



Made for minds.

## Ideas frescas para su salud

Déjese inspirar por los expertos en las últimas tendencias en salud y bienestar y descubra el método perfecto para mantenerse saludable con En forma, el programa de salud de DW.

VISÍTENOS EN JORNADAS EN EL STAND N° 39



Deutsche Welle | 53110 Bonn | Alemania  
sales@dw.com

dw.com/enforma

SEPTIEMBRE 2016 | AÑO 21 | # 280

# Prensario Internacional

www.prensario.net

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING



## DONDE QUIERAS CUANDO QUIERAS



DISTRIBUIDO POR:  
**HBO**  
LATIN AMERICA



© 2016 Sony Pictures Television, Inc. All rights reserved. HBO® and Home Box Office® are registered trademarks of Home Box Office, Inc. Apple, the Apple logo, and iPhone are trademarks of Apple Inc., registered in the U.S. and other countries. App Store is a service mark of Apple Inc. Google Play and the Google Play logo are trademarks of Google Inc. Sony Entertainment Television and AXN are registered trademarks of Sony Pictures Entertainment Inc. The Catch © ABC Studios. How to Get Away with Murder © ABC Studios. NCIS © CBS Studios, Inc. All rights reserved. Quantico © ABC Studios. Grey's Anatomy © ABC Studios. Criminal Minds: Beyond Borders © ABC Studios. The Voice © 2016 NBCUniversal Media, LLC. All rights reserved.

## JORNADAS INTERNACIONALES 2016 Informe Especial Cono Sur



WRN-1082



WE-YZBC

### High Power Multi-output Optical Amplifier: WE-YZBC

- ◆ Output ports: 4~64 optional; output optical power: 0~+3dB continuously adjustable.
- ◆ LCD display on the front panel, support Ethernet transponder.
- ◆ 19"2U standard rack, standard equipped with modular hot backup dual power.

### FTTH Optical Terminal Device: WRN-1082&WRN-1082-F

- ◆ Full GaAs MMIC amplification device, the operating frequency is up to 1GHz.
- ◆ Optical AGC function and the max output level is 80dBuV (@+2~-8dBm).
- ◆ Fully keep to IEEE802.3ah standard and support dynamic bandwidth allocation mechanism and multicast VLAN.
- ◆ The max output optical power of TX is +3dBm, the min receiving optical power is -26dBm.
- ◆ It can support full line-rate layer 2 data transmission and the max coverage distance is 20km.
- ◆ Adopt high intensity ABS engineering plastic shell, external DC +12V.



WOS-4000MLD-GD



WOS-4000

### CATV Optical Communication Platform: WOS-4000

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

### Outdoor Modular Optical Node: WR-1004MLD-GD

- ◆ Optical AGC function, LED digital nixie tube display.
- ◆ Fixed attenuator and equalizer, four-way power doubler independently output.
- ◆ RFOG burst mode is optional in the return path.
- ◆ Reserved external C-CMTS RF signal special interface.
- ◆ Cast aluminum waterproof shell, support Ethernet transponder.



### Outdoor Power-pass Taps and Splitters

- ◆ Operating Frequency: 5 ~ 1000MHz.
- ◆ Low insertion loss, small deviation and high isolation.
- ◆ Cast aluminum waterproof housing, 5/8 standard coaxial cable interface.
- ◆ One-way tap, two-way tap, two-way splitter and three-way splitter are full power-pass products; others are the main port power-pass products.
- ◆ The exported products can use European standard or American Standard.

# Bloomberg Television en Alta Definición Llegará a América Latina en Septiembre.

Más de 50 notas regionales diarias en español.

Noticias de último momento y titulares que impactan en los mercados.

Entrevistas exclusivas con CEOs y dirigentes empresariales de primer nivel.



**Claudia Wagner**  
 Head of LATAM TV Distribution  
[cawagner@bloomberg.net](mailto:cawagner@bloomberg.net)  
 +1-212-617-4569

**Bloomberg**  
 Television



• HANGZHOU PREVAIL OPTOELECTRONIC EQUIPMENT CO., LTD

• [www.prevail-catv.com](http://www.prevail-catv.com)

• Production department address: Youyi road No.27-1,

Guail industrial development zone, Xiaoshan Hangzhou

• Tel: +86-571-82559907

• Fax: +86-571-82551107

• E-mail: neoy-xu@prevail-catv.com

# Jornadas Internacionales 2016

## Discutiendo el futuro de la industria

La nueva edición de Jornadas Internacionales en el Buenos Aires Hilton, del 14 al 16 de septiembre, será propicia para analizar y tal vez proponer soluciones para al menos algunos de los problemas que aquejan a la industria de la TV paga, tanto en América Latina como a nivel mundial.

Mientras Argentina es un país donde se ha alcanzado un nivel cercano a la saturación, hay mercados en la región –los principales son Brasil y México– donde existe todavía fuerte potencial de crecimiento, y otros –como Colombia y Perú– donde el problema de las conexiones clandestinas y subreporte arrojan un manto de dudas sobre lo que pueda hacerse a futuro para alcanzar su verdadero potencial.

También es cierto que hay países como Paraguay y Bolivia donde se han registrado avances en este sentido, de modo que no hay que descartar que Colombia y Perú se unan a este grupo de países en desarrollo desde el punto de vista de la industria. Pero, ese optimismo tropieza con la realidad: en Colombia hay más de dos millones de hogares que desde muchos años vienen declarando –incluso a los entes estadísticos oficiales– que tienen acceso a TV restringida, pero no figuran en las estadísticas ni han merecido una interpretación oficial proactiva al respecto. Y en Perú se reconoce que puede haber más de un millón de hogares en igual situación, con parecida inacción oficial al respecto.

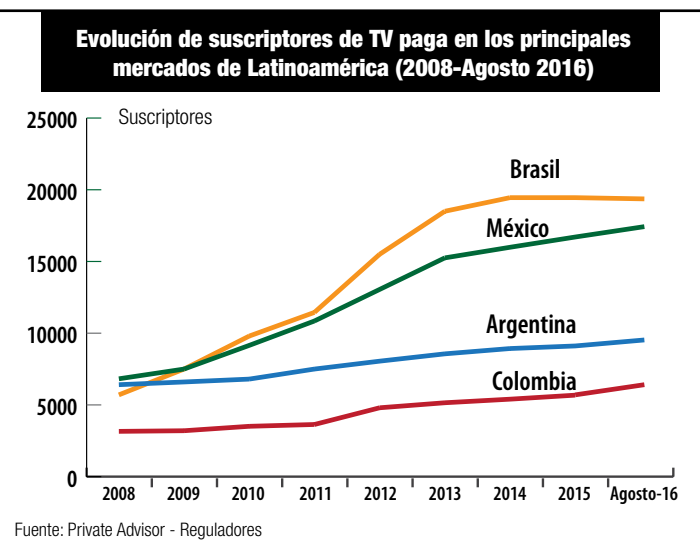
Pero la piratería, el subreporte y las conexiones clandestinas –que para la Argentina está estimado en un 15% o sea otro millón de hogares, pero en un mercado reconocido en alrededor de 9 millones de suscriptores– no es el único problema. Tanto es así que lo



Corte de cinta inaugural, Jornadas 2015: Sergio Veiga (Fox, Capps), Horacio Rodríguez Larreta, Jefe de Gobierno CABA, Patricia Bullrich, Ministra de Seguridad de la Nación, y Walter Burzaco (ATVC)

que más ocupa la atención de la industria en general es el OTT (Over The Top), un acrónimo de escaso sentido que cobra identidad cuando se habla de Netflix pero también comprende a los telcos, como América Móvil, Telefónica y Millicom a nivel regional, y Telecom Argentina en el país sede de la conferencia.

En el Webinar organizado por Dataxis el mes pasado se confirmaron, con cifras, las estimaciones de PRENSARIO: de acuerdo a esta fuente, el volumen de negocios del OTT en América Latina es apenas el 4% del total del negocio de TV paga; en esta misma edición estamos publicado un informe detallado sobre el tema. Lo relevante a efectos de la situación actual es que la industria ve al OTT como una amenaza seria, pese a que el volumen de dinero actual no es relevante. Y



esto es lo que hay que dilucidar.

### Escasez vs. multiplicidad

Hollywood, por utilizar un término que englobe a los principales productores de contenidos que se emiten por cine, video, televisión y plataformas digitales, tiene un esquema de negocios basado en la “escasez”, similar al de los productores de vinos finos: el precio de acceder a un contenido –o a una botella de buen vino– depende de que tal acceso no esté disponible para todo el público: así, una entrada de cine puede costar en Argentina, en estos momentos, hasta doce dólares. Cuando el número relativo de consumidores



Gonzalo Hita, de Cablevisión, Sebastián Pierri, de Telecentro, Antonio Álvarez y Carlos Moltini, de Cablevisión



25 años ofreciendo lo mejor del cine y la televisión para América Latina.

## Jornadas Internacionales 2016

Discutiendo el futuro de la industria



La asamblea de Tepal 26, que volverá a reunirse en Jornadas

flaquea –en una semana o en siete meses–, el precio baja. Una vez que el público dispuesto a pagar una entrada de cine ha sido agotado, comienza la distribución en Pay Per View (PPV), video (DVDs) y TV premium, generalmente en ese orden. Luego sigue la TV paga básica y finalmente, cuando queda mercado, la TV de aire, donde hoy solamente llegan los “tanques” y películas con valor residual.

Las plataformas digitales parten de un concepto diametralmente opuesto: la “multiplicidad”. Se estima cuánta gente puede estar dispuesta a pagar un precio básico reducido, que en los Estados Unidos está entre un dólar por vez (PPV o TVOD, Transaccional Video On demand) y diez dólares por mes (SVOD, Subscription Video On Demand). El desafío es, con un precio bajo, llegar a tantos interesados que la facturación final sea superior a la que resultaría del esquema por “escasez”.

Apple fue la primera en probar esto con iTunes y descubrió que las ventas caían cuando se excedía el precio de un dólar. Netflix lo sufre con cada aumento de precio que debe aplicar para pagar por sus contenidos originales, como *House Of Cards* y ahora *Stranger Things*.

El problema es que ambos esquemas son incompatibles entre sí. No existe un modelo de negocios que combine “escasez” (o “restricción”) y “multiplicidad” al mismo tiempo, si bien se puede pasar de uno al otro: por ejemplo, una serie de Hollywood que aparece tiempo más

tarde en Netflix. Por supuesto, a los estudios se les ha ocurrido que, en lugar de cederle los derechos a Netflix, se pueden seguir explotando. Así nació **Hulu** en los Estados Unidos, y sistemas como **Crackle**, de **Sony**, que son gratuitos con publicidad.

De esta disrupción surgieron los cord-cutters (cortadores del cable), personas que anularon su suscripción a cable para suscribirse a Netflix u otro servicio similar (**ClaroVideo**, etc.) y los skinny bundles (paquetes de programación “flacuchos” o “delgados”, con no más de 30 canales) a menor precio que el abono a cable básico. El argumento de la TV paga lineal es que estos paquetes no disponen de la variedad de programación que ofrecen los paquetes básicos, pero en definitiva es una cuestión de dinero: la gran mayoría de las personas no sintoniza más de siete a diez canales, de modo que tener 130 a disposición no los impresiona. Un gráfico publicado en julio por la newsletter **Private Advisor**, con datos de Kantar Ibope Media, revela que, en América Latina, con los treinta canales de mayor audiencia se cubriría casi el 80% del total de la audiencia.

### TV Everywhere, la TV en todos lados

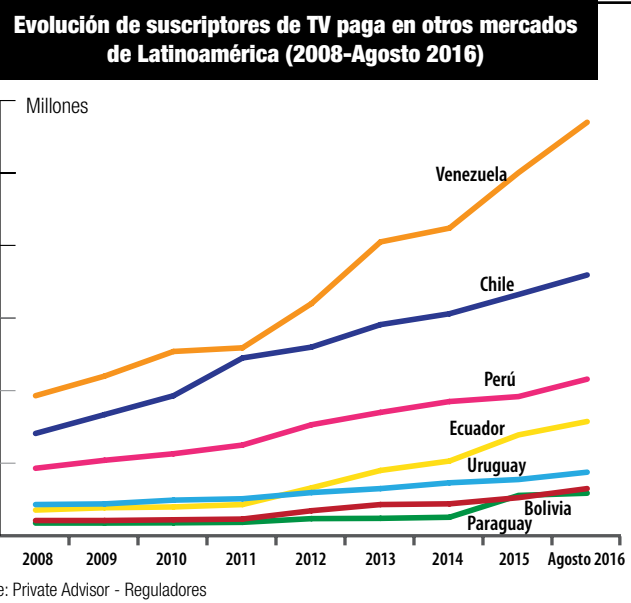
La TV paga lineal ha respondido a los OTT con la TV Everywhere, que es básicamente la disponibilidad de la programación en dispositivos móviles, a través de Internet (generalmente WiFi) para su consumo en lugares no cubiertos por la red física de cable. Esto resuelve en principio la necesidad de acceder a contenidos ‘en cualquier parte, en cualquier momento’ ya que permite ver en secuencia varios episodios de una serie (lo llamado binge viewing, algo así como “consumo en exceso”) y el ‘catch-up’ (“ponerse al día”) cuando no se ha podido sintonizar un programa en el momento en que fue exhibido.

Pero, los diferentes programadores no han logrado ponerse de acuerdo en cuanto a los procedimientos de acceso a su programación, los niveles de disponibilidad y las normas

de seguridad para evitar la piratería; de este modo, los niveles de utilización, hasta ahora, han estado por debajo de lo esperado por quienes han impulsado este sistema. Han habido éxitos puntuales, cuando se ofrece cierta exclusividad: la posibilidad de acceder a episodios de una serie antes de que éstos sean emitidos por el canal habitual; pero, han sido excepciones más que la regla.

Esto no quita que el sistema pueda convertirse en masivo a futuro, si se simplifica el procedimiento de acceso, se multiplican los acuerdos entre distintos operadores y se amplía el área de cobertura del sistema.

Una de las desventajas de la TV Everywhere es que la duración de los derechos de emisión de cada programa está limitada al tiempo del contrato del productor original del contenido



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

TM & © 2016 MARVEL, SATELITAL S.A., UNA COMPAÑÍA DE TIME WARNER. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.



# NAFTASÚPER

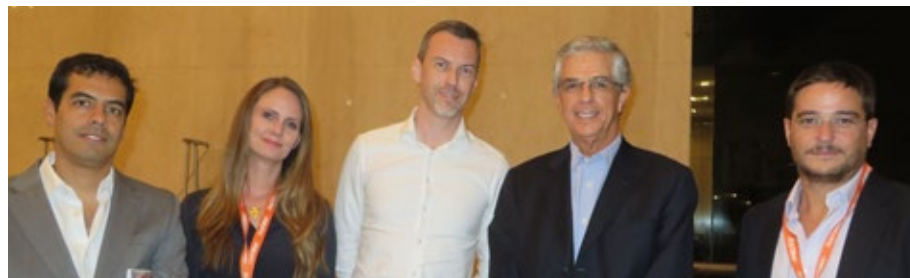
LA JUSTICIA LA LIGA

NUEVA SERIE  
ESTRENO 19 DE OCTUBRE | 23 HS.



# Jornadas Internacionales 2016

Discutiendo el futuro de la industria



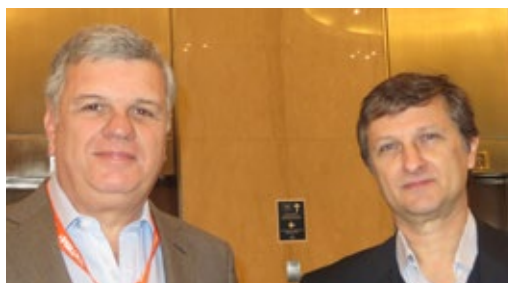
Gonzalo Arrisueño, Lizbeth Ericksen, Frederic Groll-Bourel, Peter Kothe y Julián Rodríguez, de Movistar



Luciano Marino, de Millicom, y Carlos Moltini, de Cablevisión Argentina

con el distribuidor; éste puede ser un canal de TV paga de esa misma empresa, si se trate de los estudios de Hollywood. Cada acuerdo tiene un lapso definido, que puede ser de un año o dieciocho meses, por ejemplo; pasado ese lapso, a menos que se pague un adicional (esto se llamaba "syndication" por los canales independientes que compraban series estrenadas antes por otros medios en Estados Unidos) los derechos pueden ser vendidos a otro distribuidor, Netflix u otro OTT. Esto hace que las temporadas iniciales de series que son éxito actual en la TV lineal deban ir a buscarse a Netflix, estando disponibles en TV Everywhere sólo los episodios más recientes.

El panorama se completa con los servicios por Internet operados en algunos países por los propios dueños de los contenidos, **HBO Now**, que no requieren estar suscrito a un sistema de cable o satélite. En este caso, los productores tratan de llegar a aquellos usuarios potenciales que tienen banda ancha pero no



Miguel Benavente y Mauricio Skorulski, de Montecable de Uruguay

están suscriptos a TV paga lineal; los cord-cutters también suelen suscribirse. En Europa hay países con más de 80% de penetración de Internet pero sólo 40% de acceso a cable o satélite, esto ofrece un público potencial significativo. HBO es de las empresas que se ha negado a licenciar sus programas a Netflix.

### Panorama regional

Por el momento, no existen en América Latina estadísticas concretas de gente que haya 'cortado el cable' o la suscripción a TV satelital aunque se sabe que existen. Lo que se puede inferir es que esto ha frenado la expansión de la TV paga lineal en mayor o menor grado en cada uno de los países, y podría haber una correlación con la disponibilidad de banda ancha confiable en cada uno de ellos. Hay acuerdos puntuales, como los de Netflix con **Antel** de Uruguay o Telecentro de Argentina, entre otros, por los cuales el sistema de fibra óptica o cable facilita el acceso al OTT; en Argentina se espera también que **Cablevisión-Fibertel**, con el nuevo sistema operativo previsto para fines de este año, ofrezca facilidades similares.

El fondo de la cuestión es que Netflix está comenzando a ser considerado un 'servicio complementario' del cable, como la TV paga premium. Esto va reemplazando a que sea visto como un competidor que utiliza las redes del cable sin pagar por ello, el concepto inicial que condujo en los Estados Unidos al debate de la "neutralidad de la red" que finalizó en el ámbito de la FCC; pero, también llevó a convenios de Netflix con las principales MSOs de cable para agilizar la llegada de sus contenidos a los usuarios.

