTT, IPTV e híbridos. Está buscando a todos los ecosistemas, incluso a los que vienen del cable.

Logar confirmó su presencia en la NAB para el próximo año.



Gonzalo Blanco y Alejandro Cubino, de Network Broadcast, Guillermo Bertossi, de Fox, Elena Ristova y Klemen Logar, de Beenius



LÍDERES EN PROVISIÓN DE TECNOLOGÍA PARA REDES DE BANDA ANCHA

- PROVEEMOS EQUIPAMIENTO, SOLUCIONES TECNOLÓGICAS Y SERVICIOS A OPERADORES DE REDES DE DATOS, VOZ Y VIDEO.
- BRINDAMOS ASESORAMIENTO Y SOPORTE TÉCNICO POSTVENTA.

CELEBRANDO
30 AÑOS
1986 / 2016

WWW.BCDUSA.NET

CMTS, CABLEMODEMS, NODOS ÓPTICOS, PLATAFORMAS ÓPTICAS, AMPLIFICADORES, CONECTORES, VIDEO DIGITAL



FTTH GPON, OLT, ONT, IPTV, WIFI CARRIER CLASS



BBC FLORIDA ELECTRONICS CORP.
999 PONCE DE LEON BLVD
SUITE 1110 // CORAL GABLES, FL 33134
TEL // 305 7706368

SALES@BCDUSA.NET

Ooyala, líder en clientes tier 1

Patricio Minns está a cargo de la región

Ooyala es una de las empresas pioneras en OTT para la región, donde se ha fortalecido y está cada vez mejor. Mientras otros se ocupan del *low end*, la marca apunta a los tiers 1 y 2. Incluso empieza a desligarse de la competencia apuntando más a generar valor agregado y resolver más cosas al cliente.

Este año, **Patricio Cummins** asumió la dirección de servicios profesionales y al cliente para Latinoamérica, y el mes pasado estuvo en NexTV Series en Buenos Aires, donde participó en un panel junto a **Pablo Salvatori** de **Clarín Digital**. Allí, dijo que los clientes ven a Ooyala 'como otro tipo de jugador' y que está por agregar un equipo de soluciones profesionales como integrador dentro de ese valor agregado.

Su importancia es tal, que como marca cuenta con un equipo de ventas de 16 personas en la región, sin contar las 70 personas que tiene en Guadalajara, México, como centro de ingeniería y soporte técnico. Es mucho más que la mayoría de las empresas que llegan al mercado.

Ooyala ha cambiado además desde la adquisición de **Telstra**, según remarcó Cummins. Cuenta ahora con la espalda suficiente para ejecutar la visión que tenía desde el inicio de una experiencia personalizada e integrada del video desde el workflow para generadores de contenido, y con una monetización adecuada. Esto implica un expertise en la parte de *media logistics*, y la chance de trabajo off line desde el material de filmación e ingesta, totalmente integrado para el cliente, y monetización de terceros con suscripción y advertising.

El modelo de monetización se destaca con su producto *Pulse*, que optimiza tanto el revenue como el flujo de trabajo, y es líder de mercado en Europa dentro de la tendencia de OVP para la nube. Lo presentó en NexTV junto **Ooyala IQ** para video analytics; **Ooyala Live** directo para los streams en vivo y en VOD y **Ooyala Discovery** para buscar en la librería de contenido. Los comercializa también con partners como **Vindicia** en soluciones pre integradas o **Gigya** para ID management.



Patricio Cummins, en NexTV Series, con Mariano D'Ortona, de Turner

El ejecutivo añadió que se implementará una 'fuerte estrategia de canales' a nivel regional y que su objetivo para este año es 'ampliar la base de clientes en la región', más allá de los 25 actuales, con 20 que son tier 1 como **Sky** en México.

El segundo objetivo es engrosar la cartera de productos dentro de la base instalada de clientes, porque 'es más valioso cuando un cliente te vuelve a comprar', afirmó. Para eso, sigue con la estrategia de presencia local y atención personalizada.

Inview, la nueva guía interactiva de Dish

Crece en todo el mundo

Inview, con su SVP para las Américas **Diego Martínez**, estuvo presente por primera vez en los seminarios de **Dataxis**, dentro de un acercamiento a Latinoamérica. La compañía está muy fortalecida y al mismo tiempo animada por el cierre de un contrato grande con el reconocido operador **Dish** en México.

Es un éxito muy relevante para una compañía en pleno crecimiento worldwide frente a otras de middleware. Es un privilegio ser escogido como un partner tecnológico para una de las compañías referentes en la región.

De la misma manera, Inview está activamente trabajando con las compañías más grandes del mercado de Estados Unidos y se espera que pronto se puedan mostrar otros referentes que sigan adoptando las soluciones de Broadcast, multiscreen y OTT. Esto le daría una consolidación de Inview a nivel regional en las Américas.

Fue protagonista también en una transición del servicio de televisión analógico a digital que arrancó desde hace 15 años en el mercado británico y se hizo fuerte hace cuatro años como especialista en mercados emergentes

con casos de éxito también en Asia y África.

La solución para Dish consiste en un middleware con guía electrónica interactiva muy atractiva y gran acceso al contenido de los canales, que marca una diferencia frente a la que tenía antes. Hacen además servicios de nube, advertising y cross selling desde la nube. Es una plataforma de middleware completa para servicios nuevos e interactivos para un DTH, con la chance de avanzar a una red híbrida para broadcast e IP multipantalla integrado.

La experiencia que trae de Reino Unido le permitió diseñar una capa de software virtual para mejorar las experiencias de usuario de millones de guías actuales en Latinoamérica. De la misma manera esto aplica al mercado norteamericano donde existen millones de adaptadores digitales de bajas especificaciones y muy pobres guías de usuario. Se puede incluso establecer servicios interactivos y generar nuevas formas de monetización con STBs que no tienen conectividad IP.

Otro diferencial es una estructura de capacidad legal y patentes, donde las personas que desarrollan interfaces no tienen que hacer



Diego Martínez

licenciamiento o pagar regalías como si ocurre con otros proveedores instalados en la región.

Caso de éxito en Nigeria

Inview ha tenido una participación importante en Asia y África, donde sobresale un proyecto end to end con el gobierno del país más poblado del continente.

Constitucionalmente todos sus habitantes tienen derecho a señales abiertas pero pueden ser encriptadas, y el gobierno cobra licencia de uso a los usuarios. Es así que es un negocio de 20 a 50 millones de cajas nuevas para ese mercado, donde Inview hizo la integración.



Invitación Especial

19 al 21 de julio - Stand 709
World Trade Center - Mexico DF

FIBERLINK

Solución completa en **FTTH para redes N Play**

Grandes velocidades y calidad de conexión
Red de bajo mantenimiento
Respaldo y garantía InterLink, pioneros en Servicios N Play
Experiencia y asesoramiento en redes, hardware y software
Amplio stock de equipamiento

FLOWDAT

Sistema de Aprovisionamiento para
Redes de Internet

Soporta todos los CableModem del mercado y demás CPE
Redes HFC, FTTH, Wireless
Crecimiento modular
Control Antifraude
Soporte on line y preventivo



InterLink Argentina
Lamadrid 468, Ed. 2, P. 1, Of. 6
(2000) Rosario, Santa Fe, ARG.
Tel.: +54 341 5276650
e-mail: comercial@interlink.com.ar
Web: www.interlink.com.ar

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



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

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

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

Posicionarse para incursionar en un entorno IPTV.