Uruguay ha crecido en forma moderada, dentro de las limitaciones marcadas por su población de cerca de 3,5 millones de personas. La misma moderación se da en Colombia, donde han vuelto a la actividad varios de los "cableros" originales, que en su momento vendieron a

### Netflix: Índice de velocidad de descarga, por país en Latinoamérica (Julio 2016)

<b>Argentina</b>	<b>2.25</b>
Telecentro	3.27
Cablevisión - Fibertel	2.43
TeleRed	2.19
<b>Brazil</b>	<b>2.56</b>
Net Virtua	3.00
Live TIM	2.95
GVT	2.83
<b>Chile</b>	<b>2.94</b>
GDT Fiber	3.68
VTR	3.39
Claro	3.06
<b>Colombia</b>	<b>2.48</b>
ETB	2.85
Telmex	2.58
UNE	2.50
<b>Costa Rica</b>	<b>1.96</b>
Telecable	2.41
Tigo Star	2.33
Cabletica	2.20
<b>Ecuador</b>	<b>2.21</b>
Netlife	3.27
Claro	2.68
TV Cable	2.25
<b>Jamaica</b>	<b>2.31</b>
Digicel Play	3.27
Flow	2.43
DEKAL	0.89
<b>México</b>	<b>2.87</b>
Axtel Xtremo	3.48
izzi	3.20
Cablevisión Monterrey	3.02
<b>Panamá</b>	<b>2.90</b>
Cable Onda	3.12
Cable & Wireless	2.29
<b>Perú</b>	<b>2.32</b>
Claro	2.37
Movistar	2.35
OLO	0.63
<b>Uruguay</b>	<b>2.68</b>
Antel	2.68

América Móvil –convertida con ello en líder del mercado– o en algunos casos se retiraron directamente. La influencia de los canales "comunitarios" sigue siendo tema de polémica, desde que declaran una cantidad de suscriptores que no se condice con su capacidad de presencia en shows como Andina Link o de polemizar con el gobierno acerca de una ley que trató de convertirlos en operadores comerciales y que parece haber quedado en suspenso. En Ecuador y Venezuela, el Estado ha impulsado un fuerte crecimiento de la base de suscriptores, con estrategias de promoción que han afectado a los operadores privados.

Brasil es un caso especial porque la base de suscriptores se ha mantenido fija o aún descendido ligeramente en los últimos doce meses, pero crecido marginalmente en junio y julio pasados. Si bien existen causas que explican esta situación, como la recesión

LA NUEVA EXPERIENCIA MULTIPLATAFORMA DE DISCOVERY KIDS  
+ EPISODIOS + JUEGOS + ACTIVIDADES



CUANDO QUIERAS,  
DONDE QUIERAS

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



VENTAS AFILIADOS: +54 11 4000-4030 / 4031  
SERGIO CANAVESE - REGIONAL DIRECTOR  
CLAUDIO SANTIAGO ISOLANI - ACCOUNT MANAGER



# Jornadas Internacionales 2016

Discutiendo el futuro de la industria



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

Panel de CEOs 2015: Eduardo Stigol, Carlos Moltini, Luciano Marino y el moderador, José Crettaz

económica y la inestabilidad política, el estancamiento podría deberse a un aumento del "churn" (rotación habitual de suscriptores que

puede ser de hasta 15% anual) o el cambio de criterio con los clientes morosos por parte de los proveedores. Esto, más allá de que Brasil sea el segundo país de la región en número de suscriptores de Netflix.

México es actualmente el líder en usuarios de OTT, con Netflix controlando el 56% y Claro Video el 25% de ese mercado, según Dataxis.

Sin embargo, su TV paga lineal creció en los últimos doce meses en el orden de 10%, aunque en parte por una circunstancia externa: el gobierno de Enrique Peña Nieto ordenó cumplir con el "apagón analógico" al 31 de diciembre de 2015 y llevó a muchos hogares a suscribirse a TV paga en lugar de comprar un receptor digital o un convertidor para poder seguir sintonizando los canales de aire. Otra explicación concurrente podría

ser éxito del sistema de TV prepaga de Sky, que aplica los criterios que han impulsado a la telefonía celular en todo el mundo: el usuario adapta el uso a sus medios económicos. DirecTV también ofrece TV prepaga en países de la región, pero no se dispone de mayores datos sobre su influencia en las finanzas de esta empresa, adquirida el año pasado por AT&T. Como ya se mencionara, Bolivia y sobre todo Paraguay han registrado incrementos en sus bases de usuarios, atribuibles al ingreso de la telco luxemburguesa Millicom en estos mercados y una mayor competencia entre telcos en Paraguay, en tanto la estatal Entel Bolivia y las diferentes cooperativas telefónicas en distintas ciudades de esa nación han incentivado el acceso a TV paga lela, más allá de las decenas de miles de antenas parabólicas presumiblemente clandestinas que pueden ser observadas a lo largo de sus calles y caminos.

Suscriptores de TV paga por país, por tecnología en Latinoamérica (Agosto 2016)			
Pais	Cable	DTH	Total
Brasil	8.100.000	10.940.000	19.040.000
México	8.180.000	10.530.000	18.710.000
Argentina	6.840.000	2.530.000	9.370.000
Colombia	4.450.000	1.670.000	6.120.000
Venezuela	2.200.000	3.500.000	5.700.000
Chile	1.880.000	1.720.000	3.600.000
Perú	1.720.000	420.000	2.140.000
Ecuador	670.000	920.000	1.590.000
Uruguay	590.000	295.000	885.000
Bolivia	630.000	130.000	760.000
Paraguay	395.000	240.000	635.000

## Jornadas Internacionales: the Lat Am pay TV industry meets in Buenos Aires

The oncoming Jornadas Internacionales conference and trade show held this month in Buenos Aires will shed new light on the linear cable television industry in a region where it may still grow strongly in some of its markets while is close to saturation point at the host nation, where penetration is around 90%.

As in the States and most of the world, both the programmers and the cable operators are deeply concerned about the growth of the OTT contenders, headed by Netflix but comprising also the telcos: Mexican America Móvil, Spanish Telefónica, and recent entrants Millicom and AT&T.

The concern about the OTT surge, so far, has not been fully backed by the data available: according to Dataxis, the revenues of these companies add up to only 4% of what linear television is obtaining from the region. The level of OTT activity, however, is higher because its ARPU is substantially lower: according to the same source, at Year End 2015 there were 10.18 million OTT accounts (against a linear pay TV universe of some 73,3 million, according to *Private Advisor*) but, through the multiple-subscription system, some 30.48 million people were reached. And, Dataxis expects OTT to grow to 68 million subs by 2012, while linear TV will be at 91 million households.

Linear TV has its own problems to solve, starting with some 2 million households in Colombia that report receiving multichannel television yet do not appear in official subscriber counts, about a million in Peru in a similar situation and high piracy and undercount figures in Central America. The privately owned cable operators also face competition from the government in Venezuela and Ecuador, while in Uruguay state-owned telco Antel has the monopoly on Internet access, a situation that has been recently judged unlawful by the Supreme country in this nation. As positive developments, Paraguay and Bolivia, for many years dismissed by the industry as fringe markets, are becoming better known, thanks to joint action by their governments and, yes... the telcos.

Jornadas Internacionales has an advantage: it's the only trade show in the region organized jointly by a partnership between a cable television entity ATVC, and a programmer association, Cappsa. This fuels dialogue between two sectors of the industry that, to continue thriving, will need to work in reaching agreements over a number of issues, including easier customer access to TV *Everywhere*, the tool designed to reach the 'anytime, anywhere' viewing goal that, so far, has gained little acceptance among users, according to the recent Dataxis report.



www.aztvdepaga.com

# Agenda preliminar de actividades **2016** JORNADAS INTERNACIONALES

## Miércoles 14 de Septiembre

- Acreditaciones: 8 a 18 hs.
- Exposición Comercial: 11 a 19 hs.
- TEPAL Reunión Junta Directiva: 9 hs. (por invitación)
- Conferencias Académicas
- Sesiones Académicas Técnicas

## Jueves 15 de Septiembre

- Acreditaciones: 8 a 18 hs.
- Exposición Comercial: 11 a 19 hs.
- ACTO INAUGURAL: 11:30 hs.
- Conferencias Académicas
- Conferencia CAPPSPA
- Workshops Técnicos
- VII Jornada de Capacitación Audiovisual (para productores de programas de televisión): 10:30 a 16:15 hs.

## Viernes 16 de Septiembre

- Acreditaciones: 8 a 16 hs.
- Exposición Comercial: 11 a 17 hs.
- Conferencia SCTE (Society of Cable Telecommunications Engineers USA)

## Conferencias Académicas

Salón Atlántico C Hilton Buenos Aires

## Miércoles 14 de septiembre

### 15.00 Horas: La convergencia y la necesidad de inversión

La convergencia exige, además de reglas de competencia, el acceso a nuevas tecnologías y desarrollos. La velocidad de expansión y diversificación de los servicios, requiere una capacidad de inversión cada vez mayor, y contar con espaldas para la competencia. Competir en este sector implica una relación dinámica entre tecnología y capacidad de inversión. Para ello las empresas deben conocer de qué forma acceder a apalancamiento financiero y créditos. La industria es uno de los sectores más atractivos para inversiones seguras y es necesario saber cómo convocarlas.

### 17.00 Horas: Marcos regulatorios y políticas de Estado

Herramientas para convertir a las telecomunicaciones en motor

del desarrollo

Cuáles son los Ejes que un nuevo marco regulatorio debe abordar para construir una convergencia equitativa. Las realidades locales y el rol de las PyMEs en los nuevos escenarios de convergencia. También la necesidad de sostener el rol social de las comunicaciones a nivel local y nacional.

Los cambios de la economía a nivel global, el aumento del valor del conocimiento, la necesidad del acceso a internet, la promoción de inversiones y eliminación de la brecha digital, son los ejes centrales del nuevo marco.

## Jueves 15 de septiembre

### 15.30 Horas: Convergencia: desafíos y alternativas para la industria

La aceleración de la convergencia en todo el mundo, tanto de servicios como de plataformas, plantea desafíos y alternativas que deben ser abordados por el sector de los Cableoperadores para asumirse como reales operadores de telecomunicaciones convergentes que incluya la movilidad.

## Conferencias de CAPPSPA

En el marco de Jornadas, y como viene realizando en los últimos años, CAPPSPA presentará dos conferencias dictadas por dos de sus asociados.

1) Principales Tendencias globales en Medios & Tecnología. Una presentación con análisis y predicciones sobre las principales tendencias que están cambiando el negocio de los medios en el mundo, incluyendo gaming, realidad virtual, plataformas de mensajería, y la nueva televisión. Disertante: Felipe De Stefani, Gerente General de Turner Internacional Argentina

2) HBO: 25 años en Latinoamérica. HBO cumple 25 años de presencia en Latinoamérica, y presenta un breve resumen de este cuarto de siglo en la región, así como las innovaciones que ha liderado. Se dará un vistazo al contexto actual de la industria y el papel de HBO Latin America en ella. Disertante: Javier Figueras, Vicepresidente Corporativo de Relaciones con Afiliados en Latin America Group.



VIAJES Y CULTURA

## Su puerta a Japón y al resto de Asia



COCINA



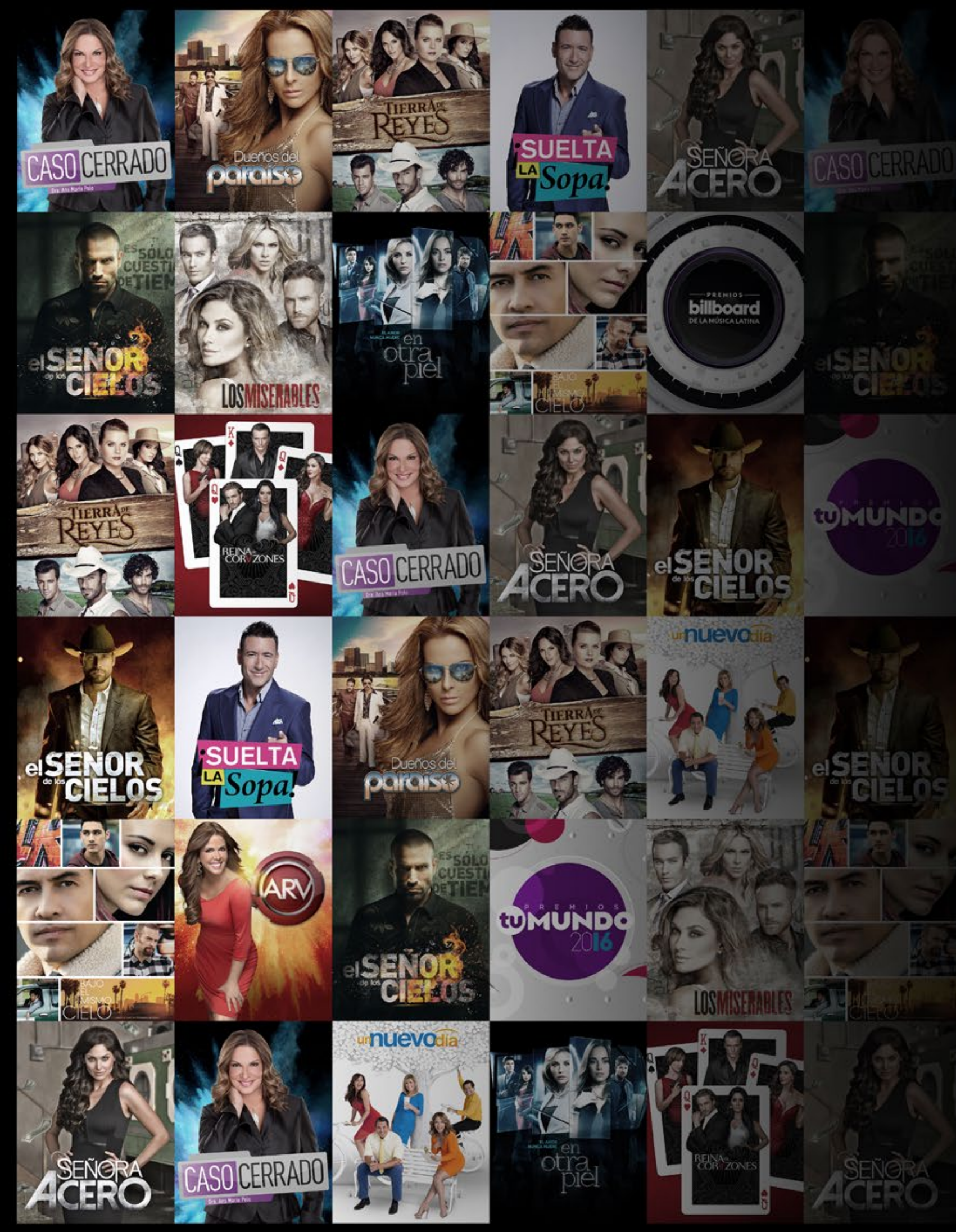
NOTICIAS

SUMO

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

[nhk.jp/nhkworld](http://nhk.jp/nhkworld)








**TELEMUNDO**  
INTERNACIONAL

**TODO LO QUE QUIERES VER**

SÚPER SERIES, FARÁNDULA, ACTUALIDAD, PREMIACIONES, MÚSICA,  
MAGAZINES, REALITIES, SERIES, TELENOVELAS.

[telemundointernacional.com](http://telemundointernacional.com)

   /telemundointl



TELEMUNDO INTERNACIONAL ES UN CANAL DISTRIBUIDO POR





## Cablevisión lanza su OTT y avanza en banda ancha y telefonía móvil

Concreta un plan de inversiones de USD 450 millones

‘Es un año lleno de desafíos’, afirmaron **Gonzalo Hita**, COO de **Cablevisión**, y **Antonio Álvarez**, gerente de programación, sobre lo que ha sido este 2016 y lo que todavía resta por acontecer; el lanzamiento del esperado OTT del principal MSO de Argentina, que ellos definieron como ‘único’ y ‘disruptivo en la región’ y que está anunciado para el último trimestre.

‘Nos encontramos transitando los últimos pasos antes del lanzamiento de nuestra nueva plataforma de TV Everywhere, con la que buscamos dar más y mejores contenidos a los clientes. Esta vez, redoblando la apuesta para que puedan consumir desde el dispositivo deseado, contenidos en línea o ya emitidos, dentro y fuera del hogar’, destacaron a **PRENSARIO**, y remarcaron el objetivo de ofrecer ‘un producto de vanguardia’.

El producto se comercializará bajo el nombre **Flow** y estará dirigido sólo a los clientes de Cablevisión. ‘La nueva plataforma ofrecerá la programación y los contenidos de Cablevisión en formato lineal y no lineal en primeras y segundas pantallas. A ello, sumaremos una numerosa cantidad de funcionalidades para crear una nueva experiencia de entretenimiento personalizada que exceda los límites del hogar, como el VOD, Network DVR, Start Over y Reverse EPG y la posibilidad de disfrutar la televisión lineal en cualquier lugar y dispositivo’.

Pero los desafíos no están sólo en la parte de video. Sobre la oferta de Internet, operada a través de la marca **Fibertel**, dijeron: ‘Hemos duplicado la velocidad de nuestro servicio más económico, pasándolo de 3 a 6 Mbps, sin costo para nuestros clientes. Y, si bien *Evolution* es el tope de gama en esta tecnología, la velocidad más comercializada, que hasta ahora era de 12 Mbps, ha pasado a 25 Mbps. Más dispositivos conectados en el hogar necesitaban más ancho de banda para asegurar la experiencia y procuramos que eso suceda’.

### Plan de inversiones

‘Estamos comprometidos con un ambicioso plan de inversiones que nos permitirá ofrecer productos innovadores, actualizar nuestra

infraestructura y desarrollarnos ofreciendo más servicios, dando la mejor experiencia de conectividad tanto para el hogar como para el individuo’, dijeron Hita y Álvarez.

Y explicaron: ‘Este año, la compañía ha comprometido inversiones de USD 450 millones, que nos permitirán realizar los desarrollos de infraestructura y negocio necesarios para cumplir con nuestro objetivo de posicionarnos como un jugador pleno de la industria de telecomunicaciones, ofreciendo los mejores servicios a nuestros clientes’.

‘El lanzamiento de Flow, la actualización de nuestra infraestructura de redes y el desarrollo del negocio móvil son pilares fundamentales en los que se comprometerán las inversiones de este año’. En 2015, Cablevisión compró **Nextel Argentina**, hasta entonces el cuarto operador de telefonía móvil del mercado, avanzando en sus intenciones de convertirse en operador de triple play. Más tarde, se conoció la adquisición de empresas adjudicatarias de espectro en las bandas de 900 MHz y 2,5 GHz, necesarias para el despliegue de 4G LTE en el área metropolitana y algunas ciudades del interior del país.

### TV paga: 3,5 millones de suscriptores

El MSO opera televisión por cable para 3,5 millones de suscriptores e Internet banda ancha para más de 2 millones. Dentro del servicio de televisión, más de 700.000 hogares tienen HD, accediendo al mismo tiempo a su plataforma VOD, **Cablevisión On Demand**, disponible en Capital Federal y AMBA, La Plata, Córdoba, Rosario, y los recientemente lanzados Santa Fe, Paraná y Mar del Plata. ‘La tasa de uso supera ampliamente nuestras expectativas; nuestros clientes HD disfrutaban más de 4,5 millones de contenidos a demanda por mes’, señalaron.

Dijo Antonio Álvarez: ‘Ya contamos con más de 47 señales HD. Este año incorporamos a esa oferta, los canales Quiero Música, ESPN, ESPN 2, Formula 1, América 2 y 26 TV, y en breve, lanzaremos TNT Series HD y Cartoon Network HD. Esperamos terminar el año con más de 60 señales de alta definición. Nues-



Gonzalo Hita

Antonio Álvarez

tra intención es tener toda nuestra oferta de canales en HD’.