Incentivar el consumo de contenidos lineales Premium.

dibox One, un servicio con dinámica de futuro.

diboxone

WireTech

PROVEEDOR INTEGRAL

Representante exclusivo

Prysmian
Group

OPC
Optical Cable
Cable

ASKA
Communication Corp

Cablematic
Cable Preparation Tools

MOTOROLA

Y la más
completa línea
de equipamiento
para:

- Cabezales de CATV, Analógicos y Digitales
- Redes de Fibra Óptica
- Redes Coaxiales y todo su equipamiento
- Instalaciones domiciliarias.
- Distribución de Internet

Fabricante argentino de cables coaxiales flexibles
Cables .500 - .750 TFC

Casa Central:
Domingo French 831 - Villa Martelli - Pcia. de Buenos Aires
Tel.: +54 11 4709 6650 - ventas@wiretechsa.com.ar

Sucursal Córdoba:
Boulevard Los Granaderos 2722, Córdoba
Tel.: +54 0351 598 0084 - wtsucursalcordoba@arnet.com.ar

www.wiretechsa.com.ar

Expo Cine Video y Televisión: Gran Premiación a Azteca y Televisa

Ratificó la importancia del mercado mexicano de broadcast



Con las máximas figuras del mercado broadcast mexicano, se realizó la edición 24 de Expo Cine, Video y Televisión en el World Trade Center de Ciudad de México. La habitual entrega de premios de **Canal 100** y **Revista Telemundo**, siempre presentados por el organizador **José Antonio Fernández**, fue la más fuerte de los últimos años.

La primera distinción de oro fue para el fallecido **Cenobio Moriel**, recibido por su hijo Claudio, tras 50 años de trabajo como cabeza técnica de **Televisa San Ángel**. Más tarde, fue reconocido José Luis López, de **TV Mexiquense**, por haberla convertido en una televisora pública modelo, moderna y con los tiempos del apagón analógico, junto a sus 32 repetidoras.



El corte de cinta con Televisa y TV Azteca

Otro premio destacado fue el de **Susana Solís**, de Radio y TV de Chiapas y presidente de la **Red de Televisoras Públicas**, por llevar adelante el cambio tecnológico de acuerdo a la Ley de Telecomunicaciones para el apagón. José Antonio Fernández igual destacó que muchos otros lo hicieron del lado estatal como en particular **Canal 11** y **Canal 22**.

También recibió **María García Reyes** de **CTT** como compañía de trayectoria, el artista de sonido **Martín Hernández** y en el premio a los integradores del mercado sobresalió **Amtec**, con Andrés Martínez y su hijo, tanto con **Andrés**



Andrés Martínez Ríos y Andrés Martínez, de Amtec

Martínez Ríos como **Andrés Martínez**, como ejemplo de enlace generacional.

Azteca y Televisa, por la vanguardia con 4k

Pero el momento más fuerte fue cuando se premió por primera vez en forma conjunta a los más altos ejecutivos de tecnología de **TV Azteca** y del **Grupo Televisa**, y a ambos por la innovación con el 4k. Primero fue para **Pedro Carmona**, director de tecnología de TV Azteca, junto a **Ing. Eduardo Kuri**, CEO de **Totalplay**, por haber realizado la primera transmisión de un partido de la selección Mexicana en 4K para la TV paga, abriendo muchas ventanas a este medio. Kuri destacó que tienen 6 millones de casas pasadas y que el 4k está disponible en 20 ciudades a bajo costo. Carmona por su parte destacó el incentivo del corporativo de TV Azteca para las grandes innovaciones.

Luego subieron nada menos que **Max Arteaga** y **Eliás Rodríguez** del **Grupo Televisa**, con otra distinción de oro por su carácter pionero en este tema, donde tienen novelas y series en este formato. Arteaga destacó la pasión con la que encaran su trabajo en la industria. Eliás Rodríguez, tras elogiar a la Expo como aporte a los que se dedican al broadcast, destacó en un buen gesto primero a los colegas y finalmente a todos los proveedores que les hacen posible llevar la vanguardia.

Exposición comercial con buen balance

Todos los días no fueron parejos y tras el brillante comienzo, la concurrencia fue floja los dos primeros días para tener un excelente tercer día con los clientes de mayor envergadura y mantenerse el cuarto. Se volvió a discutir su duración pero no el balance final.

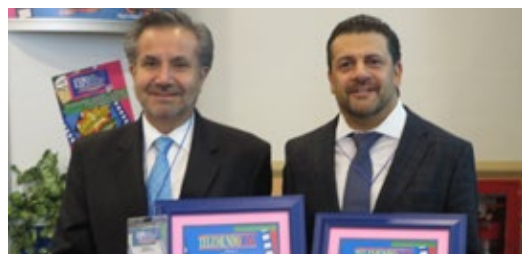
La Expo Comercial lució incluso mejor que otros



José Luis López de TV Mexiquense, y Claudio Moriel, que recibió por su padre, Cenobio Moriel



Max Arteaga, de Televisa, Susana Solís, de la Red de Televisoras Públicas, y Eliás Rodríguez, de Televisa



Pedro Carmona, de TV Azteca y Eduardo Kuri, CEO de Totalplay

años pues, por la crisis que empieza a superarse, la NAB tuvo menor concurrencia de profesionales de México, que si pudieran ver las mismas innovaciones en el WTC dos meses después.

Jorge Camacho de **Magnum** destacó además que fue una expo con mucho IP, que para los grandes sigue siendo riesgoso. **Andrés Martínez Ríos** de **Amtec** agregó que este hubo menos público estudiantil y más de los grandes broadcast que más interesan.

Las principales fiestas y eventos exitosos también se acumularon el jueves por la noche, como fue la fiesta de 25 años de **Amtec**, la tradicional cena de **Excelencia en Telecomunicaciones** con sus representados, y la visita de **Comtelsat** a los estudios para **ESPN**, que se destaca aparte.

Es una tendencia que los integradores mexicanos desarrollen apps locales pues **Excelencia en Telecomunicaciones** lo hizo para los **Juicios Orales**, y **Artec** de **Jaime Tovar** para **Continuidad**.



El organizador José Antonio Fernández con el artista de sonido Martín Hernández

2016 JORNADAS INTERNACIONALES

HILTON BUENOS AIRES • DEL 14 AL 16 DE SEPTIEMBRE

La convención más relevante de América Latina vuelve a abrir sus puertas para recibir a los principales protagonistas de la región, Norteamérica, Europa y Asia.

Jornadas Internacionales expresa su compromiso con la evolución de la sociedad, el acceso a la información y el conocimiento con la presentación de una nutrida exposición comercial, charlas debate sobre la realidad del sector y una serie de conferencias técnicas.



Asociación Argentina de Televisión por Cable

www.atvc.org.ar
(+54 11) 4342 3362
(+54 11) 4345 5074/5



capped
CAMARA DE PROMOCION Y MEJORAMIENTO DE SEÑALES AUDIOVISUALES

www.capped.org
(+54 11) 4374 6932
(+54 11) 4374 6982



Comtelsat mostró casos de éxito en su stand

Su auditorio fue una de las novedades

La grandeza de la expo Cine, Video y Televisión se debe en gran parte a la labor de los integradores mexicanos, que le dan verdadera vida. Un ejemplo es **Comtelsat**, que no sólo se quedó en poner islas para sus marcas sino que armó un calendario propio de seminarios para ellas, con participación de los mejores clientes, temas de real interés y casos de éxito.

Según destacó a **PRENSARIO** su director general para Broadcast, **Israel Gómez**, tuvo en el auditorio del stand, algo novedoso este año, a los técnicos de **Fox Sports** hablando de su elección por **Vizrt**, un ejecutivo de **Aspera** con su estudio de caso de contenidos en la nube para el **Instituto Nacional Electoral (INE)**, **ESPN** con **SAM** y **TDN** con las cámaras **Hitachi**.

Gómez destacó las nuevas marcas, **Ihse** con switchers **KVM**, **ERP** con activaciones para Broadcast, **Gsoft** y **TVU**, a las que ya representaba en Brasil, con parte importante de rental para equipos de uplinks por redes celulares.