Y agregó: ‘El lanzamiento de la señal Formula 1 HD tuvo un muy buen impacto y recepción de nuestros clientes, ya que les permite vivir todas las carreras del año en vivo. También sostenemos la estrategia de emitir los partidos de la Liga Española, con el Barcelona y el Real Madrid, que ha generado alto grado de satisfacción a nuestra cartera de clientes analógicos, digitales y HD. También lo han sido las emisiones de la Eurocopa 2016, la final de la Copa del Rey (Barcelona – Sevilla), la final de la Supercopa de España (Sevilla – Barcelona), Peñarol – River Plate (inauguración del estadio de Peñarol) y la Copa Argentina, entre otros. Además, este año tuvimos nuevamente en exclusiva la emisión de la señal 24hs. de *Gran Hermano*’.

### Mercado argentino

Finalmente, se refirieron a la TV paga en Argentina. ‘Este mercado se encuentra inmerso en el conjunto de la industria de telecomunicaciones y por ende no escapa a las enormes transformaciones que esta industria viene atravesando. Cambiaron las formas de consumir contenidos y éstos se ajustan cada vez más a los hábitos y preferencias de los usuarios, que viven conectados las 24hs’.

‘En consecuencia, las empresas nos encontramos trabajando en pos adaptarnos a este nuevo paradigma, para ofrecer productos adecuados a la demanda, la disponibilidad de contenidos atractivos en plataformas modernas y la movilidad, sumado a una red cada vez más potente en lo que a transporte de datos se refiere, serán nuestros pilares de desarrollo’.



¡UNA VEZ QUE NOS PRUEBAS, NO VAS A PODER PARAR!



LA RECETA DEL MEJOR ENTRETENIMIENTO



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





## Telecentro lanza decodificadores que integrarán Netflix

Sigue creciendo en su oferta HD

Sebastián Pierri, gerente general de Telecentro, destacó un balance 'muy positivo' para el operador de triple play de Argentina. 'No nos equivocamos cuando apostamos a seguir innovando, a continuar en este camino de desarrollo tecnológico, y la respuesta del mercado fue muy buena'.

Y agregó: 'Este año, hemos mejorado mucho nuestra oferta de servicios, apostando a la alta definición en televisión y sumando nuevas señales HD a nuestra grilla. En Internet seguimos siendo los proveedores con la velocidad más rápida del país, con una oferta de hasta 300 Mbps'.

El lanzamiento de su oferta de Internet de alta velocidad de hasta 300 Mbps se concretó en diciembre del año pasado, cuando Telecentro celebraba sus 25 años en la industria. Sobre ese hito, Pierri expresó: 'Fue sorprendente; tuvimos mucha repercusión no sólo en nuestros clientes y potenciales, sino también en el mercado, que reconoció este lanzamiento como muy importante para el avance de Internet en nuestro país. No es fácil poder lanzar esa velocidad de Internet residencial al mercado, y estamos orgullosos de poder ser los primeros en Latinoamérica en sumar a nuestra oferta un servicio Premium de calidad inigualable, con la última tecnología, y la mejor red de fibra óptica'.

En términos de programación, este año completó superó las 20 señales HD para totalizar 58. 'Estamos convencidos de que nuestros clientes tienen que poder disfrutar cada vez más de los

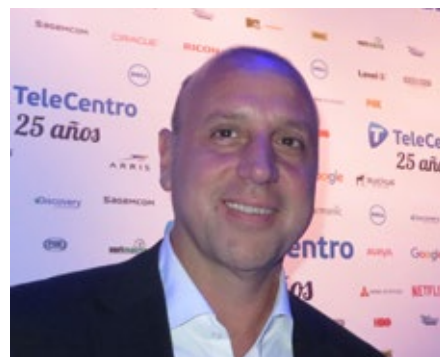
beneficios de tener una programación de alta calidad de imagen y sonido'.

En septiembre, Sebastián Pierri estará nuevamente en Jornadas Internacionales 'para compartir charlas, visiones e ideas con nuestros colegas de la industria', señaló. Además, este mes traerá algunas novedades:

'Estamos lanzando nuevos decodificadores que permiten acceder desde cualquier televisor a funcionalidades Smart, con acceso directo desde el control remoto. Podemos decir que con Telecentro convertimos todos los televisores en Smart'.

'Estas nuevas tecnologías en nuestros decodificadores permiten acceder a funcionalidades Smart desde cualquier televisor que tengan en su domicilio, sin necesidad de contar con un SmarTV. Los nuevos decodificadores cuentan con aplicaciones como Netflix y Telecentro Play, que permiten acceder a un catálogo completo de series y películas para que los clientes disfruten de estos beneficios en cualquier televisor que tenga en su domicilio, inclusive aquellos Televisores de tubo, LCD, Plasmas o mismo televisores LED de última generación', remarcó.

'Con este lanzamiento, también nos convertimos en el primer proveedor de televisión por cable en Latinoamérica que integra la aplicación de Netflix en sus decodificadores. Los clientes dispondrán en su control remoto de botones de acceso directo (con un solo click) a Netflix y Telecentro Play, es tan fácil como cambiar de canal'.



Sebastián Pierri

### Los servicios

#### Triple Pack HD 20 Megs

TV Digital HD + Internet 20 Megs WiFi + Telefonía - Todo por \$849 final x mes

#### Internet de alta velocidad

Internet de 10, 20, 50, 100, 200 y 300 Megs

#### Señales HD

58 señales en la más alta calidad de imagen y sonido digital  
Deportes, películas y series en alta definición

#### Packs Premium

Todo el contenido de HBO, FOX+ y Hot Pack en alta definición

#### Pack DVR HD

Permite controlar la programación desde el control remoto, con opciones para pausar en vivo, rebobinar y grabar hasta 100 horas

#### Telecentro Play

La plataforma online de Telecentro permite ver todo el contenido al que el usuario esté suscripto desde su PC, tablet, Smartphone o Smart TV, sin costo adicional

**Pontis Technologies**  
www.pontis-tech.com

- Soluciones de Televisión IP
- Cloud Video Services
- Web Acceleration
- Online Commerce Acceleration
- Carrier WiFi Solutions
- Redes de Acceso FTTH

**LA MUERTE NO CONOCE FRONTERAS**

**FEAR THE WALKING DEAD**

**amc** **NUEVOS EPISODIOS DOMINGO**

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

amctv.la /AMCTVLatam @amctv\_la



# Gigared: Crece el acceso a su OTT, que suma contenidos originales

Invierte en mejorar la oferta de Internet



Gigared opera los servicios de televisión por cable, telefonía fija e Internet en diferentes ciudades del interior de Argentina, incluyendo Santa Fe, Posadas, Paraná, Resistencia y Corrientes, además de contar con un datacenter en la Ciudad de Buenos Aires, donde también funciona su Network Operation Center (NOC).

De cara a Jornadas Internacionales, **Carlos Granzotto**, gerente general de Gigared, dijo a Prensario que la empresa 'continúa con un crecimiento sostenido en la demanda de cable, en especial, en la grilla digital y en HD'. Y agregó: 'Nuestro principal objetivo está en ofrecer buena conexión a Internet; los "cord cutters" son una realidad y el consumo de video online continúa en aumento, por lo que continuamos mejorando e invirtiendo en una infraestructura fuerte y confiable para acompañar estos hábitos online de consumo'.

En cuanto al desempeño del último año, el ejecutivo comentó: 'La tecnología nos ha atravesado tan fuertemente, que nuestra audiencia da por supuesto que el contenido que busca lo va a encontrar en Internet. Hay un espíritu colaborativo de los usuarios que graban los contenidos, los suben a Internet y luego cualquiera lo puede ver. Todos estos contenidos se nutren de nuestra red y nuestros clientes los utilizan como complemento de la TV paga'.

'Es por esto que estamos trabajando en la construcción de la nueva televisión, centrada en los consumos a demanda y en la experiencia del cliente. Nuestra plataforma OTT, llamada **EspacioGiga**, además de tener las señales Play y online, ofrece contenidos de producción propia y de interés a nuestro público. Las estadísticas muestran que permanecen cada vez más tiempo en ella, y aumentan mes a mes las visitas'.

'Fuimos los primeros en Argentina en tener nuestra plataforma propia tecnológica, con el esfuerzo de todo un equipo interno que llevó adelante este proyecto y las estadísticas

muestran que los usuarios permanecen cada vez más tiempo en ella, y aumentan mes a mes las visitas. Buscamos mejorar y proponer nuevas funcionalidades a la plataforma', explicó el ejecutivo.

Sobre la parte de programación, dijo Granzotto: 'La compañía prioriza la calidad de la imagen en todos los dispositivos, desde las señales de nuestra grilla que se le brinda por televisión, hasta en los contenidos online que ofrecemos en EspacioGiga. En cuanto al servicio de televisión, se lanzó **TV Plus** permitiéndole al cliente de cable básico el acceso a un paquete de señales digitales y en HD sin STB accediendo a programación en alta definición sin costo mensual. Incorporamos a la grilla digital señales en HD a principio de año y también en EspacioGiga, que mes a mes crece en cantidad de usuarios'.

## Fibra y Docsis 3.1

Gigared avanza en su apuesta a la fibra óptica. 'Continuamos expandiendo y fortaleciendo la red con la migración del long haul a DWDM para atender la capacidad de transporte creciente, que se viene duplicando cada dos años. Además, desde el año pasado, continuamos con el recambio de equipos CMTS a Docsis 3.0 e incorporamos el primer equipo Docsis 3.1 con capacidad de 640 por 640 que representa el doble de la capacidad de los instalados actualmente'.

'Avanzamos con el almacenamiento local de contenidos ampliando los existentes e incorporando otros nuevos. Duplicamos la capacidad de **Google** y se incorporó **Netflix** para acercar el contenido al cliente y mejorar la calidad del servicio', completó.

'El 3.1 es una alternativa atractiva frente a Docsis 3.0, ya que incorpora ventajas. Lo principal del Docsis 3.1 es que permite una migración gradual y es interoperable con las versiones más viejas. El FTTH lo estamos considerando como una red superadora al HFC para atender requerimientos que requieran mayor conectividad'.



Carlos Granzotto, gerente general de Gigared

Siempre apuntando a la innovación, Gigared estará este año en la SCTE de Filadelfia, del 26 al 29 de septiembre, representada por el Ing. **Juan Ramón García Bish**, quien recibirá un reconocimiento por la contribución a la industria global de las telecomunicaciones por cable. 'Suelen dar el premio solamente a reconocidos de Estados Unidos, pero en este caso, se abrieron al exterior y le entregarán este reconocimiento a él', destacó Granzotto.

Por último, se refirió a los proyectos prioritarios para el próximo año. 'Gigared trabaja con el foco iluminando a la industria de las telecomunicaciones, al tiempo de buscar potenciar servicios en el mercado online'.

Y finalizó: 'Argentina alcanzó en 2015 la penetración de TV paga más alta de Latinoamérica y continúa con un leve crecimiento. En cuanto a la compañía, sigue con un crecimiento sostenido en la demanda de cable, en especial en la grilla digital y en HD y se prepara para lograr lo mismo en los desarrollos de servicios online, siendo Internet nuestro servicio insignia'.



Plataforma EspacioGiga

# LÍDER DE LA TV PAGA EN LATINOAMÉRICA





## CableHogar: Buen crecimiento en los servicios adicionales

Avanza en la unificación de TV e Internet bajo la marca Express

CableHogar opera televisión por cable, banda ancha y telefonía fija en Rosario, Salta y Santiago del Estero. El servicio de Internet se comercializa bajo la marca **Express**, aunque está avanzando a la unificación de toda su oferta bajo esta denominación. 'La tendencia lleva a que todos los servicios se distribuyan por Internet, algo avalado también por la ley desde su modificación', dijo **Marcelo Massatti**, director de CableHogar, en referencia al DNU 267/2015 anunciado por el gobierno de **Mauricio Macri**, por el que se modificó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual para que, entre otros puntos, las empresas de TV por cable pasen a registrarse por la ley de telecomunicaciones.

El ejecutivo destacó el buen desempeño de la empresa este año, señalando: 'El mercado de televisión por cable es maduro y hemos crecido bastante en servicios adicionales, Internet con velocidades cada vez mayores y programación HD'. Explicó que el crecimiento se apoya más que nada en los servicios adicionales, debido a la madurez del mercado, que 'ha crecido poco' en términos generales y que un operador puede hacer la diferencia 'si se expande regionalmente o sumando nuevos productos o servicios'. Afirmó: 'Las características de consumo llevan a demandar mayores velocidades de Internet'.

'Venimos trabajando para educar al cliente en el pago de Internet por transferencia de datos y por velocidad. El mercado partió cobrando por velocidad de tráfico, algo que no representa una diferencia de costo para el proveedor, como sí lo hace la transferencia de datos. Estamos comercializando la banda ancha por una cierta velocidad y hasta un límite de datos, a partir del cual se le informa al cliente que comenzará a pagar por Gigabyte consumido', destacó Massatti.

'Habló de la creciente demanda a partir de todas las opciones que tienen los usuarios para consumir contenido, donde hasta Facebook ha comenzado a incorporar video en su plataforma', y completó: 'La transferencia es importante y se tiene que pagar. Nuestra política es firme, recordamos al cliente cuando se está por vencer el límite de transferencia y se le factura los excesos. Pero es importante que los grandes

jugadores del mercado acompañen'.

En la parte de video, y a tono con el consumo a demanda, la empresa tiene disponible **Express Play** para sus clientes, una plataforma que integra todas las señales Go y Play de las señales de su oferta. Además, tiene integrado el servicio marca blanca de Vod Play y, con una librería de contenidos que los usuarios pueden ver en cualquier momento. 'Es un servicio que crece e interesa', señaló el ejecutivo.

### Principales inversiones

'Todo el tiempo estamos invirtiendo para actualizar la red, como un plan constante que requiere la evolución en el consumo. Convivimos con una red híbrida de fibra y coaxial con nodos que van quedando chicos en función del uso de Internet. Tenemos que ir abriendo los nodos a partir de un desarrollo. También, estamos desarrollando redes de fibra al hogar en algunas zonas. La evaluación no nos permite hacerlo en toda la ciudad porque todavía no se justifica, pero esta tendencia se acentuará a medida que se evolucione y mejore la capacidad económica'.

CableHogar tiene el 100% de su red digital y desde hace algún tiempo, todos los nuevos servicios se venden con caja, ya no analógico. Además, todas las cajas tienen HD, con promociones.

### El mercado argentino

Opinó Massatti: 'El DNU 267/2015 definió muchas cosas en el mercado. Cuando se anuló la vieja ley, cambió mucho para los grandes operadores del negocio. Se está trabajando en una nueva ley genérica, pero las grandes decisiones que se tomaron, beneficiaron a los grandes operadores y éstos ya están reposicionándose con prescindencia de una nueva ley post'.

'Lo que pase con el fútbol será categórico. Si aparece con los precios que tenía antes, volverá a ser determinante para el negocio. El fútbol era de los principales operadores de TV que existían en el mercado, siempre eran los mismos actores y lo utilizaban como herramienta dominante. Debemos estar muy atentos y activos en este tema, porque nuevamente bajo dominio de los



Marcelo Massatti

grandes MSOs o telcos decidirá la suerte de los medianos operadores'.

'El ingreso de las telefónicas sin dudas ocasionará un escenario de "Transformers" en el mercado. Monopolios y oligopolios consolidados en redes fijas y telefonía celular, proveedores mayoristas de Internet, multinacionales con acceso a créditos internacionales, solo por mencionar algunos aspectos que las diferencian. En este escenario los reclamos y solicitudes de los medios operadores necesitarán un fuerte poder político que norme y haga cumplir resguardos competitivos a nuestro sector'.

Y por último, añadió: 'Las empresas de celulares, si entran en este negocio, ya lo podrán hacer a través de un OTT. Hoy, las empresas de telefonía móvil son las únicas que pueden tener todo integrado. **Arsat**, por su parte, tiene una red de fibra enorme que en algunos casos está desarrollada y en otros no y tiene prioridad de espectro. Hay cuestiones que todavía no se definieron que serán determinantes'.



Express Play, el servicio de TV Everywhere de CableHogar

# Dile **iHOLA!** a las celebridades.

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



## iHOLA! TV

#MeGustaHOLATV

Mundo iHOLA!  
De Lunes a Viernes ARG a las 22:00 hrs.  
[www.hola.tv](http://www.hola.tv)

[@holatv](https://twitter.com/holatv) [f holatvamerica](https://facebook.com/holatvamerica) [iHOLA! TV](https://youtube.com/iHOLA-TV) [HOLA\\_TV](https://instagram.com/HOLA_TV)

Un canal de

ATRESMEDIA  
INTERNACIONAL





# DirecTV Latin America: Fuerte apuesta a programación original

Nuevas producciones y destacada cobertura de Rio 2016

Este año, **DirecTV** ha estado fuertemente enfocado en la oferta de una programación original, aprovechando sobre todo la realización de los Juegos Olímpicos en Río de Janeiro, para lo que transmitió más de 2000 horas de programación HD en diferentes plataformas.



**Francisco Miranda**, director de marketing, expresó: 'DirecTV continúa apostando por entregar la mejor experiencia en entretenimiento a través de una mezcla incomparable de contenido, tecnología y un servicio al cliente excepcional'.

'Para los Juegos Olímpicos de Río 2016 quisimos llevar la mejor experiencia en entretenimiento a nuestros suscriptores, basándonos en una oferta multipantalla con ocho canales disponibles, tanto en la pantalla del TV a través de nuestro canal exclusivo **DirecTV Sports**, como en nuestras plataformas online **DirecTV Play**, **DirecTVsports.com** y **DirecTV Sports App** para disfrutar el contenido desde cualquier momento y lugar'.

'En DirecTV Sports transmitimos más de 2000 horas de programación y todo disponible en HD, para ver cada detalle de las competencias, esos detalles que marcan las mínimas diferencias y que permiten lograr triunfar. Justamente esta fue la apuesta de nuestra campaña de marketing para este gran evento. La mejor cobertura se

pudo ver a partir de un mosaico interactivo que reunió en una sola pantalla los ocho canales disponibles', agregó.

'Junto a las transmisiones en vivo ofrecimos la mejor cobertura con programas especiales directamente desde Río y entrega de información como calendario, estadísticas, noticias, entre otros, disponibles en la pantalla del TV en el portal DirecTV sports y en nuestras plataformas online', completó Miranda.

'En agosto, comenzamos con la transmisión multipantalla más completa en Latinoamérica de la temporada 2016-2017 de las Ligas Europeas, incluyendo partidos exclusivos'. Además, anunció: 'En septiembre, se estrenan los nuevos episodios de nuestra producción original *Kingdom* que tiene un atractivo elenco en el que se destacan **Nick Jonas**, **Frank Grillo** y **Kiele Sánchez**. También estamos comenzando con la transmisión de la temporada 2016-2017 de las ligas europeas, brindando la mayor cobertura multipantalla incluyendo partidos exclusivos'.

### Opciones multipantalla

'Enfocados siempre en nuestro compromiso de brindar la mejor experiencia en entretenimiento y escuchando a nuestros suscriptores, complementario a nuestro servicio de TV ofrecemos opciones para cuando las personas no están en su casa frente a la pantalla



Francisco Miranda, director de marketing de DirecTV

del televisor. Para eso tenemos a disposición de todos nuestros suscriptores, ya sean con servicio postpago o prepago y con acceso gratuito, DirecTV Play, Directvsports.com y DirecTV sports App'.