ESPN-SAM

El jueves se organizó una visita a los estudios de ESPN, que recibieron a más de 150 personas superando todas las expectativas y con gran presencia de la **Red de Televisoras Públicas**, el **SPR** y el **INE**. Esa visita tuvo un correlato el día siguiente con la presencia en el stand de

Comtelsat de **Manuel Cerdeira**, coordinador de producción de **ESPN**, que destacó el trabajo con el sistema de edición no lineal de **SAM**, con total inmediatez y eficacia. Eso le permite compartir información entre los más grandes centros de ESPN que son el de Connecticut, Los Ángeles y el de México, subiéndola a un server en minutos y sin usar satélite.

Además, remarcó que es un sistema sencillo como para los que apenas saben usar una computadora y que en los 13 años que lo viene trabajando, nunca lo dejó fuera del aire.

Aspera-INE

Comtelsat presentó la solución desarrollada para el INE, donde utilizó los sistemas de **IBM Softlayer** (para datacenter) y **Aspera** (transmisión de datos de alta velocidad) y un API propio para la entrega del material y pauta publicitaria de los partidos políticos a todo el país de forma rápida, segura y eficiente.

Este sistema reemplaza la distribución de tapes a más de 3000 concesionarios de todo el país que deben pasar los anuncios de las campañas políticas en todas sus emisoras en tiempos de elecciones.

Jesus Gallardo, director de pauta, producción y distribución del INE dijo: 'Fue un proceso largo, con el desafío de conseguir



Pedro Silvestre, de Aspera; Israel Gómez y su equipo de Comtelsat; Emilio González Leyva y Jesús Toache López, del INE



Francisco Coronado de SAM, Manuel Cerdeira de ESPN e Israel Gómez de Comtelsat

el consenso y un logro político donde se han vencido los miedos que plantea la tecnología haciéndolo mucho más ágil y eficiente'. Mientras que **Pedro Silvestre**, de Aspera, agregó: 'Aspera y Softlayer son dos productos muy sólidos de IBM que permiten dar todas las garantías de seguridad y desempeño que se requieren en soluciones de tanta importancia e impacto'.

Sistemas Digitales/ Ross Video

Muy buena presencia a lo largo de toda la Expo tuvo **Sistemas Digitales**, de **Enrique Gutiérrez**, siempre con un espacio destacado para **Ross Video** manejado por **Jason Barden**, nuevo responsable para Latinoamérica. Puso énfasis en el lanzamiento de la **Carbonite Black Solo**, versión totalmente compacta y accesible con las funciones del switcher de producción **Carbonite** para los clientes que se incorporan al rango profesional.



Enrique Gutiérrez, de Sistemas Digitales; Jason Barden, de Ross; y Sergio Romero con su equipo de Televisa Locales

Avid: Mayor integración con Orad

Avid presentó en la Expo Cine, Video y Televisión, una mayor integración con **Orad**, empresa con la que se fusionó hace más de un año, que ofrece una solución completa en gráficos de realidad aumentada, publicidad, escenografía virtual, servidores de cámara lenta de hasta ocho canales y una mejor integración con sus productos más tradicionales.

Santiago Santocono, especialista de soluciones para Latinoamérica, comentó: 'Avid presentó en la expo la consola de audio SGL de segunda generación que viene más integrada con el software **Protools** y con mayor versatilidad que le permite ser utilizada en programas como **La Voz o American Idol**'.



Santiago Santocono, especialista de soluciones para Latinoamérica



ESPECIALISTAS EN INTEGRACIONES

Encoding, cloud playout, filebased workflows, media datacenters de media o alta densidad, ad insertion, OTT. Todo esto y más utilizando la tecnología más vanguardista en el mercado.

En Promexar somos especialistas en integraciones, creando una solución a la medida de cada uno de nuestros clientes a través de una atención personalizada.

Tecnología Creatividad y Diseño

www.promexar.com



Simplemente vio un 'salto de calidad' en Expo Cine y Video

Buena recepción de sus nuevos productos

En Expo Cine, Video y Televisión, **Simplemente** tuvo una buena participación, lo que se vio reflejado en los comentarios de sus ejecutivos. **PRENSARIO** estuvo con su CEO, **Mónica Reina**, quien junto al CTO, **Rune Hansen**, se mostró 'muy conforme' con la edición 2016 del evento de Broadcast de México.

'Este año, se notó una muy buena recepción de los productos nuevos que hemos traído, y se nota un salto de calidad en la audiencia que asiste a la feria. Es un público que tiene claro lo que quiere y entiende los detalles a

fondo', señaló Hansen.

Este año, Simplemente ha innovado en el formato para la transmisión IP de los seminarios y presentaciones que se organizaron en su stand. 'Por el éxito obtenido estas transmisiones, se van a volver una tradición', completó el CTO.

Por su parte, Mónica Reina destacó el sistema de estudios virtuales **Zero Density**, y el **Sienna** de **Newtek**, que permite la automatización de los sistemas de broadcast con transmisiones IP como también el buen desempeño de los equipos de iluminación



Rune Hansen, CTO, y Mónica Reina, CEO, de Simplemente

led de **Rotolight**. También remarcó la larga relación con la empresa **Red** desde el 2007, cuyos equipos **Cintel** y **Ursa Mini** se pueden comprar y/o alquilar en Simplemente.

Grupo Diez: Haivision, Wysicom y Barón

El stand del **Grupo Diez** de **Jesús Enríquez** se destacaron las novedades de **Haivision**, **Wysicom** y **Barón**, además de una nueva compañía de uplinks por redes celulares —como **LiveU**, **Aviwest** o **TVU**— que es **Solitón**, que promueve para toda la región **Focuss Digital** de Brasil, que tenía en México a **Robert Houghtaling** y a **André Bezeze**. La manejan desde la empresa en Miami **Palma**. Ya es otra tendencia que los integradores brasileños, ante la crisis local,

emprenden proyectos regionales.

Haivision fue en una alianza con Novotech con grandes proyectos en México; Wysicom trae sistemas wireless y Barón son bases de datos gráficos para servicios meteorológicos con gran soporte en Latinoamérica. Como tema aparte, también empezó a trabajarse de nuevo con **Shure**.

Grupo Diez cuenta además con un gran equipo de ingeniería para soporte al cliente.



Héctor Gómez de grupo Diez con Robert Houghtaling y a André Bezeze de Focuss Digital de Brasil

CTT



Jacqueline Hernández y María de Jesús García

La empresa de rental CTT tuvo un stand con la presencia de la premiada **María García Reyes**. Entre sus equipos, alquila cámaras, plantas generadoras y otras ofertas, pero también hace integraciones como las concretadas en Colombia, Brasil, Costa Rica y Guatemala. La marca tiene 26 años de trayectoria que fueron reconocidos por la organización de la Expo Cine, Video y Televisión con una distinción de oro.

Prensario Internacional

Teknoamérica



Julio Tejada y su equipo en la Expo CVyTV

Julio Tejada dijo que la concurrencia de la expo fue mejorando cada día, y en particular el gran stand que tuvo mucho más atractivo y con muy buena exposición para sus marcas pilares como **JVC**, **Libec** y **Newtek**. De esta última destacó que todos sus distribuidores estuvieron enlazados en la expo con el nuevo protocolo IP **NDI** de **Newtek** que ya es una realidad. Se iba a ver en el evento del 11 y 12 de julio en el Holiday Inn de Doral.

Colorcassettes



Ernesto Aguilar, Elías Fernández Flores y Lorena Páez

Elías Fernández Flores de **Colorcassettes** explicó que **Sony PSLA** decidió no poner un stand directamente sino a través de sus cuatro distribuidores en México, que se pusieron de acuerdo para potenciarse ellos y a la marca para buscar nuevos negocios. Por eso tuvieron stands cercanos entre sí, que se lucieron además con un gran videowall. Colorcassettes promovió sus distribuciones de **Tektroniks**, **Newtek**, y otras marcas con muy buen destaque.