'En estas alternativas, pueden ver nuestra mejor programación en cualquier momento, lugar y desde todas las plataformas conectadas. DirecTV Play, por ejemplo, es una plataforma de contenidos online que reúne en un solo lugar películas, series, deportes, programación infantil y más. También en la pantalla del televisor el suscriptor puede elegir cuándo ver su contenido favorito ya sea grabándolo en su decodificador o optando por **DirecTV On Demand**, funcionalidad que pone a la mano del televidente una amplia biblioteca de programación para ver películas, series, con posibilidad de hacer binge watching, documentales, entre otros, de forma inmediata'.

# LA PANTALLA DE TELEFE SE DIVIDE. LOS RECURSOS SE MULTIPLICAN.



## PLATAFORMAS OTT

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

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

Venta para cableoperadores de los siguientes canales:

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

MÁS DE 30 AUTORIZACIONES GRATUITAS PARA CANALES LATINOS





# Claro: Primera transmisión 4K y lanzamiento de Claro Play

Además, incrementó su oferta HD

En un año complejo y de grandes desafíos para la industria de telecomunicaciones en todo el mundo, pero sobre todo en Chile, **Claro**, el operador de televisión por cable y satelital del grupo **América Móvil**, realizó una gran apuesta tecnológica y de programación, según destacó a Prensario **Mariano Orihuela**, director mercado residencial.

‘El año ha estado marcado por la guerra de contenidos de canales HD, le penetración cada vez mayor de servicios Over-The-Top y un escenario económico global con síntomas de contracción. En este escenario, son muchas las acciones que hemos realizado, como por ejemplo, mejorar nuestra parrilla programática, ampliar nuestros canales HD para planes básicos y Premium, fundamentalmente en los servicios DTH, con un crecimiento de un 140% aproximadamente’, dijo el ejecutivo sobre el operador que, a marzo de este año, totalizaba 400.000 suscriptores en sus servicios de video por cable y DTH.

‘Durante la primera mitad del año, hemos realizado importantes esfuerzos en nuestros servicios de valor agregado.

En lo relativo a HD, desde noviembre de 2015 incorporamos 56 nuevas señales, fundamentalmente para nuestros clientes de televisión satelital, entre los que destacan canales como **Nick Jr.** o **Discovery Turbo**, **ESPN 3**, **The Film Zone HD**, **Paramount HD**, entre otros’.

Además, Orihuela se refirió a las importantes acciones para los Juegos Olímpicos de Río. ‘América Móvil tenía los derechos de transmisión y en esta oportunidad logró que prácticamente fueran los juegos más vistos de la historia. Gracias a la cesión de derechos de los juegos y también porque logramos disponibilizar nuevas señales de **Claro Sports** en alta definición, en nuestra plataforma **Claro Video** y en la aplicación móvil **Claro Río 2016**, nuestros clientes contaron con un proveedor de contenidos transversal a sus necesidades’.

‘En nuestros servicios de VOD, introdujimos el contenido educativo “Cantando aprendo a hablar”, dirigido a los más pequeños. Incorporamos una nueva modalidad de servicio de arriendo y lo ampliamos a 48 horas, considerando que los

padres gustan de mostrar estos videos a sus hijos por una ventana mayor de tiempo’, añadió el ejecutivo.

## Inversiones

‘Pusimos en operación nuestro portal **Claro Play** para todos nuestros clientes. Dependiendo del tipo de cliente, Básico o Premium, acceden a siete portales (Space Go, TNT Go, Cartoon Network Go, ESPN Play en la parrilla básica, además de Fox Play y Hot Go en la parrilla Premium). La plataforma brinda acceso a contenidos en cualquier momento y lugar, sin costos adicionales’.

‘En el ámbito tecnológico, realizamos la primera prueba experimental con tecnología 4K en nuestras oficinas centrales, sobre nuestra red DTH. Consistió en la transmisión, en tiempo real, de contenidos de la NASA en 4K, que realizamos junto a nuestros aliados estratégicos **Harmonic** y **Sony**. Estamos preparados para poner esta tecnología al alcance de nuestros clientes’.

‘Como se mencionaba antes, gracias a la capacidad de nuestra matriz América Móvil, los chilenos también contaron con cuatro señales Claro Sports en alta definición, que les permitió ver las transmisiones de los Juegos Olímpicos en directo, con programación de calidad y con una importante oferta de contenidos nunca antes vista’.

Y por último, comentó: ‘Llevamos a nuestros clientes, junto a **HBO** y **Discovery**, al cine a ver en streaming el capítulo de apertura de la última temporada de *Game of Thrones* en exclusiva un avant premiere del documental *Sherpas*, que retrata la tragedia de hace unos años en el Everest. Si bien fueron eventos muy puntuales, implicó un trabajo junto a nuestros socios operadores y convocó a gran cantidad de público’.

## El mercado chileno

Mariano Orihuela opinó: ‘Claro llegó con servicios de televisión a Chile en 2006. Hemos visto por tanto, cómo en una década, el país ha transformado su relación con la televisión paga. Se ha masificado, se ha intensificado, han entrado nuevos actores y la tecnología ha



Mariano Orihuela

sido fundamental en la transformación de esta industria. Hoy, gran cantidad de chilenos tiene acceso a la televisión de pago y están comenzando a sumarse a esta tendencia en que conviven televisión y servicios OTT’.

‘Estamos insertos en una industria altamente competitiva, con cuatro actores de gran relevancia, que competimos de igual a igual por ganar en participación de mercado y por satisfacer a nuestros clientes con contenidos y servicios de calidad, que den respuesta a demandas cada día más exigentes’.

‘En Chile, los avances tecnológicos son rápidamente adquiridos por la gente, independiente a su edad o situación socioeconómica. Hay cerca de 24 millones de celulares, el consumo de Internet aumenta exponencialmente y se viven los cambios tecnológicos con gran entusiasmo. Sabemos, por ejemplo, que cuando la tecnología 4K se masifique, rápidamente comenzarán a solicitar a los operadores de TV paga, hecho que nos obliga a estar siempre trabajando con tecnología de punta’.

‘Desde nuestra perspectiva, gracias a los atributos de Claro Chile, hemos permitido que cada día más chilenos accedan a nuestros servicios. Estamos orgullosos de nuestro rol en la democratización de la televisión en Chile y por cierto estamos obligados a continuar cumpliendo con esta promesa de llegar a los hogares chilenos con contenidos que complementen sus necesidades de entretenimiento. Estamos convencidos que este rol es fundamental en la televisión paga chilena, pues hay muchos chilenos que no se han sumado a esta experiencia y porque esta industria tiene aún bastante espacio por crecer’.



TELEARTE S.A. - LS83 - BS.AS. Argentina - Dorrego 1782 / +54(11) 3220 9999 / C1414CHZ - Bs.As. Argentina  
Ventas Afiliadas: María Domínguez - maria.dominguez@canal9.com.ar / +54(11)4778-7556



# Movistar enfoca sus inversiones en el segmento fijo

Totaliza 657.000 suscriptores en TV paga



Con 12,5 millones de accesos totales, **Movistar** se mantiene como el principal operador de telecomunicaciones en Chile. En TV paga, ha crecido 3,5% en el último año, para

totalizar 657.000 suscriptores a junio de 2016, mientras que brinda Internet a 1,15 millones de hogares, superando en 5,2% al año anterior. Además, la plataforma Movistar Play mostró un crecimiento de 400%, superando los 110.000 clientes, según afirmó a Prensario su directora de marketing, **Paula Figueroa**, quien agregó: 'Y, en línea con nuestro propósito de masificar la alta velocidad, la fibra óptica y la tecnología VDSL experimentaron un alza interanual de 34%'. 'Venimos de un ciclo expansivo donde invertimos mucho producto de la explosión del tráfico de datos, por lo que este año seguiremos manteniendo el nivel de inversiones que hemos realizado en los últimos años, del orden de los USD 500 millones anual. Hoy, el acento está puesto en invertir en el negocio fijo, que es muy intenso en capital. Hacer esta transformación requiere de un gran esfuerzo económico y lo hacemos con el objetivo de que el país se siga desarrollando en infraestructura de telecomunicaciones', comentó.

## Internet satelital

La filial de Telefónica opera el servicio de Internet en banda Ka, o Internet satelital, que le permite dar cobertura en zonas de difícil acceso para otras tecnologías fijas o móviles. Figueroa explicó: 'Hoy, la penetración de Internet en Chile llega a un 76%, una de las más altas de la región, reflejo del alto despliegue de fibra óptica e Inter-

net móvil 4G, que van en línea con el propósito de Movistar Chile, de masificar la penetración de la alta velocidad'. Añadió: 'En ese contexto, desde 2013 operamos Internet satelital, siendo la única operadora del grupo Telefónica en traer al mercado acceso a Internet mediante tecnología satelital de última generación, que es posible gracias al lanzamiento del satélite Amazonas 3. Actualmente, la cobertura abarca cuatro regiones del país, desde Illapel por el norte (IV Región de Coquimbo), hasta la comuna de Molina en el sur (VII Región del Maule). Somos pioneros en la región con esta solución y Chile representa el 65% de la totalidad de accesos en Latinoamérica'.

## Movistar Play

Bajo la marca Movistar Play, el operador brinda acceso a más de 2.500 títulos de películas, series, documentales y conciertos. Junto con esto, tiene disponible en su parrilla la emisión de 17 canales en vivo.

Destacó Figueroa: 'Su éxito se sustenta en los números; el contenido visto, en promedio en 2015, alcanzaba las 3.000 películas, que equivalen a 4.000 horas de emisión al día. Es el único OTT capaz de asegurar 20 estrenos top de línea al mes y contamos con la parrilla más completa de cine nacional e infantil'.

Y agregó: 'A esto se suma que Movistar Play ofrece alternativas de pago: además de la tarjeta de crédito, los clientes pueden pagar este servicio de forma integrada en sus boletas de Movistar, como también a través de sus tarjetas de débito (otros OTT requieren tarjetas de crédito con cupo internacional)'.

'Por lo anterior, en 2015 Movistar Play creció un 400% y cuenta con más de 110.000 clientes, lo que demuestra el alto interés y lealtad de nuestros usuarios. Esperamos que este crecimiento sea exponencial y para eso vamos a seguir asegurando los contenidos de estreno, que marcan una gran diferencia respecto a la competencia. Respecto de otras plataformas OTT de Movistar en la región y Europa, la particularidad en Chile es que funciona como una tienda de video, como una extensión del servicio de TV paga y banda



Paula Figueroa

ancha, que permite realizar grabaciones remotas y además arrendar títulos en estreno', completó.

## El mercado en Chile

Sobre el mercado chileno, la directora de marketing, opinó: 'Esta industria es tremendamente dinámica y disruptiva. Está marcada por la revolución digital que actualmente vivimos y que está provocando un gran cambio en el comportamiento de los consumidores y la sociedad en todo ámbito. Por esto, se proyecta que en 2020 por cada móvil existirán 10 aparatos conectados'.

'La penetración de Internet llega a un 76% en Chile, a sólo seis puntos de los países más desarrollados. Esto confirma nuestra sensación como compañía: Chile se convertiría en punta de lanza en la vanguardia tecnológica de la región. De hecho, somos el mercado con la mayor tasa de adopción de tecnologías de la información (TIC's) a nivel regional'.

Avanzó: 'Este crecimiento exponencial también ha develado problemas que necesitamos corregir. En ese sentido, el gran desafío de nuestro país y de la región es resolver el mercado negro de la piratería de TV paga tradicional y satelital, que atenta contra el ecosistema completo.

'El mercado ofrece diversas alternativas tecnológicas de fácil acceso y disponibles para cualquier tipo de dispositivo, con alternativas segmentadas y de calidad para el usuario. Esto nos permite ofrecer soluciones altamente para distintos segmentos. En esa línea, nuestra estrategia es convertirnos en un "agregador" de contenidos lineales y no lineales, de forma que nuestros clientes no tengan que abandonar nuestro ecosistema de TV&Video, sino que tengan múltiples accesos a todo lo que buscan desde nuestros productos y servicios', concluyó la ejecutiva.



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

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



www.pirateriacero.com



Movistar Play



## VTR conectará 125.000 nuevos hogares con banda ancha de alta capacidad

Fuerte impulso a su cartera de suscriptores

VTR de Chile está desplegando, desde el primer trimestre del año, un plan de construcción de redes que permitirán conectar o renovar más de 125.000 nuevos hogares con banda ancha de alta capacidad para entregar Internet de mayores velocidades, más señales HD y la plataforma VOD, según explicó a Prensario su gerente de programación, **Francisco Guijón**.

‘El 2016 ha sido un año muy positivo, en el que hemos fortalecido nuestro liderazgo nacional en la banda ancha hogar en Chile, según los resultados financieros en el segundo trimestre reportados por nuestra matriz, **Liberty Global**. El crecimiento trimestral de clientes en banda ancha es el más alto que se haya registrado desde el 2007, apalancado por nuestra oferta de altas velocidades y el nuevo plan de inversión’, explicó.

VTR totaliza 1,3 millones de suscriptores con 2,8 servicios fijos contratados y 139.000 clientes en nuestro servicio móvil. Esto incluye 1,04 millones de hogares con video, 1,05 millones en banda ancha fija, 675.000 en telefonía fija y 139.000 en telefonía móvil.

### Programación

‘Lideramos la batalla del HD en nuestro país’,



afirmó el ejecutivo, en referencia a la incorporación de 18 señales a su oferta este año para totalizar 64. El 60% de la grilla ya se compone de canales en alta definición. ‘A lo largo de este año, seguiremos fortaleciendo nuestra oferta, siempre ligada a las preferencias de audiencia de nuestros clientes. Por ejemplo, sumamos Fórmula 1 HD, BBC Entertainment HD, Nick JR HD y Sundance, entre otras que responden a los géneros de mayor impacto del cable, como lo son cine y series, deportes, entretenimiento, además del infantil’.

En televisión no lineal, la plataforma VOD, **VTR On Demand**, ‘ha crecido exponencialmente durante los últimos años’, afirmó Guijón. ‘Cuando lanzamos el servicio en múltiples plataformas en 2014, la cantidad de reproducciones mensuales se multiplicaron rápidamente, pasando de 750.000 a 2,5 millones. Estos números también vienen por el importante aumento de contenidos gratuitos a los cuales nuestros clientes pueden acceder, donde hoy por ejemplo, supera los 5.000 títulos. VTR on Demand está disponible para 950.000 clientes y esperamos que este año llegue a cerca de 30 millones de reproducciones anuales’, destacó.

‘Hemos lanzado VTR on Demand en distintas localidades de Chile, que presenta sustanciales



Francisco Guijón

mejoras, tanto en contenidos como en una nueva interfaz, más amigable e intuitiva y en la que se encuentra un recomendador para cada usuario, que distingue sus gustos y también intereses. La plataforma está disponible para todos nuestros clientes de televisión digital (más de 950.000) y contiene 5.000 títulos gratuitos, además del 95% de los estrenos de Hollywood y también grandes producciones nacionales pertenecientes a los canales de TV abierta’, añadió.

Y concluyó: ‘El consumo de los contenidos on Demand es cada vez más alto y el mercado, cada vez más competitivo. La constante renovación de los dispositivos móviles y la necesidad de tener contenidos multiplataforma que ayuden a desarrollar la convergencia de pantalla son pilares fundamentales en nuestras estrategias. Hoy, todos quieren acceder al contenido en cualquier lugar y en cualquier momento. Ese es el gran desafío’.



**BREAKING NEWS**  
IRENE CASELLI, VENEZUELA



**BREAKING NEWS**  
ALASTAIR LEITHEAD,  
SOUTH SUDAN



**BREAKING NEWS**  
LYSE DOUCET, GAZA

## TVCable Ecuador amplió su oferta de banda ancha a 100 Mbps

Gracias a su participación en el despliegue del cable submarino

**Jorge Schwartz**, presidente de **TVCable**, relató el presente del proveedor de triple play en Ecuador, que gracias a su participación en el proyecto de despliegue de un cable submarino, operativo desde diciembre de 2015, pudo ampliar los anchos de banda a sus suscriptores, con una oferta de servicios de hasta 100 Mbps. Este año, la empresa está enfocada en la ampliación de zonas de cobertura y ancho de banda de acceso de Internet.

‘Los nuevos proyectos contemplaban la ampliación de zonas de cobertura y velocidades de acceso a Internet con la incorporación



al servicio del nuevo cable submarino. Para ello, hemos contemplado iniciar implementaciones limitadas de DOCSIS 3.1. Lamentablemente, el terremoto en Ecuador, que afectó en las ciudades de Manta y Portoviejo, así como las consecuencias indirectas económicas por la reconstrucción del país, nos ha llevado a reevaluar esta situación en donde todavía nos encontramos en una fase de análisis’.

Antes del terremoto, TVCable contaba con 215.000 suscriptores en televisión, 90.000 en telefonía y 200.000 en Internet. ‘Todavía no está



Jorge Schwartz

clara la situación en la actualidad ya que hay mucha inestabilidad y migración’, afirmó Schwartz. En lo que respecta a HD, totaliza 18.000 hogares, servicio que crece ‘a ritmo lento’, reconoció.

# THE LEADERS IN GLOBAL BREAKING NEWS

With journalists in more countries, we break stories from more places than any other international news broadcaster.







## Gtd Manquehue invierte en la expansión de su red de fibra

Totaliza 250.000 suscriptores en todo Chile

Con casi 250.000 suscriptores en Chile, 60.000 sólo en Santiago, **Gtd Manquehue** mantiene su crecimiento sostenido año a año, impulsado sobre todo por la expansión de su red de fibra óptica que le permite llegar con cuádruple play a los usuarios 'que valoran un buen servicio', afirmó a Prensario su director, **Fernando Gana**.

Esa misma inversión lo ha llevado a ocupar el primer puesto del ranking de proveedores de Internet de toda América elaborado por **Netflix**. Este año, ha vuelto a ocupar el primer lugar. 'Esto, no sólo refleja el compromiso con el servicio de excelencia, también demuestra que el diseño y trabajos internos para mantener un red de fibra óptica por sobre los estándares mundiales, finalmente da resultados para todos; es decir, para Netflix y otros proveedores de contenido de Internet, para nosotros, y para nuestros clientes', remarcó Gana. Este año, el operador apunta a 'seguir creciendo



en nuestra cobertura tanto en Santiago como otras ciudades dentro de la región metropolitana', completó.

Gtd tiene una oferta de contenidos VOD, sobre la que destacó que 'que crece año a año de la mano de la oferta de **HBO Go**, **Fox Play** y los servicios de OTT de otros proveedores, pero sin duda, el mayor valor está en ser la mejor plataforma de Internet para que nuestros clientes puedan disfrutar de la calidad 4K o UHD que Netflix y otros proveedores están entregando'.

Finalmente, opinó: 'El mercado chileno de telecomunicaciones está entrando en una etapa de madurez importante en las tecnologías tradicionales. 4G, FTTH y OTT empiezan poco a poco a tomar participación relevante, lo cual nuevamente ha impulsado un cambio en el consumo de Internet, y desafía la regulación para sacar trabas que impiden la evolución tecnológica'.