Televisión Digital

Soluciones llave en mano para sistemas de CATV y DTH

Cabeceras Digitales
Modulador IPQAM
Set Top Box (STB)
Encoders HD / SD
CAS / SMS / EPG
Mini CMTS



REPRESENTA Y DISTRIBUYE
ACS INDUSTRIAL Y COMERCIAL

Tel. Paraguay: +595-21-334302

Tel. Argentina: +54-11-6385 0281

info@acsicsa.com

www.acsicsa.com

GOSPELL CHINA

Oficina Principal

Tel: +86 13113672858

zhouyong@Gospell.com

www.gospell.com

Teletec: Nuevo sistema de Media & Entertainment

Combina tecnología VSN, Harmonic y EMC2

Alfonso Vázquez, director comercial de Teletec, se mostró muy conforme con interés generado por la solución de Media & Entertainment para broadcast que este año presentó en la Expo Cine, Video y Televisión, que donde combina productos de VSN, Harmonic y EMC2.

El nuevo sistema permite la automatización de flujos de trabajo con un twist financiero de control y reporte que puede identificar de manera más eficiente redundancias e ineficiencias en los procesos para ayudar a tomar decisiones que afectan directamente a los KPI y Capex de la empresa. Es una solución

que combina sistemas MAM y BPM (Business Process Management), para un resultado de probada eficiencia en el mercado.

Vázquez también destacó el interés que hubo en la feria en las soluciones de intercom RTS, y en la nueva plataforma VSAT de Newtec que permite un empaque de datos en la señal de video sin comprimir con toda la información necesaria para la administración del contenido, permitiendo optimizar la subida y el ancho de banda en transmisiones satelitales sin perder la calidad de la señal de video.

‘A pesar de la crisis económica que ha



Alfonso Vázquez de Teletec y José Carrillo de AVP

afectado al sector, Teletec confía y cree en la economía mexicana y su recuperación’, resumió el ejecutivo.

Net Brains: Foco en la transmisión IP

Conforme con la Expo Cine, Video y TV de México

Net Brains terminó la Expo Cine, Video y Televisión de México, con un balance positivo, según destacó a Prensario Fabiola Lovera López, su directora de desarrollo de negocio. ‘Nos fue muy bien, las empresas buscan soluciones vía web, no tanto inversiones en equipamiento y nuestras soluciones están especialmente diseñadas para eso’, remarcó.

Además, dijo que sus productos ‘funcionan muy bien para productoras chicas y emprendedores, ya cada vez más empresas de este rubro suben series y contenidos por IP’, completó.

La ejecutiva comentó que este año, la feria ‘tuvo cada vez más foco en la transmisión IP

y contenidos en la nube’ y agregó: ‘Es clara que esa tendencia en el mercado, que plantea retos a las grandes empresas de bajar Capex y Opex con una tecnología más versátil. Net Brains busca abrir la percepción de los grandes jugadores del mercado a usar nuevas tecnologías y formas de trabajo más abiertas’.

Añadió: ‘Los clientes que se acercan a nosotros son conscientes y saben reconocer cuál es el software que le da la solución más flexible y la que necesita’. Fabiola Lovera López señaló que las soluciones de Net Brains son posibles ‘gracias a la integración de las herramientas de storage de OSNexus, gestión



Fabiola Lovera López, directora de desarrollo de negocio de Net Brains

de contenidos de IPV y transmisión de video via IP de River Silica’.

especialistas en productos de fibra óptica

Disponemos de stock de productos orientados a la conectividad con fibra óptica, que permitirá satisfacer las necesidades de la industria manufacturera, de telecomunicaciones y datos.