Fernando Gana

'El mercado está creciendo a una tasa más lenta, particularmente por el estancamiento del segmento móvil y un nivel de penetración maduro en la TV paga. La guerra del cable parece haber cambiado a la guerra de la banda ancha móvil, que crece a una tasa el doble de rápido de la TV paga durante los años 2007 y 2008. Por último, la reforma laboral tiene detenidas inversiones importantes en pos de determinar cómo afectará los diferentes modelos de atención del futuro'.

iptel INTERNET + TV + TELEFONÍA IP

WWW.IPTTEL.COM.AR





## Tigo invierte en fortalecer el acceso a Internet en Bolivia

En abril de este año, Tigo lanzó en Bolivia el servicio de triple play y ahora se enfoca en la ampliación de la red de Internet 4G LTE, con el objetivo de llegar 'cada vez a más poblaciones del país', según dijo a Prensario **Nadia Eid**, gerente de comunicación y responsabilidad corporativa.

'Nuestras principales inversiones han estado enfocadas en expandir y fortalecer la red de Internet en el país y mejorar día a día el servicio que brindamos a nuestros clientes. Por otra parte, tenemos proyectos sociales muy importantes que están siendo implementados paulatinamente en Bolivia, incluyendo aulas digitales urbanas y rurales, así como cabinas de registro para recién nacidos', comentó.

'Además, nos estamos capacitando para poder atender a un sector de la sociedad que no había sido tomado en cuenta aún: los sordomudos. Nuestro personal está siendo entrenado para que podamos brindar un servicio cada vez mejor a nuestros clientes'.

### Reducir la brecha digital

Comentó la gerente de comunicación: 'Tigo tiene un compromiso con los bolivianos en reducir la brecha digital y acelerar la inclusión financiera. A lo largo de estos años, se han incrementado constantemente los servicios para

todos los usuarios con el despliegue de la red de servicios al hogar más grande del país, la billetera electrónica con mayor monto transaccionado y los planes "Sin Límites" que permiten a los usuarios acceder a Whatsapp y llamadas ilimitadas'.

A diciembre de 2015, Bolivia totalizaba 7,25 millones de accesos a Internet, casi duplicando la cifra alcanzada en 2013, cuando reportaba 3,56 millones. Dijo Eid: 'A diciembre de 2015, hemos llegado con 4G LTE a las ciudades principales de los nueve departamentos del país y a más de 130 provincias a nivel nacional'.

A esto se suma la iniciativa de hacer más accesible el uso de smartphones. 'Desde diciembre de 2013, hemos promovido la venta de un smartphone prepago con un precio inferior a los USD 100 sin requisitos, con factura y garantía de Tigo. Hoy, hemos logrado bajar el precio a Bs. 499 (USD 72) con un Smartphone de última generación 4G LTE, que incluye Bs. 150 de crédito y 1GB para que el usuario tenga cubierto prácticamente el gasto del primer mes'.

Completó: 'Eso es reducción de la brecha digital y estamos orgullosos de nuestro desempeño y la aceptación de la población boliviana'.

### El mercado boliviano

Sobre el mercado de Bolivia, Nadia Eid destacó:



Nadia Eid

'Es muy exigente y espera novedades regulares de su empresa de telecomunicaciones. De hecho, está a la vanguardia de las innovaciones que se presentan a nivel internacional. Como compañía telefónica, tenemos el desafío de brindar un excelente servicio para responder a estas expectativas a través de planes y promociones que se adapten a cada uno de los segmentos'.

'Dentro de los proyectos que estamos implementando en este segundo semestre, está el de continuar expandiendo nuestra red para llegar a más personas y comunidades de Bolivia con nuestra Internet de alta velocidad. Por otra parte, volveremos a demostrar que la innovación es nuestra característica a través de nuevos lanzamientos comerciales.'

## CUTA firmó nuevos acuerdos en Asunción Media Show

La **Cámara Uruguaya de Televisión para Abonados** (CUTA) tuvo una intensa participación durante la última edición de Asunción Media Show, convención organizada por el **Grupo Isos** a mediados de agosto.

La primera actividad en Paraguay de CUTA, que llegó con una delegación integrada por ocho asociados y directivos, fue participar a través de su presidente **Washington Melo**, del panel "Visión y estrategias de los cableoperadores ante las nuevas plataformas", integrado también por **Nicolás Pérez**, CEO de **Antipiracy Bureau SPA** (Chile), **Ignacio Viveros**, presidente de **Cámara de Cableoperadores del Paraguay**, **Luis Reinoso**, presidente del Capítulo **Certal** Paraguay, y **Fabio Baudo**, Prensario Internacional



consultor telecomunicaciones de Uruguay. Las exposiciones de Melo y Viveros mostraron que las problemáticas similares que ambas gremiales están atravesando en sus países, específicamente en temas como las dificultades de no tener masa crítica para la compra de contenidos, insumos y tecnología, aspectos referidos a la regulación del servicio, y la competencia desigual de las plataformas OTT, entre otros.

Justamente, Asunción Media Show sirvió de escenario para que CUTA y CCP firmaran un acuerdo para elaborar un memorándum de entendimiento, con la finalidad de trabajar en conjunto en los temas comunes. Posteriormente, acordaron con la **Asociación de Cableoperadores del Interior de Para-**



Félix Ricardo Morlas, Asociación de Cables del Interior de Paraguay, y Washington Melo, presidente de CUTA, firmaron el acuerdo

**guay** la conformamos la Cumbre Permanente de Cableoperadores Pymes de América Latina. Ambas asociaciones trabajarán para, en el marco de Jornadas Internacionales de ATVC-CAPPSA, poder integrar a gremiales de Argentina, Bolivia, Chile y Perú.

# ¿TE GUSTAN LAS SERIES?



MAR DE PLÁSTICO



LA EMBAJADA



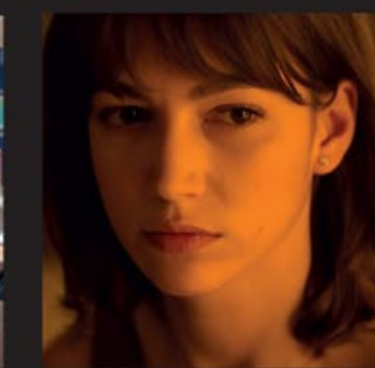
SIN IDENTIDAD



VIS A VIS



ALLÍ ABAJO



BAJO SOSPECHA



TE GUSTA



atresseries.com



## TCC: Buen crecimiento de su plataforma OTT

Sigue invirtiendo en el desarrollo de tecnologías in-house

**Pablo Bernasconi**, jefe de desarrollo internacional de **TCC**, comentó a **PRENSARIO** que el operador uruguayo ha mantenido el crecimiento, tanto en cantidad de abonados como en desarrollos y servicios, que alcanzan más de 100 operaciones, que son servidas desde Montevideo.

Agregó: 'Hemos crecido mucho en la penetración de los servicios OTT. Nuestra plataforma **TCC Vivo** crece a ritmos acelerados; más del 15% de nuestra cartera accedió a dicho servicio en el último mes. En este período tuvimos un consumo que superó los 50.000 contenidos visualizados'.

'El consumo en nuestros decodificadores híbridos (cable + Internet) es el que más crece. Los clientes valoran la comodidad de acceder a toda la biblioteca de contenidos VOD con sólo apretar un botón del control remoto, y lo más importante, en la pantalla principal del hogar: la TV. Más del 75% del total de consumo VOD se da a través de los decodificadores híbridos', añadió Bernasconi.

### Principales inversiones

'Hemos puesto un especial énfasis en la comercialización y comunicación con los clientes que aún no conocen las ventajas del acceso a los contenidos a demanda: comodidad, facilidad de búsqueda, posibilidad de acceso a contenidos cuando y donde lo desea', remarcó el ejecutivo.

Y agregó sobre el desarrollo de tecnologías in-house: 'Tenemos un laboratorio compuesto por un equipo de ingenieros que trabajan con mucho énfasis en investigación y desarrollo, en conjunto con nuestros proveedores. Esto nos ha permitido, por un

lado, controlar los tiempos de desarrollo y, por el otro, tener el know how que nos ofrecerá la posibilidad de desarrollar más productos'.

'Nuestra solución de digitalización de cabeceras **ZetaHead** esta implementada en más de 100 cabeceras en Uruguay, Argentina y Chile, y estamos expandiéndonos a otros países de la región andina y Centroamérica, a través de representantes estratégicos. Esta plataforma se adecua a cualquier operación que quiera brindar o que cuente con el servicio de TV digital, ya sea por una red de cable, red IP o satelital'.

'Por otro lado, comercializamos nuestra plataforma multidispositivo **ZetaOTT**, que integra en una única experiencia de usuario todo el contenido proveniente de las plataformas Play/Go de los programadores, así como contenido local del operador. Esa plataforma cuenta con más de 10.000 títulos, integrando programación de HBO Go, HBO On Demand, Fox Play+, ESPN Play, TNT Go, Space Go, Canal Sony Plus, CN Go, History Play, Hot Go, E! Now, Cinemax Go, Canal F1 y Nick Play'.

'Creemos que al operador le puede traer muchos beneficios ya que la plataforma, además de poner foco en la experiencia de usuario, permite brindar servicios como VOD, LiveOTT, CatchUP TV o nPVR por ejemplo; y el hecho de integrarse con el Billing del Operador, permitiendo la contratación impulsiva del contenido ("lo veo, hago click y lo tengo") asociada a la factura mensual del cliente, es un factor muy importante puesto que implica, directamente, la monetización de la plataforma. Además, se le puede agregar publicidad a la misma, algo que repercute directamente en los ingresos generados por la plataforma. Ambos productos son impulsados desde **ZetaTV**'.

### Nuevos servicios

'Estamos trabajando en la incorporación de nuevos contenidos, por un lado, ampliando y complementando la propuesta VOD de nuestros proveedores actuales y, adicionalmente, negociando con nuevos pro-



Pablo Bernasconi, jefe de desarrollo internacional de TCC

veedores. Nos hemos puesto en contacto con responsables de **Netflix** para incorporarlo a nuestra propuesta. La incorporación sería además una interesante oportunidad de acceso para nuestros clientes que no cuentan con tarjeta de crédito internacional'.

'Creemos que el desafío de los operadores actuales será contemplar toda la oferta que llega al consumidor final, digerírsela, y entregarla como un servicio cómodo, fácil de navegar y que incluso se anticipe a las necesidades del cliente'.

### Mercado

Sobre el mercado local, Pablo Bernasconi opinó: 'La situación de Uruguay respecto a telecomunicaciones es realmente muy buena, la estatal **Antel** ha cableado fibra al hogar a casi el 75% de los hogares y lo "común" es tener 40-50 Mbps de bajada. Por otro lado, en la mayoría de las zonas metropolitanas, hay redes LTE montadas con velocidades similares de acceso. El mercado de la TV paga en Montevideo tiene una altísima penetración con 6 empresas compitiendo'.

'Es decir, la infraestructura tecnológica existe, funciona bien y el mercado está repleto de buenos productos. Por estos motivos es que desde hace años le ponemos mucho foco a la innovación, para diferenciarnos y poder competir frente a tantas opciones extra-frontera que se le presentan al usuario'.

Y concluyó: 'Pienso que esta situación de "saturación en telecomunicaciones" que hoy vive Uruguay, se va a replicar en el mediano/largo plazo en el resto de los países de América, quizás a los más grandes les tome un poco más de tiempo, pero todos vamos hacia allí. La clave es estar preparados desde ahora para esos desafíos futuros'.



## Conectados a los cambios

Conexión, estabilidad, velocidad, tecnología, comunicación, cercanía, sonrisas, acceso a millones de contenidos y la posibilidad de elegirlos. Vivimos en un mundo donde esta señal significa mucho y en Gigared ponemos todo para mantenerla siempre encendida y a la vanguardia.

# Gigared



BUENOS AIRES / SANTA FE / ENTRE RÍOS / CORRIENTES / CHACO / MISIONES

[www.gigared.com.ar](http://www.gigared.com.ar)



TCC Vivo



# Montecable, habilitado a dar servicios de Internet en Uruguay



El fallo de la Suprema Corte de Justicia de Uruguay a favor de **Monte Cablevideo**, dejó sin efecto el artículo de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que le prohibía a los cableoperadores brindar telefonía y servicios de datos. **Miguel Benavente**, asesor del directorio de **Monte Cablevideo**, explicó: 'Diferentes empresas de TV para abonados han presentado decenas de recursos de inconstitucionalidad ante la SCJ. Decretada la inconstitucionalidad del inciso 1 del artículo 56 de la ley, queda sin efecto la prohibición para Montecable de no poder brindar servicios de transmisión de datos'.

Además de esta noticia, que repercutirá en todo el mercado local de telecomunicaciones, Benavente habló sobre el desempeño de sus servicios, destacando la buena aceptación que la oferta HD ha tenido entre los suscriptores.

Respecto de los servicios OTT, comercializa **Click & Play**, una plataforma de contenidos disponibles en todas las pantallas a través de

un STB y por Internet hacia todos los dispositivos. 'La oferta es variada; tenemos una librería de contenidos de cine y series de suscripción así como cine transaccional. También hemos realizado acuerdos con **HBO, Fox, Turner y Claxson** para distribuir sus contenidos en estas plataformas así como el catch up de contenidos del canal abierto **Monte Carlo TV** y de nuestro propio **Canal 21**', agregó el ejecutivo.

Y anunció un acuerdo con HBO, por el cual distribuirá 'una librería de cine y series bajo demanda a través de nuestro STB. Dicho producto tiene una muy buena receptividad entre los clientes de HBO MAX'.

Entre las prioridades de trabajo, Benavente confirmó que seguirá trabajando en mejorar el producto HD y potenciar el OTT, 'especialmente los que brindamos a través del STB que son los que más se están consumiendo; en breve vamos a lanzar un nuevo producto de **Turner**', dijo.

### El mercado uruguayo

'La desaceleración de la economía, la caída del índice de confianza del consumidor y la



Miguel Benavente

realidad, muestran una retracción en el consumo, lo que ha afectado la contratación de los servicios básicos de la TV para abonados. Monte Cable ha tenido crecimiento negativo en la contratación del servicio básico'.

'La devaluación del peso uruguayo con respecto al dólar ha frenado el nivel de inversiones proyectado, sin descuidar la calidad de la entrega del producto. También ha impactado negativamente en los contratos con los proveedores de señales. Sumado a la retracción del consumo minorista ha derivado en ser muy cautos a la hora de grandes inversiones'.



## EWTN Everywhere!

Disponible para sus servicios multiplataforma.

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



NUEVO

Headend 3.0  
**Nuevo Software potente, mismo hardware, nuevas posibilidades**

**CHAMELEON**  
SOFTWARE BASED HEADEND PLATFORM

- hasta 6x más IP streams
- hasta 6x mayor rendimiento
- hasta 4x más PIDs
- hasta 3x mayor capacidad de proceso

**¡sin necesidad de cambiar el hardware!**

**WISI**

**Katamaran**

**Fortaleciendo la Revolución Multipantalla de Vídeo**

**IncaNetworks**  
Intelligent Video Security

Nos vemos en  
ATVC/Jornadas,  
Buenos Aires  
Septiembre 14-16, 2016  
Stand 49

www.wisi.de

## Equital busca extender sus servicios a cableoperadores de la región

El proveedor uruguayo destaca sus soluciones de gestión

Equital es una empresa con más de 20 años de experiencia en el mercado de TV paga en Uruguay, donde ha ofrece productos y servicios a los cableoperadores a nivel local. 'Confiamos en poder extender esta oferta a nivel regional aplicando nuestra vasta experiencia adquirida a nivel local', expresó **Juan Ignacio Garmendia**, gerente general de Equital.

La empresa comercializa diferentes productos de software, destacando una de sus últimas incorporaciones, *Agenda Web*, un sistema multiempresa y multiusuario que permite gestionar las operaciones de cualquier empresa que utilice cuadrillas. 'A través de *Agenda Web* se pueden definir capacidades de atención, planificar, asignar y rutear los trabajos de acuerdo a la especialidad de las cuadrillas, ubicación, capacidad disponible



y características del trabajo a realizar', añadió. 'La implantación del sistema es muy sencilla, no tiene grandes requerimientos de software, elimina el papel y aumenta significativamente la eficiencia de las cuadrillas ya sean propias o subcontratadas. El software tiene un sistema de licenciamiento que se adapta a la escala de cualquier empresa que requiera gestionar sus cuadrillas'.

En un contexto de continuos cambios en el consumo de contenidos, el ejecutivo remarcó: 'Nos preparamos innovando, experimentando, integrando y fundamentalmente, confiando en nuestro equipo de profesionales altamente capacitados. Apoyados en estos factores hemos vivido el pasaje de la grilla analógica a la grilla digital, del digital SD al HD y actualmente incursionando en tecnologías VoD, SVoD, PVoD, OTT'.



Juan Ignacio Garmendia

'Por último es importante mencionar que para todos los cambios que ha experimentado el negocio siempre han sido importantes los proveedores de contenidos y su relacionamiento con Equital. No será la excepción para el contexto actual que como se mencionó anteriormente se presenta muy dinámico y con grandes desafíos para todos los actores del negocio'.

### SEÑALES

## NHK World TV inició pruebas de transmisión 8K en Japón

NHK World TV realizó en agosto las primeras pruebas de transmisión de contenidos 8K en Japón, a través de sus canales satelitales BS, que se sumaron a la cobertura de las ceremonias de apertura y cierre de los Juegos Olímpicos de Río 2016. Con esta experiencia, la señal se está preparando para la cobertura pública 8K de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokio 2020. El desarrollo de contenido y equipamiento se está acelerando en este sentido.

La programación de NHK World TV incluye 52 programas de diferentes géneros como noticias, documentales, ciencia y tecnología, arte, cultura, música, viajes, modas y estilo de vida. Cuenta con 16 shows subtítulos en español para sus audiencias en Latinoamérica, que desean obtener información directa de Japón y Asia.

De los programas disponibles para el público de la región, NHK destaca *Tokyo Eye 2020*,

que muestra una apariencia caleidoscópica de la enorme ciudad que será sede de los JJOO dentro de cuatro años. Allí se muestran las principales locaciones que un visitante debe conocer y las mejores atracciones para ver.

*Imagine Nation* es otro ciclo que presenta la última información sobre las tendencias "J-POP", una cultura que tiene gran influencia y repercusión en el campo cultural y el resto del mundo.

El programa indaga en la historia detrás de las escenas de J-POP. Por otra parte, *Journeys in Japan* visita lugares a través del país que introducen la vida diaria local y los festivales de Japón, ofreciendo tips de viajes raramente encontrados en las guías de turismo.

Finalmente, NHK anunció el regreso de *Grand Sumo Highlights* del 11 al 25 de septiembre, con el resumen de lo más destacado de los torneos nacionales de sumo que se realizan en Japón cada



Journeys in Japan



Tokyo Eye

año. El deporte nacional de Japón tiene profundos orígenes en la cultura local, leyenda e historia, con más de 1500 años de antigüedad. Hoy, se realizan seis torneos por año y con luchadores de todas partes del mundo.

**ACONTECEM**  
Distribuidora de señales, contenidos y tecnología

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

## Red Multicable: Estrategias orientadas a los pequeños y medianos operadores

Incorporó AMC Networks a su catálogo de distribución

**Red Multicable** distribuye programación para 42 operadores de TV paga de Paraguay, entre los que se incluyen **Tigo**, **Claro** y **Copaco**, además de pequeñas y medianas empresas del interior del país. Forman parte de su portafolio las señales de la mayoría de los grupos de contenidos nacionales e internacionales, y en el último mes cerró un acuerdo con **AMC Networks**, para la incorporación de sus canales, según anunció su director, **Gabriel Carballo**.

'Desde que iniciamos las operaciones, hace 11 años, tuvimos claro que la principal estrategia era crear condiciones comerciales especialmente pensadas para los pequeños y medianos operadores. Por ejemplo, les enviamos una única factura mensual que incluye toda la programación adquirida y que es emitida en moneda local. De esta forma, evitan comprar dólares, pagar transferencias al exterior, hacer retenciones, emitir los certificados correspondientes y enviarlos al exterior', explicó el ejecutivo.

'A su vez, la factura que reciben es pagadera en cualquier sucursal del Banco Nacional de Fomento que es el de mayor presencia en el interior del país. También importamos y proveemos los decodificadores necesarios para

tomar las señales, ofreciéndoles pagarlos al costo y en varias cuotas. Por último, las tarifas que manejamos son muy convenientes por los volúmenes que manejamos'.

### Internet cara y sistemas analógicos

Sobre las nuevas formas de consumo de contenidos, dijo Carballo que la digitalización aún no es generalizada en Paraguay, por lo que el acceso a plataformas on demand no ha marcado una clara diferencia. 'En la medida que los grandes operadores o la llegada de servicios OTT fomenten el uso de estas plataformas los pequeños comenzarán a sufrir las consecuencias de esta tendencia. Hoy, Paraguay tiene una oferta de Internet cara y de poca velocidad por lo que habrá que comenzar por mejorar esta ecuación para que se genere el cambio mencionado', añadió.

'De a poco Paraguay se va acercando el nivel de desarrollo de la industria en la región. Aún falta mucho pero está avanzando. Desde hace unos años, el crecimiento se ha dado solo en los grandes operadores, por lo que podemos decir que la industria se está polarizando hacia Tigo y Claro'.



Gabriel Carballo

'Tigo, al no conseguir la licencia para DTH, puso en marcha su "plan B" solicitando licencias de cable para muchas localidades que hoy ya se encuentran cableadas y en algunos casos, operativas. También adquirió las operaciones de las principales ciudades del país. Su liderazgo en telefonía celular, Internet y TV lo posicionan como dominador absoluto del mercado de las telecomunicaciones en Paraguay'.

'Claro, por su parte, se ha limitado a operar su sistema DTH, mejorando sustancialmente el contenido de la oferta inicial, pero posicionándose en un nicho de mercado de menores recursos económicos. En telefonía móvil e internet ha crecido pero se mantiene tercero detrás de Tigo y Personal'.

### SEÑALES

## WOBI: Señal aspiracional para los segmentos más bajos

David Peredo fue promovido a director de afiliados

Luego su promoción al cargo de director de afiliados para Latinoamérica de **WOBI**, desde donde comenzó a trabajar para las señales de negocios **WOBI** y **WOBI HD**, lanzada hace más de un año, **David Peredo** dijo que, para los 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.

Además, señaló que entre sus objetivos para el futuro cercano, está impulsar el Cono Sur y por

eso viajó en los últimos meses a Buenos Aires y Córdoba para reunirse con **Colseco** para activar el HD. También fue 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.

En México, la distribución de **WOBI** alcanza una penetración de 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**', añadió. En cuanto a los sistemas más pequeños, señaló que hay más de



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

85 operadores, algunos socios de **ATIM**, que llevan la señal para un sector socioeconómico bajo con una fuerza de 300.000 suscriptores.

Y agregó sobre 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'.

**SGDG**  
DISTRIBUTION GROUP

Logos at the top: BAND INTERNACIONAL, BAND NEWS, azcine, azcluc!, azmundo, azcorazon, 24h tve, tve, star tve HD, MIS, INTI NETWORK, Rai Italia.

Logos at the bottom: MOTORS TV, FASHION|one, FASHION ONE 4K, TRACE SPORT+STARS, CANAL ADULTO, PX TV, FIBA AMERICAS, VIVID, NTN24, Novelas, Nuestra Tele.

Contact: [sabrina.capurro@sgdgggroup.com](mailto:sabrina.capurro@sgdgggroup.com) • 5411 - 47745127

## Dataxis y Vindicia: OTT es hoy el 4% de los ingresos de la TV paga

El OTT es hoy en América Latina una rama complementaria de la TV paga lineal, como los canales premium, de acuerdo a un Webinar organizado por la consultora **Dataxis** y **Vindicia**, con más de 200 participantes en Estados Unidos, Latinoamérica y España.

En función de la información aportada por **Carlos Blanco**, de **Dataxis**, y **Alejandro Couce**, de **Vindicia**, los ingresos por OTT en la región fueron de 710 millones de dólares en 2015 y llegarán a mil millones de 2016, comparados con 18 mil millones de dólares registrados el año pasado para el total de la industria.

La mayor parte corresponde a servicios de suscripción (SVOD) en tanto los servicios transaccionales representaron alrededor del 15% del OTT, con 21 millones de transacciones para los siete mercados principales en 2015 y 39 millones estimados para 2016. Para Dataxis, el total de hogares utilizando OTT en los siete mercados principales alcanzó a 29 millones, frente a los 68 millones de hogares accediendo a servicios lineales. Esta mayor penetración relativa del OTT se explica por sus suscripciones múltiples, que permiten que dos o más usuarios compartan una misma suscripción.

México es el país de la región con mayor actividad en materia de SVOD, seguido por Brasil, pero la mayor tasa de crecimiento compuesto (CACR) para los próximos años hará que Brasil quede en primera posición hacia 2018, con Argentina en tercera posición. En México ejerce



gran influencia el servicio de **Clarovideo**, que ofrece video transaccional (T-VOD) 'a muy bajos precios' de acuerdo a Blanco.

Argentina está en tercer lugar, con Chile y Colombia en cuarto/quinto lugar y Perú y Venezuela en sexta/séptima posición, para los países cubiertos por Dataxis.

Un participante que intervino hacia el final de la sesión afirmó que 'en México el servicio es prácticamente gratuito para los usuarios de telefonía de América Móvil'. Se mencionó a la estadounidense

Amazon como aplicando modelo de monetización "branded", donde el SVOD funciona como parte de un esquema de ventas aplicado a numerosos rubros, y a Google como ejemplo del "transaccional" tradicional.

Blanco describió que Netflix ha cumplido un papel de 'ordenar el mercado' a partir de su ingreso a la región en 2011 y que las telcos AMX y Telefónica apuestan más a lo transaccional que a la suscripción que ofrece Netflix, con la empresa española aplicando un enfoque 'multipaís' que abarca partes de la región. A fines de 2015 había 10,18 millones de cuentas pagas, cifra que incluye las de América Móvil, fuerte en Colombia además de México, donde tiene un 24% del mercado, frente a 56% de Netflix: 'Claro está mirando a monetizar a los no-clientes', se afirmó. De hecho, en la conferencia CEO Summit de NexTV organizada en Miami a fines del año pasado, se insinuó que Claro saldría al mercado con un plan de este tipo, lo cual no se ha concretado hasta ahora.

Couce mencionó como destacable el número



Carlos Blanco, de Dataxis

Alejandro Couce, de Vindicia

de nuevos jugadores en el campo de OTT que ingresarán en los próximos dos años, con 30 a 40 en México, 10 a 20 en Brasil y 5 a 10 en Argentina, configurando un total aproximado de 75 que saldrán a competir con los proveedores ya existentes. Entre los nuevos servicios habrá una fuerte proporción de "híper nichos" que buscarán captar público con afinidad —rayana en el fanatismo— por rubros específicos, como ciertos deportes o la música clásica, dentro de una configuración general que comprende a los "agregadores" como Netflix, pero también los productores de contenidos para TV paga; y los estudios y broadcasters, que producen contenidos para otro modo de utilización y lo vuelcan al mercado VOD en forma simultánea o con posterioridad.

Con respecto al TV Everywhere, que los panelistas separaron del SVOD considerado hasta ese momento y consideraron una extensión de los modos de utilización existentes en TV paga lineal, su opinión es que ha hecho escasos progresos: 'Las métricas de consumo de TV Everywhere son "bastante bajas", atribuyéndolo en parte a que "no hay política única ni común'.

### SEÑALES

## Divas TV: Gran crecimiento en Latinoamérica

Único para el segmento erótico

Es destacado el crecimiento de **Divas TV** en la región, sobre todo a partir de la participación en los principales eventos de la industria, con una recorrida más completa que la de ninguna otra señal erótica en el último año. Eso tiene más valor en un rubro donde la competencia es altísima, no sólo en televisión sino también en Internet. La señal uruguayaya ya tiene distribución en muchos operadores nuevos e incluso en empresas grandes.

En **Convergencia Show**, **Enrique Casal** y **Prensario Internacional**

**Mauricio Peña** comentaron a **Prensario** que busca posicionarse como producto latino 100% en español y con 'mujeres reales que vemos todos los días', algo que funciona bien en este rubro en la región. Se complementa con los cuatro locales nocturnos que tiene en Uruguay como **Divas Le Club**, con un sistema de franquicias que podría hacer aumentar su número en otros países. En Uruguay, incluso se da el caso que los clientes pueden ver en vivo a las chicas de la señal. De todas maneras, son



Enrique Casal Roig y Mauricio Peña, de Divas TV, en México

lugares abiertos donde se puede simplemente cenar con amigos en un servicio 5 estrellas.

BEM-VINDO  
BRASILEIRÃO

GOLTV HD

100%  
FÚTBOL

GOLTV PLAY

www.goltvlat.com

ADFP

COPA traki FVF

CAMPEONATO URUGUAYO

COPA PILSENER

f /GolTVLatAm

t /goltvlatam

# Fox Networks: Producción original con capacidad de adaptación y flexibilidad

## Apuesta a los productos con acento regional

Fox Networks Group ha tenido un crecimiento sostenido en la región, donde sus contenidos tuvieron un buen desempeño y se lanzaron grandes producciones originales, según comentó a Prensario Sergio Veiga, SVP y gerente general de FNG para la región sur, que abarca Argentina, Bolivia, Chile, Paraguay y Uruguay.

‘En un contexto donde los consumidores tienen el control sobre cuándo, cómo y qué quieren ver, la clave está en la capacidad de adaptación y flexibilidad. En este sentido, apostamos a la innovación constante y a generar una mayor flexibilidad en nuestro modelo de negocio con nuevas alternativas para acceder a los mejores contenidos’.

‘Es por eso que hoy uno de nuestros focos de inversión es nuestra app de contenido Fox Play, promoviendo un proceso de mejora continua evolucionando hacia el concepto de contenidos multiplataforma. Además, el grupo lanzó recientemente en México FOX+ sólo con Internet y tenemos planes de expandirlo al resto de la región’, señaló Veiga.

‘En líneas generales, el grupo ha crecido sostenidamente en la región. Nuestros contenidos han tenido una excelente performance, hemos lanzado exitosas producciones originales como la segunda temporada de *Escuela para Maridos* y *Lucky Ladies Argentina* y las producciones de Fox Sports *La Llave del Gol*, *Agenda Fox Sports*,

*Debate Final* y *Fox Gol*; tuvimos una cobertura espectacular de los Juegos Olímpicos a través de Fox Sports, Fox Sports 2 y Fox Sports 3 y de nuestras apps Fox Sports y Fox Play, y continuamos expandiendo nuestro Premium Fox+’.

‘Por su parte, Fox Play ha registrado un crecimiento del 100% durante el último año en la región y cuenta aún con un gran potencial de expansión, con más de 41 millones de usuarios que ya podrían acceder al servicio’, completó el ejecutivo.



### Novedades de programación

El último cuatrimestre de 2016 tendrá importantes novedades en materia de contenido para las señales de FNG. En septiembre FX presenta en la misma noche de su estreno en EE.UU., *El Exorcista*, *La serie*, con Geena Davis y Poncho Herrera. Fox estrena una nueva temporada de *Scream Queens*, la creación de Ryan Murphy con Jamie Lee Curtis, Emma Roberts y Lea Michele.

‘En octubre Fox presentará una de sus producciones más ambiciosas, 2091, la primera serie original de ciencia ficción realizada en Latinoamérica, una serie futurista de alto presupuesto producida por Fox Telecolombia y protagonizada por los colombianos Manolo Cardona, Angie Cepeda y los mexicanos Christopher Von Uckermann y Cristina Rodlo, sumado al chileno Benjamín Vicuña y los argentinos Luz Cipriota y Ludovico Di Santo’.



Sergio Veiga, SVP y gerente general de FNG, región sur

Fox1, señal parte del Premium FOX+, estrenará #LlamameBruna una producción original basada en la historia real de una adolescente que decide cambiar radicalmente su vida y dedicarse a la prostitución llegando a ser la escort más famosa de Brasil. Además, Fox1 estrenará la esperada nueva temporada de *The Walking Dead* day & date con EE.UU.

Nat Geo tendrá en octubre el film *Seremos Historia* del productor ejecutivo Martin Scorsese, producida por Leonardo DiCaprio y Fisher Stevens, y que muestra el costado más oscuro del cambio climático, y en noviembre presentará el estreno global *Mars*, una serie que imaginará cómo sería la primera misión humana al planeta Marte.

Finalmente, Fox Sports tendrá grandes eventos deportivos como la Copa Sudamericana, la fase de grupos de la UEFA Champions League, el Mundial de Clubes y el Gran Premio de México y de Brasil.

### Jornadas 2016

Por último, Sergio Veiga se refirió a su participación en la expo de Buenos Aires. ‘Dada su convocatoria, Jornadas siempre ha sido el marco para comunicar novedades de nuestro Grupo y este año no será la excepción. Es uno de los eventos más importantes de la industria en la región y es siempre una excelente oportunidad para hacer una evaluación del año y poder proyectar y planificar el próximo año en sintonía con nuestros partners y clientes’.



La 7ma. temporada de *The Walking Dead* llega el 23 de octubre a Fox+



El 21 de septiembre, vuelve *Scream Queens* a Fox

IMPERDIBLE  
SEPTIEMBRE  
EN VIVO

CICLISMO +  
Vuelta a España

+ RUGBY  
The Rugby Championship  
URBA Top 14  
Premiership de Inglaterra

ESPN

FÚTBOL +  
UEFA Champions League  
UEFA Europa League  
Ligas de Europa

+ GOLF  
PGA Tour /  
The Tour  
Championship

TENIS +  
US Open

MOTOGP +  
INDYCAR

EN STREAMING  
POR ESPN PLAY



## A+E Networks Latin America: Crecimiento orgánico en todos los países

Nuevos feeds HD y más temporadas de las series exitosas

César Sabroso, SVP de Marketing en A+E Networks Latin America, destacó el año de crecimiento que han tenido todas las áreas del grupo en la región, desde rating hasta distribución e inversión en tecnología. 'También a nivel profesional, acostumbrándonos a una realidad cambiante, donde la tecnología nos dicta la pauta de lo que trae el futuro. A pesar de el exceso de información, vemos que la gente consume más que nunca, contenido televisivo, aunque sea a través de diferentes plataformas'.

'Lo más importante de VOD y TV Everywhere es que tenemos el privilegio de contar con el espectacular equipo de HBO, quienes hicieron una labor genial. Hoy estamos con VOD en los principales sistemas de TV paga de Latinoamérica. Tenemos catch up y también tenemos H2 en live streaming, que permite disfrutar de la marca de cultura, historia y documentales en tiempo real', agregó.

'Hemos logrado un crecimiento orgánico en más de un nivel en todos los países, superando nuestras metas y llegando cada vez mejor a los usuarios. El crecimiento es un objetivo tácito en nuestra misión de distribución y marketing de afiliados para TV paga. En Lifetime y H2

hemos tenido crecimientos de más del 30% en los últimos meses, upgrades en VTR de Chile, Cable Onda de Panamá, Movistar de Perú y recientes lanzamientos en DirecTV HD para A+E, Lifetime y H2 panregional. Lifetime HD tuvo un crecimiento adicional de 250.000 hogares más, y de 2 millones para H2', destacó el ejecutivo.

El grupo distribuye A+E, History, H2 y Lifetime, todas dirigidas a diferentes segmentos del público. Destacó Sabroso: 'Estas marcas también incluyen un importante aspecto de covieving; series se ven de manera compartida. H2 aumentó el rating de audiencia femenina hasta un 44% de mujeres en su público, que comparten el momento con sus hijos para complementar la educación'.

'Anunciamos - nuevas temporadas de las series más exitosas de Lifetime, como el regreso de UnREAL, el show nominado al Emmy que cuenta lo que pasa en un reality show de citas románticas. Además, Lifetime Movies estrena la película basada en la vida de Tony Braxton, Unbreak my heart, el 26 de octubre'. También anunció nuevas temporadas y episodios de Dance Moms, Bring it!, Pequeñas Grandes Mujeres, e importantes estrenos todas las semanas en películas creadas por y para la señal.

Por su parte, History tendrá nuevos episodios de El Precio de la Historia, Cazadores de Tesoros y El Socio. Además, se estrena la nueva versión de Raíces, con Anna Paquin, Laurence Fishburne y Anika Noni Rose. Agregó Sabroso: 'Tenemos algo muy importante con esta serie: cuando presentemos este show en History, en H2 presentaremos un especial de humanidad y derechos humanos, esto habla de la fortaleza de las marcas de History, que busca dar mensajes importantes a la sociedad'.



César Sabroso

'A+E traerá nuevas temporadas de Quién da Más?, un éxito en México, NCIS Nueva Orleans, y lanzamos la campaña de RSE para Lifetime, "Valora tu tiempo", que busca crear conciencia de que un minuto puede salvar la vida, promoviendo el autoexamen físico. Es una iniciativa proactiva de apoyo a los sobrevivientes, que son héroes. La campaña fue premiada por su creatividad por Promax y en Cannes. También lanzamos la nueva edición de "Una idea para cambiar la historia", de History, que busca los proyectos que puedan transformar algún aspecto de la sociedad', remarcó el ejecutivo.

### A+E Networks Latin America en Jornadas

En Jornadas Internacionales, el grupo seguirá reforzando el mensaje 'de compromiso de renovación de excelencia, con la mejor experiencia de contenido y de marca a nivel multimedia en todo el ecosistema para todos los usuarios', dijo César Sabroso. 'El televidente de antes consume más contenido televisivo multiplataforma. Son usuarios más que televidentes, porque tienen una participación interactiva, respuesta inmediata en redes sociales, y esto nos permite renovarnos consistentemente y mejorar la oferta de contenido y experiencia de marca para que se pueda amplificar la conexión emocional con las marcas.

'Tenemos el compromiso de seguir creciendo en rating, ranking, engagement, experiencia de marca, innovación tecnológica y nuevas marcas. Este año hemos abierto nuevos feeds satelitales para que todas las marcas, como ocurre en Brasil, puedan llegar en HD', resumió.

Lo mejor del deporte está en TyC Sports



La mejor programación polideportiva, la transmisión de los principales eventos de la región y toda la pasión del fútbol argentino y latinoamericano, con el estilo característico del canal líder de deportes de Argentina.

Visítanos en stand n° 53 de Jornadas Internacionales de Cable

TyC Sports

Contacto Ventas Afiliadas: Hernán Chiofalo, hchiofalo@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3531  
Contacto Publicidad: Gabriela Cirigliano, Jefa Ventas Publicidad Pantalla y Digital  
gcirigliano@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3800.