www.fibrastore.com

UNA SOLUCIÓN PARA CADA NECESIDAD

ORGULLOSOS DE SER UNA EMPRESA ARGENTINA QUE APUESTA Y CREE EN EL PRODUCTO NACIONAL

SONDAS PASACABLES INDUSTRIALES DE FIBRA DE VIDRIO



- ✓ Único fabricante del país en ofrecer tres diámetros diferentes: 6,9 y 11 mm.
- ✓ Tenemos diversos largos: desde 25 hasta 350 m.
- ✓ Contamos con entrega inmediata de todas las medidas.
- ✓ Brindamos servicio de reparación del producto.
- ✓ Aceptamos tu contenedor.
- ✓ Tenemos sondas para alquiler.
- ✓ Contamos con Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2008

Accesorios para sondas de fibra de vidrio

Cepillo	Esfera deslizante	Puntera	Tubo de reparación e intermedio	Unión de nylon

Gracias por confiar en Nosotros!

APOYANDO LA INDUSTRIA NACIONAL

DISCAMP DISTRIBUYE VIYILANT FABRICA

GESTIÓN DE LA CALIDAD
RI-9000-1443
OAA
N° 60 901:2008

Envíos a todo el País

4687-5261/7574

www.discamp.com.ar

Axioma Video

Soluciones para transmisión de contenidos

Jorge Ignacio Ibarra, director de **Axioma Video**, dijo que la empresa 'es joven y quiere crecer' en la provisión de soluciones para la transmisión de contenido en todos sus soportes, incluyendo satélite, microondas, celular 3G y 4G. En la expo Cine, Video y TV, exhibió junto a **Zixi** una solución de video IP cuyo protocolo de transmisión 'se está convirtiendo en un estándar en la industria'.

Axioma Video también distribuye productos de **Dejero**, incluyendo una solución de transmisión celular 'que permite transmitir al centro de producción desde cualquier lugar que tenga señal de telefonía y además produce un *dely* muy bajo, de 1,5 segundos'. Tiene además la marca coreana **Nimbus**, de equipos para transmisión wireless por radiofrecuencia, encoders,



Ana Morales, Efrén Morales y Jorge Ignacio Ibarra Director de Axioma Video

antenas satelitales y *Ensamble Design* que se especializa en proveer una solución de convertidores, routers y cross converters. También provee las soluciones de soporte técnico de los productos, garantía de fábrica y refacciones.

Dimtec

Activa participación en México



Jorge Ortiz y Gilberto Hernandez, de Dimtec

Jorge Ortiz, subdirector comercial para Latinoamérica de **Dimtec**, dijo que su participación en la expo fue 'muy atractiva y positiva para ver cómo es el mercado mexicano'. Por su parte, **Gilberto Hernández**, consultor de preventa, agregó: 'Nuestras dos soluciones más fuertes para esta expo fueron la de OTT de **Kaltura**, y la de almacenamiento de videos en la nube de **Alestra**. Ambas 'muy relevantes' para lo que se expuso en la Expo Cine, Video y TV, resumió.

CARTELERA EXPO CINE, VIDEO Y TV 2016



Alfonso Vázquez de Teletec y Jorge Camacho de Magnum



Marco Rabadán de Excelencia, Juan Carlos Salazar de Televisa, Leonel Da Luz y Paulo Azevedo de Grass Valley



Jennifer Castañeda, Irving Ramírez y Luis Fernando López de Teletream



Alfonso Vázquez de Teletec y Roberto Druif de VSN



El equipo de On Air



Amilcar Zozaya, de Accedo y Sam Fares de Sony



Nigel Stoddart, Edgar de la Vega y Neil Wren de Screen



Sonia Massana de Igson



Carlos Becker de Tektroniks, Erandi Arredondo y Alejandro Zavala

TU SOCIO GLOBAL EN CONTROLES REMOTOS Y ACCESORIOS.



UNIVERSAL ELECTRONICS

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

Contacto: Juan Carlos Ocampo - Móvil: 57-311-5987628 - Mail: juan.ocampo@tvnet.co