TyC Sports.com



La nueva temporada de NCIS Nueva Orleans, por A+E



Unreal regresa a Lifetime



History estrena nueva temporada de Raíces

# HBO Latin America: Más producción original y foco en digital

Frank Smith, EVP de distribución y desarrollo de Medios, **HBO Latin America**, destacó a PRENSARIO el crecimiento de la señal en la región con foco en dos puntos claves: por un lado, el crecimiento de una oferta original, con contenido 'local y relevante' que duplicó sus horas vs. 2015; y por el otro, el desarrollo de su OTT **HBO Go**.

En lo que respecta a la programación, destacó el lanzamiento de nuevas temporadas de *Psi, El Negocio* y *Sr. Ávila*; así como la miniserie *Dios Inc.*, el documental *Guerras Ajenas* y la primera comedia de crítica política de HBO *Chumel*, con el youtuber **Chumel Torres**. Además, recientemente dio inicio a la producción en Argentina de *Jardín de Bronce*, junto a **Pol-Ka** y con quien ya había trabajado en *Epitafios*, la primera producción original de HBO en la región.

'La producción original es fundamental para nuestra estrategia de crecimiento, y junto a la exclusividad de todo el contenido, adquirido y producido, se ha convertido cada vez más en un diferenciador clave de HBO. Desde que empezamos a hacer producciones originales, hemos sido líderes en el desarrollo de la industria y en la creación de contenidos. Hemos abierto la puerta a nuevos formatos y a nuevos territorios de



producción, siempre llevando contenidos de calidad a la pantalla', describió **Smith**.

Según el ejecutivo, la clave está en contar con 'historias relevantes, seductoras, innovadoras, que generen una reacción genuina en las audiencias e inciten a una conversación'. 'Nuestras historias hablan a un público inteligente, al que le gusta hacer sus propias teorías sobre lo que va a pasar a continuación, formar opiniones propias sobre temas actuales y controversiales. Tocamos temas que nadie más cuenta, con narrativas diferentes a las acostumbradas'.

Sobre **HBO Go**, la señal de TV paga comenzó durante la primera mitad de 2016 con el rollout de una nueva versión de la plataforma para el territorio, que ofrece a los suscriptores una mejor experiencia de usuario gracias a una mejor interfaz gráfica.

'Nosotros entendemos que los servicios OTT funcionan como un complemento en cómo los usuarios consumen contenido. HBO ofrece contenido exclusivo, que no se puede ver en otra plataforma o canal, y el usuario aprecia esa exclusividad que ofrecemos. El usuario puede estar suscrito a cualquier OTT y al mismo tiempo a HBO, y vería distintos contenidos en ambos lugares', destacó el ejecutivo, quien



Frank Smith, EVP de Distribución y Desarrollo de Medios, HBO Latin America

sin embargo considera que pese al veloz crecimiento en la diversificación de formas de consumir contenidos, 'la TV lineal sigue siendo un elemento central en el entretenimiento del consumidor y, en el caso de tv de paga, todavía tiene espacio para crecer en la región'.

'A esto se suma que incrementará más el consumo de ancho de banda. Por ejemplo, ya vemos en estudios de Dataxis que el 94% de los argentinos consumen contenido en plataformas **TVE**. **HBO GO** es una oferta para este cambio de tendencias, ya que da flexibilidad al consumidor para ver cuando quiera y donde quiera un catálogo amplio con nuestras producciones originales y las películas más taquilleras'.

En concordancia con esto, la compañía ha comenzado a incursionar en nuevos formatos que vienen del mundo digital y que se espera lleven buenos resultados a la plataforma, como el caso de *Chumel con Chumel Torres*, escrita y conducida por un influencer y youtuber mexicano, y las comedias *Insecure*, escrita y protagonizada por la youtuber **Issa Rae**; y *High Maintenance*, basada en la serie web del mismo nombre, que podrán verse a partir de octubre. 'Vemos potencial para estas producciones en **HBO GO**, llegando a audiencias más diversas y jóvenes, que tienden a ver contenidos a través de plataformas digitales', aseveró.

Y finalizó Frank Smith: 'Todas nuestras producciones originales están pensadas para llevar algo distinto al consumidor, sin importar la plataforma de consumo, pero si notamos que algunos contenidos tienen una mayor adaptabilidad a una pantalla pequeña. Ejemplos de esto son *Animals*, primera comedia animada de **HBO** para adultos; *After the Thrones*, recap breve de cada episodio de *Game of Thrones*, *Chumel* y formatos de no ficción, como el reciente documental original *Guerras Ajenas*'.

## HBO y Pol-Ka presentaron *El Jardín De Bronce*

**HBO Latin America** y **Pol-Ka** Producciones presentaron en Argentina su nueva coproducción original *El Jardín de bronce*, que contará con la actuación estelar de **Joaquín Furriel** (*Montecristo*, *Sres. Papis*, *Entre Caníbales*) y la dirección de **Hernán Goldfrid** y **Pablo Fendrik**.

Compuesta por ocho episodios de una hora cada uno, la nueva filmación se realizará principalmente en Buenos Aires e iniciará el próximo 22 de agosto. Acompañan a Furriel en la serie **Norma Aleandro**, **Luis Luque**, **Gerardo Romano** y **Julieta Zylberberg**, presentes durante el lanzamiento, así como **Daniel Fanego**, **Mario Pasik**, **Claudio Da Passano**, **Romina Paula** y **Rodolfo Ranni**.

Con este acuerdo, **HBO Latin America** volverá a trabajar con **Pol-Ka**, casa



Roberto Ríos, de HBO, Adrián Suar y Diego Andrasnik, ambos de Pol-Ka, junto al elenco de *El Jardín de Bronce*

productora que llevó a la pantalla la primera serie original producida por HBO en la región, *Epitafios*, y que fue nominada al premio Emmy Internacional en 2006.

'*El Jardín de Bronce* forma parte de la expansión en producción original para América Latina y Brasil, que en las últimas tres semanas ya ha confirmado el lanzamiento de 5 nuevas producciones', explicó **Roberto Ríos**, VP Corporativo, Producciones Originales de HBO Latin America.



**TRACE SPORT STARS**

**¡CAMINA POR LA ALFOMBRA ROJA Y ECHA UN VISTAZO DETRÁS DE LAS CORTINAS CON LAS GRANDES ESTRELLAS DEL DEPORTE!**

**WWW.TRACE.TV**

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.

## Discovery Channel: *Herencia Custom Garage*, nueva producción original en Argentina

Discovery Networks Latin America & US Hispanic estrenó el 6 de septiembre en Discovery Channel su nueva producción original *Herencia Custom Garage*, que cuenta con ocho episodios de media hora producidos por **Herencia Media House**.

*Herencia Custom Garage* sigue a un grupo de amigos amantes de las motos que inician una travesía por la Ruta 40, la famosa vía que une Argentina de norte a sur. El programa muestra en la primera temporada el recorrido desde Jujuy a Mendoza y se planea una segunda temporada de la serie, que será de Mendoza a Ushuaia (Tierra del Fuego).

Fue producido por **Herencia Media House**, casa productora liderada por **Ariel Taboada**

y **Federico Bonomi**, protagonista de la serie. **Michela Giorelli** es la productora ejecutiva, **Rafael Rodríguez** es el director de producción, y **Javier Chuecos** y **Jimmy Herrera** son los supervisores de producción por parte de Discovery Networks LA/USH.

El viaje de *Herencia Custom Garage* conmemora cinco años del primer recorrido que estos amigos realizaron juntos. El desafío consiste en recorrer la Argentina de norte a sur en motos clásicas, con diseños personalizados y artesanales. En el camino, afrontarán climas hostiles, paisajes sorprendentes, caminos difíciles y también

problemas mecánicos, que resolverá en jefe del taller móvil, Pingo. Con alturas que superan los 4.500 metros sobre el nivel del mar, Bonomi y sus amigos recorrerán 1.700 kilómetros bordeando la Cordillera de los Andes, de Jujuy and Mendoza. Y buscarán durante el trayecto hacer llegar donaciones a escuelas rurales y sa-



Federico Bonomi y sus compañeros de ruta durante la presentación en Herencia Studios

las de primeros auxilios, cumpliendo otro de los objetivos del grupo: dejar su huella por los caminos ayudando a quienes más lo necesitan.

Taboada explicó a Prensario: 'Nos conocemos hace tiempo con Federico y surgió la idea de hacer un programa contando su historia y un viaje real. Fue una experiencia interesante, que complementa las primeras cápsulas que habíamos hecho para Discovery'. En relación a los proyectos futuros de la casa productora, el ejecutivo dijo que hay planes de seguir generando otros contenidos, relativos a tatuajes, cocina, entre otros temas.



Más de 100 personas, entre ellos varias agencias de publicidad, participaron del lanzamiento de la serie en Herencia Studios

## NBCUniversal concluye la compra de DreamWorks Animation



Jeff Shell

NBCUniversal, subsidiaria de Comcast, concluyó el proceso de adquisición **DreamWorks Animation**, que se integrará a su división Universal Filmed Entertainment Group, a cambio de 3.800 millones de dólares.

La operación, anunciada en abril pasado, se concretó esta semana luego de recibir la aprobación de los organismos antimonopolio tanto de los Estados Unidos como de otros países, por lo que **Jeff Shell**, presidente de Universal Filmed Entertainment Group, pasa ahora a dirigir el estudio creador de franquicias como *Shrek*, *Kung Fu Panda* y *Madagascar*.

Creado en 1994 por **Steven Spielberg**, **David Geffen** y **Jeffrey Katzenberg**, quien



deja la compañía para pasar a presidir DreamWorks New Media (que tiene participación en Awesomeness TV y Nova), el estudio se integrará a Universal Filmed Entertainment Group, que actualmente integran Universal Pictures, Fandango y NBCUniversal Brand Development, para proporcionarle a Universal un alcance más amplio sobre todo en contenido infantil y entretenimiento familiar.

star HD  
tve

Nuevo canal para América en HD



rtve

www.rtve.es/comercial/

## VIMN: Crecimiento en distribución y contenidos multiplataforma

Nuevos acuerdos en Chile y Argentina

Viacom International Media Networks ha tenido un año positivo en Sudamérica, y sobre todo en Argentina, donde **Comedy Central** y **Paramount Channel** incrementaron su distribución tras el ingreso al paquete digital de **Telecentro**, según afirmó a Prensario, **Paula Guerra**, SVP y directora general para el Cono Sur y la región andina.

En Chile, anunció nuevos acuerdos con **VTR** para **Paramount Channel**, que entró en el paquete básico SD, y en el paquete de alta definición con **Paramount Channel HD** desde febrero. 'Además, tenemos disponibles todas nuestras aplicaciones móviles del **Viacom Play Plex** y contenido VOD para apoyar a nuestros clientes en el desarrollo de sus plataformas no lineales, una de las áreas de enfoque para el año', agregó Guerra.

'Sabemos que las personas están consumiendo más contenido que nunca, ahora a través de múltiples plataformas, tanto lineales como no lineales. Lo importante para Viacom

es estar presente en todas estas pantallas con productos innovadores que le ofrecen a nuestros televidentes diferentes maneras de acceder a nuestros contenidos, donde y cuando los quieren ver'.

En este sentido, VIMN finalizó este año el lanzamiento de una serie de aplicaciones móviles autenticadas de TV Everywhere que incluyen **MTV Play**, **Nickelodeon Play** y **Comedy Central Play**. Explicó Paula Guerra: 'MTV Play ya tiene más de 5 millones de instalaciones en toda la región y ha generado increíbles cantidades de visualizaciones con programas como *MTV Super Shore* y *Acapulco Shore*'.

Y añadió: 'Como parte de nuestra estrategia de producción original, se están produciendo contenidos de formato corto exclusivos para los productos multiplataforma. Por ejemplo, para la entrega de premios MTV MIAW'16, se creó una serie de cápsulas diarias llamadas *MIAWtime*, emitidas en las semanas previas al evento en MTV Play y mtvla.com, donde los YouTubers favoritos de la audiencia hablan de música, tech, actualidad, famosos y primicias de show'.

### Contenido y producción original

'Este año, seguimos con nuestro compromiso y fuerte inversión en la producción de contenidos originales para todas nuestras señales. Para MTV, acabamos de terminar la producción de nuestra propia versión latinoamericana de *Are You the One: El Match Perfecto*, un nuevo reality en el cual los participantes, oriundos de varios países de América Latina incluyendo Argentina, están en busca de su pareja perfecta, con estreno el 20 de septiembre'.

'Estamos terminando la producción de la segunda temporada de *MTV Super Shore*, que se grabó en el sur de España y se estrena en los próximos meses. Para Comedy Central, seguimos con nuevas temporadas de *Stand-Up* que estrenan a lo largo del año y ahora en septiembre estaremos lanzando la muy esperada temporada número 20 de *South Park*'.

'Para **Nickelodeon**, acabamos de comenzar nuestra temporada de los *Kids' Choice Awards* en México el 20 de agosto, seguido



Paula Guerra, SVP y directora general Cono Sur y región andina

por Colombia en septiembre y Argentina y Brasil, en octubre. Este evento sigue siendo la entrega de premios más esperada por los niños, donde reconocen a sus estrellas favoritas en categorías de televisión, música y el ámbito digital. También estamos en producción de la segunda temporada de la telenovela hit de Nickelodeon, *Yo Soy Franky*, que actualmente se está produciendo en Colombia'.

'En este último año también comenzamos a producir contenido en nuestro recién inaugurado estudio de producción en Miami, **Viacom International Studios**, donde ya produjimos dos temporadas de *Ridículos* para MTV, una en español y una en portugués para Brasil. Además, se produjo el primer programa de competencia culinaria para Nickelodeon, *Food Hunters*, que debutará en los próximos meses'.

### Jornadas 2016

El grupo se presentará como todos los años en Jornadas Internacionales, sobre lo que la ejecutiva destacó: 'Como siempre, aprovechamos estas convenciones para reunirnos con todos nuestros socios y clientes. Para este año, nos estaremos enfocando en nuestros productos multiplataforma, como las aplicaciones móviles de MTV Play, Nickelodeon Play y Comedy Central Play, además de nuevos productos como *Nick First*, que recién lanzó en México. *Nick First* es un nuevo paquete de contenido Premium de Video on Demand (VOD), que permite a los suscriptores de un sistema de tv paga disfrutar de una selección de contenido de estreno de Nickelodeon, antes de su estreno en el canal lineal, al instante y cuando quieran'.



En septiembre, llegan los KCA a Argentina, por Nickelodeon



South Park llega en su temporada 20 a CC

# ¡DESCUBRÍ EL MUNDO ANIMAL CON ZooMoo!

El canal interactivo que cambió el modo de disfrutar y aprender todo sobre los animales.

Distribuido a 140 millones de hogares en todo el mundo, en sólo 3 años.

El App de ZooMoo ganó 5 premios internacionales.



Descarga gratis el App de ZooMoo para divertirte y aprender jugando.



www.america.zoomoo.tv

zoomooamericatina

Contactar a Fernando Gualda: fgualda@zoomoo.tv



¡Todo sobre animales, todo el tiempo!

## ESPN llega a 40 millones de hogares en Latinoamérica

Con sus señales deportivas y la plataforma ESPN Play

ESPN International llega a 40 millones de hogares en Latinoamérica con sus contenidos deportivos en todas sus señales, incluyendo cuatro en alta definición, y la plataforma OTT, ESPN Play.

La presencia de ESPN en la región



se destaca con la emisión de cuatro canales en alta definición, ESPN, ESPN2, ESPN3 y ESPN+, que se alinean y complementan entre sí ofreciendo la más amplia cobertura de contenidos deportivos y eventos en vivo tales como la UEFA Champions



Federico Peres y Sebastián López, de ESPN

League, la Liga de España, de Italia y otras ligas destacadas del fútbol europeo, básquetbol de la NBA, el mejor rugby del mundo, los cuatro grand slams de tenis, los majors de golf, deportes motor, ciclismo, deportes extremos, entre otros, y programas de noticias como Sportscenter y de entretenimiento como ESPN FC, Pura Química, Redes, ESPN Run. Los cuatro canales combinan una programación única en variedad de contenido y calidad.

Todo ESPN se puede disfrutar en HD, un diferencial que los fanáticos al deporte exigen y los afiliados suelen aprovechar al máximo, disponiendo, además, de sus correspondiente streaming a través de ESPN Play para acceder a los mismos a través de dispositivos múltiples, en cualquier momento y en cualquier lugar.

La empresa y sus propiedades mantienen oficinas e instalaciones de producción en habla hispana en Bristol, Estados Unidos; Buenos Aires, Argentina; Bogotá, Colombia y Ciudad de México, México, desde donde se genera contenido para plataformas digitales (ESPN Play, ESPN.com & ESPN Magazine), radio (ESPN Radio), aplicaciones móviles, productos de consumo y desarrollo de eventos. En ESPN Sur se destaca este concepto de ESPN por cuatro canales y todo en HD desde ahora en las grillas de los más importantes operadores de tv paga tales como Cablevision, Telecentro y Supercanal en Argentina, Claro y ETB en Colombia, VTR y Entel en Chile, TVCable en Ecuador, Movistar y Claro en Perú, Nuevo Siglo y Montecable en Uruguay.



PROGRAMAS ÚNICOS  
GRANDES PRODUCCIONES  
LA LIGA ITALIANA DE FÚTBOL



LA BELLA E LA BESTIA



DAMA VELATA

DISFRUTE DE LAS MEJORES SERIES ITALIANAS



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

**Equital S.A.**

Lanza su software estrella!!

**AGENDA WEB**  
GESTIÓN DE ÓRDENES, CUADRILLAS Y CONTRATISTAS.

Con más de 15 años de experiencia implementando aplicaciones de software a medida, Equital lanza al mercado su aplicación AGENDA WEB para dar solución, certeza y rapidéz a cualquier negocio distribuido geográficamente, que requiera del movimiento de personal / cuadrillas / móviles, un calendario inteligente de visitas para ordenar la operativa y una gestión integral post-trabajo con la declaración técnica de lo ejecutado.

[www.equital.com.uy](http://www.equital.com.uy)  
Pedernal 2075, Montevideo. Tel: (0598) 2208 2222

# Turner LA acompaña la transformación del consumo y la distribución de contenidos

Crecimiento en distribución y ratings de audiencias

Juan Carlos Balassanian, VP de ventas de distribución de Turner, dijo: 'El año ha sido muy positivo para Turner en Sudamérica, tanto en términos de penetración como en rating de audiencias. Muchas señales han alcanzado los 60 millones de abonados, entre ellas Space, Cartoon Network y TNT. Además, TBS veryfunny superó los 50 millones'.

Agregó: 'Ha sido un año de crecimiento exponencial en cantidad de abonados. De todo el portafolio de señales, tenemos 18 muy fuertes en la región, sin contar las HD. Ya hay 55 feeds que se transmiten desde Buenos Aires al resto de la región. Tenemos plataformas de TV Everywhere y hay grandes expectativas para un mercado latinoamericano que seguirá creciendo en los próximos años'.

El ejecutivo detalló que en Argentina, dentro del segmento etario de 20 a 49 años, tres de las diez señales más vistas son de Turner (Space, TNT y CN), mientras que entre las 20 más vistas, se incluyen también Boomerang y TCM; TBS está próxima a ingresar en este grupo también.

Sobre la evolución de los hábitos de consumo, prefirió no referirse en términos de "cambio", explicó: 'La palabra "cambio" es la que más se repite, pero eso ocurre todo el tiempo,

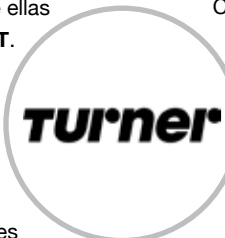
los cambios no se pueden evitar. Preferimos hablar de "transformación" para la industria de la televisión, tanto en el consumo como en la generación de contenidos. Es un antes y un después de lo que estábamos acostumbrados'.

Continuó: 'Hay una demanda permanente de contenidos, formatos e historias por parte del consumidor.

El género de las series está en pleno auge. La información se ha democratizado y la generación de contenido también; cualquier persona puede generar y distribuir contenido. Pero más allá de esto, la experiencia del usuario es transformadora al consumir el contenido. Darle a una persona lo que le gusta y ofrecer una experiencia superadora es mandatorio para todos los que trabajamos en la generación de contenidos'.

En este sentido, habló del video on demand como un fenómeno que crece, y cada vez más personas quieren acceder al video cuando y donde quieren. 'Turner ha respondido con plataformas de TV Everywhere. Al mismo tiempo empieza el uso de la realidad virtual con videos 360° gaming y eventos en vivo. Hay una constante transformación y aparición de modelos de negocio alternativos'.

Las plataformas "Go" de Turner, le han dado un caudal de información que la empresa aprovecha. Señaló Balassanian: 'Monitoreamos todo el tiempo la performance del consumo no lineal de contenidos. Toda nuestra producción de contenidos "Go" está dentro del ecosistema de los operadores de TV paga, hay una convergencia más que una prioridad. Estamos confirmando lo que imaginábamos años atrás, que las diferentes maneras de consumir entretenimiento convergen, no reemplazan una a la otra. Se complementan'.



Juan Carlos Balassanian

## Novedades en programación

Turner se ha hecho fuerte en producciones originales. En octubre, anunció el estreno por Space de *Nafta Súper*, la serie spin off de la película *Kryptonita*. 'Es la primera producción de Space con talento local realizada en Argentina', dijo el ejecutivo. El elenco está integrado por Juan Palomino, Pablo Rago y Diego Capusotto. 'Es un trabajo muy ambicioso en el marco del 25° aniversario de Space'. Además, todos los sábados presenta el ciclo de boxeo de mayor trayectoria de la TV.

En TBS, se emitió *Psiconautas* con Verónica Llinás y Gabriel "el Puma" Goity, y el estreno de *TV or not TV*, con Luis Rubio. La gran novedad fue el pase de Peter Capusotto de la TV abierta al cable, en TNT y Space.

En septiembre, se estrena también en TBS, *Vigilantes*, una comedia de producción original con Carlos Belloso, que narra la historia de dos personas especiales que compiten por un trabajo en una empresa. Además, vuelve el latenight show *El mundo desde abajo*, con una nueva temporada. Además, *Tru TV* trae el mes del tatuaje, y habrá una fuerte apuesta a los eventos en vivo. En julio se emitió la tercera edición de los Premios Platino, y el 30 de octubre se emitirá Miss Universo Argentina, por primera vez en TNT. En noviembre llegan los American Music Awards, y el desfile de Victoria's Secret en diciembre, mientras que en febrero será el turno de el Festival de la Canción de Viña del Mar 2017.

Por último, se refirió a Jornadas: 'Estaremos participando con stand como lo hemos hecho siempre. El stand tendrá una buena sorpresa de entretenimiento y estaremos volcados a compartir con la industria las novedades de programación destacando la experiencia de usuario'.



Vigilantes



Psiconautas



Peter Capusotto

# MEDIASET ITALIA

## THE ITALIAN TV CHANNEL ABROAD

TALENT SHOWS NEWS COOKING SHOWS DRAMA REALITY SHOWS  
DOCUMENTARIES TALENT SHOWS SOFT NEWS  
DRAMA ENTERTAINMENT COOKING SHOWS SITCOMS  
REALITY SHOWS SITCOMS CINEMA DRAMA  
NEWS QUIZ SHOWS NEWS REALITY SHOWS ENTERTAINMENT QUIZ SHOWS  
SITCOMS NEWS DRAMA DOCUMENTARIES  
CINEMA SOFT NEWS NEWS  
DRAMA DOCUMENTARIES



The best choice for Italian Entertainment

www.mediasetdistribution.com



**LIBERTÉ • ÉGALITÉ • ACTUALITÉ**



france24.com

© GREGORIE / AFP © LIONEL BONAVENTURE / AFP

France 24, el canal internacional de noticias 24/7 en francés e inglés.



rfinmundo.com

**LAS VOCES DEL MUNDO**



**PROGRAMAS DE AUDIO 24/7 :**

- 15 canales con noticias internacionales en español, portugués brasileño, francés y otros idiomas
- 2 canales musicales

Recepción gratuita vía stream Internet y/o por los satélites Hispasat 1E, SES 6 y Anik F1.

americas@rfi.fr

© Droits réservés

## Sabrina Capurro, SGD:G: 'El mercado argentino se está abriendo'

Sabrina Capurro, directora general de SGD:G, la distribuidora de señales en Argentina, se refirió al contexto actual del país, signado por el cambio de gobierno y las dificultades económicas. 'Sabíamos que este iba a ser un año difícil pero teníamos claro que había que tomarlo con calma y ver cómo se iban sucediendo las cosas. Creo que para nuestra industria en particular, que veníamos bastante golpeados, ha sido positivo en varios aspectos; la apertura del mercado cambiario que nos tenía muy atados para hacer diferentes operaciones y todo el tema de tecnología, se hacían muy complicadas las compras, creo que esto de a poco se va abriendo. Vemos también mayores inversiones y que se han reactivado los proyectos que venían enlentecidos'.

Remarcó: 'Nuestro equipo está consolidado, hemos adquirido experiencia y ya el mercado nos identifica. Siempre hemos tenido una muy buena relación con la gente de la industria e intentamos cuidar mucho eso para que se siga fortaleciendo'.

Este año, Capurro sumó la distribución de **AZ TV de Paga**, el paquete de señales de Azteca

de México. 'Como todo paquete de señales con el que comenzamos a trabajar, el desafío es grande. Queremos llevar los canales a la mayor distribución en cada país, valoramos mucho la confianza que nos otorgan y no queremos defraudarlos. Creo que Azteca tiene todos los componentes para crecer en este mercado, tiene un contenido de calidad, técnicamente ya todos sus canales son HD y una mente abierta para evaluar las necesidades de cada mercado'.

Así, se incorpora a un catálogo signado por grandes marcas internacionales, entre las que cuentan **RAI, TVE y Band**. Al respecto, comentó: 'Siempre es un plus tener marcas tan reconocidas. Creemos que el desafío en algunos casos es no encasillarlos sólo como canales internacionales sino que, sobre todo en el caso de las señales en español, se trata de destacar el contenido de calidad, con altos estándares de producción y que aporta a la grilla de todo operador un valor agregado. Estos canales cuentan con contenido multi premiado en Europa y Estados Unidos'.

'Apostamos a los productos diferentes, como el



Sabrina Capurro

caso de **Inti**, que ha tenido muy buena recepción por parte de los operadores. No hay otra señal dedicada al estilo de vida saludable y vemos que hay mucha gente que se está inclinando a este tipo de estilo de vida por lo cual creemos en este tipo de contenido', completó.

Sobre Jornadas Internacionales, dijo: 'Es una buena oportunidad para vernos con todo el mercado, afianzar vínculos y actualizar novedades. Trabajamos principalmente Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile. Todos los países presentan oportunidades, se trata de estar allí y ver poco a poco como acompañarlos'.

**ARJ Company**  
Redes Multi Serviços

Instalado en una superficie de aproximadamente 4.500 m2 en un edificio propio, con fácil acceso a las principales vías de São Paulo, ARJ compañía opera con una "JUSTO A TIEMPO" sistema de distribución para sus más de 900 elementos catalogados. Administración en fideicomiso de sus materiales de trabajo que tiene más de 20 años de conocimiento del tema y reciben un servicio personalizado.

Distribuimos productos para FTTH, HFC, Telefonía e Internet, incluyendo: cable de fibra óptica, cajas de empalmes ópticos, fuentes de alimentación, la energía, el hardware para el apoyo de las redes aéreas y subterráneas, cuerdas, conectores, materiales para el aislamiento y puesta a tierra, "las líneas de derivación", materiales para el cableado interior de los edificios, conexiones de suscriptores, accesorios, herramientas y los instrumentos para la construcción de las redes y los materiales para la señalización y la seguridad.

Ponemos a su disposición nuestro departamento técnico y comercial para cualquier consulta.

**CABLENA** **3M** **DEVISER** **Cablemote**

ARJ Company Ass. Com. Imp. Exp. Ltda  
Rua Marcelino Antonio Dutra, 261 - Jabaquara  
Cep: 04334-160 - São Paulo - Brasil  
Tel: +55 11 2193-9288

ARJ Company USA  
6030 NW 99 AVE # 407  
Doral - Florida 33178  
786 616-7619

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

DESCUBRE EL NUEVO EURONEWS

**euronews.**  
ALL VIEWS

Stand N°11, Jornadas 2016

[euronews.com](http://euronews.com)



## Nace Acontecem, nueva empresa de representación

En sintonía con la mayor demanda de contenidos multiplataforma

Ariel Droyeski, figura reconocida de la industria de la TV paga a nivel regional, acaba de lanzar **Acontecem**, su propia empresa de representación de señales que buscará acompañar la evolución de la industria, respondiendo a una nueva necesidad del mercado regional.

'Acontecem arranca oficialmente en septiembre para Jornadas. Veo que la tecnología ofrece nuevas oportunidades de contenidos, y que estos se vuelven más segmentados, con un perfil cada vez más específico. Si bien nuestra experiencia con el **Canal F1** es sobre un contenido de alto rating y distribución masiva, objetivo que se ha logrado, no necesariamente todos las propuestas tienen que ser pensadas con el mismo enfoque'.

'F1 ha crecido este primer año de gestión en todos los operadores grandes y medianos, e incluso ahora en los de menor envergadura'. Esto habla del nivel de llegada de Acontecem;



con presencia en las grillas de **Cablevisión**, **Supercanal**, **Colsecor** y **Red Intercable** de Argentina, 'en este 2016 apuntamos a seguir creciendo', remarcó Droyeski.

'Ponemos como condición para nuestros contenidos la calidad HD, y además tienen que estar disponible en todas las plataformas, incluyendo VOD, plataformas Play y servicios para redes abiertas. Seguir distribuyendo solo señales lineales está pasado de moda, creemos que los grandes cambios vienen por la tecnología y se hace necesario que la oferta sea amplia', añadió.

Además, está en el proceso de lanzar de la productora **Gravedad Zero** y el canal de deportes extremos **Edge** para el último trimestre de 2016. Sobre eso profundizó: 'Al igual que en el factor tecnológico, se hace cada vez más hincapié en la necesidad de la producción local con productoras de cada país. La oportunidad que vemos nosotros



Ariel Droyeski

para con Acontecem no nace de la ausencia de otras compañías como había antes, sino del crecimiento del negocio por cuestiones tecnológicas y con nuevas casas productoras apoyadas por los planes de las autoridades de cada mercado. No todos los vehículos para generar negocios de generación de contenidos han sido alcanzados hasta ahora'.

Y finalizó sobre su servicio regional: 'Tenemos capacidad de desarrollo en toda Latinoamérica y como distribuidores damos un servicio, pero somos flexibles para lo que cada productor necesite'.

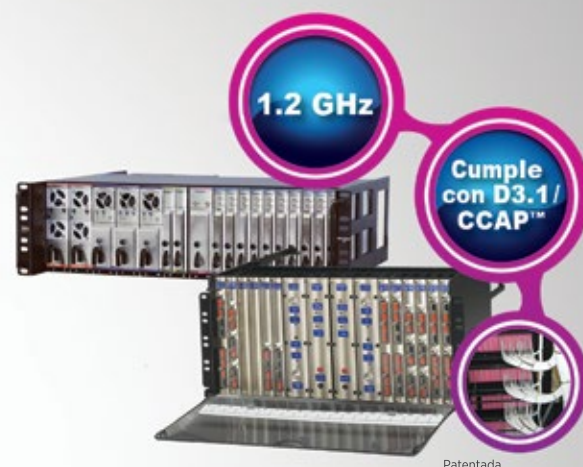
### ATX Lleva EL HEADEND A 1.2 GHz

Elija entre Múltiples Plataformas\* para Cumplir con sus Necesidades de Gerenciamiento RF

- MAXNET II
- SignalOn
- MAXNET original

#### Características Principales:

- Completa Línea de Opciones de Productos RF en MAXNET II y SignalOn con Ancho de Banda de 1.218 GHz para DOCSIS® 3.1
- Mas Soluciones Pasivas y Activas Broadcast/Narrowcast Personalizadas para Mejorar la Densidad de Espacio del Rack y el Aislamiento
- Ideal para el Mundo CCAP™ y eQAM de Altas Densidades



+506-8850-2379 bcastro@atxnetworks.com www2.atxnetworks.com/Pren\_RF16  
\* 1.218 GHz disponible en MAXNET II y SignalOn

EL TALENT SHOW QUE TE CATIVARÁ.



X-PERIMENTE ESTE FORMATO EN SU PANTALLA. LUNES E MIÉRCOLES.



**BAND NEWS**

EL ÚNICO CANAL DE NOTICIAS 24 HORAS EN LENGUA PORTUGUESA EN EL ESTRANJERO. CADA 15 MINUTOS UN NUEVO BOLETÍN CON NOTICIAS, DEPORTES, ECONOMÍA.

**BAND INTERNACIONAL**

band.com.br/internacional  
facebook.com/bandinternacional

DIRECCIÓN GENERAL Silvia Jafet sj@band.com.br  
ARGENTINA, URUGUAY, PARAGUAY Y CHILE  
Sabrina Capurro + 5411-4774-5127 sabrina.capurro@speedy.com.ar  
COLOMBIA, PERU, ECUADOR Y BOLIVIA  
Juan Carlos Ocampo +(571) 629-3991 juan.ocampo@tvnet.co  
Marcelo Assumpcao marcelo@interactivmidia.com.br

## Bloomberg TV lleva las noticias de finanzas a Sudamérica

Crece su presencia en países de habla hispana

Claudia Wagner, Strategic Content Partnerships de Bloomberg, confirmó la presencia de la señal de TV paga orientada al mundo de negocios en Jornadas Internacionales, para acercarse a todos los operadores y plataformas de servicios del mercado de Sudamérica.

Dijo Wagner: 'Latinoamérica es un jugador competitivo en el mundo del negocio y estamos viendo incrementar la demanda de una visión global y datos en tiempo real. Con Bloomberg TV, los espectadores tienen acceso a una cobertura minuto a minuto para ayudarlos a entender por qué los mercados se mueven y cuáles son las implicaciones políticas y para el negocio que rodean



Bloomberg Television

dichos acontecimientos'.

'El extenso alcance global y local de la cadena de reporteros de Bloomberg nos permite dar a los espectadores de la región acceso directo a los jugadores clave que están impactando en los mercados y economías en la región. Además, los espectadores pueden disfrutar de nuestro creciente número de series originales, enfocadas en las tendencias e innovaciones más importantes', añadió la ejecutiva.

Para la última parte del año, adelantó: 'Seguiremos entregando las noticias y la información que el negocio y los profesionales de las finanzas necesitan para tomar decisiones, así como también cubrir las categorías más allá de las finanzas, tales como tecnología, lujos y política. Además, planeamos hacer que Bloomberg TV esté disponible en HD en los territorios de habla hispana en los próximos meses'.

Por último señaló: 'Hace mucho, hemos identificado a Latinoamérica como un mercado para Bloomberg. De hecho, tenemos oficinas



Claudia Wagner, Strategic Content Partnerships de Bloomberg

de noticias en Bogotá, Brasilia, Buenos Aires, Caracas, Lima, Ciudad de México, Río de Janeiro, Santiago y San Pablo. Estamos entusiasmados por poder proveer una experiencia global con un significativo propósito de TV local, entregando datos en pantalla en español y entrevistas con los motores del mercado local'.

Concluyó: 'Actualmente, Bloomberg TV tiene una gran presencia en Sudamérica. Esperamos continuar nuestras relaciones comerciales a través del continente y encontrar nuevas oportunidades con más operadores'.



CADENA DE NOTICIAS GLOBALES

SU ALTERNATIVA EN EL MUNDO DE LA INFORMACIÓN

## RT EN ESPAÑOL



## Canal Sony y AXN crecen en México

Sony Pictures Television Networks Latin America anunció las cifras de audiencia para el segundo trimestre de 2016, mostrando un gran crecimiento de Canal Sony y AXN en México, mercado en el cual ambas señales aumentaron su sintonía interanual y share en horario estelar en sectores demográficos clave y de poder adquisitivo alto-medio.

De acuerdo a datos de Kantar IBOPE Media, Canal Sony logró incrementar su audiencia en México en un 40% entre abril y junio del 2016 en el segmento de hombres y mujeres de 18-49 años con poder adquisitivo alto-medio en comparación con su sintonía en el mismo período el año pasado. La señal logró también aumentar en 32% su participación de audiencias en el país en el mismo target e incrementar en 31% su ATS, o el tiempo que sus seguidores permanecieron en pantalla viendo el canal. Estos incrementos permitieron a Canal Sony escalar posiciones y ubicarse



entre las 12 señales de entretenimiento más populares del país.

Por su parte AXN siguió su camino ascendente en el mercado mexicano logrando aumentar su audiencia interanual en el segundo trimestre en un 16% entre audiencias de hombres y mujeres de 18 a 49 años de edad y poder adquisitivo alto-medio. El canal consiguió también incrementar su participación de audiencias en un 21% el mismo período, consiguiendo con ello seguir escalando posiciones en el ranking y ubicarse entre los cuatro canales de entretenimiento de mayor sintonía en la TV paga de México.

El crecimiento de audiencias de Canal Sony en el segundo trimestre del 2016 se vio favorecido por la popularidad de títulos como *The Voice* y *Anatomía Según Gray*, así como por la buena acogida de su producción original *Top Chef México*, cuya primera temporada consiguió incrementar por un 140% la audiencia interanual



Shark Tank México

de Canal Sony entre audiencias de HM 18-49 ABC+C. La buena respuesta del público a los primeros episodios de la más reciente producción original de Canal Sony, *Shark Tank México: Negociando con Tiburones*, contribuyó también a impulsar los ratings de la señal a finales de trimestre. Por su parte la sintonía de AXN en México se vio impulsada por títulos como las nuevas temporadas de *Secretos y Mentiras*, *Scorpion* y *Quantico* y la emisión en simulcast de *Shark Tank México: Negociando con Tiburones*.

# SEPA MÁS

STAND #35  
JORNADAS INTERNACIONALES ATVC 2016

ACTUALIDAD.RT.COM

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

- 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.



tda 25.5  
Televisión Digital Abierta

## AZ TV de Paga: Sigue el plan de crecimiento en la región

De Convergencia a Andina Link y Jornadas



**Jorge Gutiérrez**, director de distribución de **AZ TV de Paga**, destacó el ambiente positivo, la concurrencia y la respuesta general que ha tenido Convergencia Show de México en su primera edición. La convocatoria de operadores le permite sumar cada vez más y conocer algunos socios de ATIM con los que no había contacto, recuperando la razón de ser de estos eventos.

'Volvimos otra vez a una expo de negocios, con contactos comerciales interesantes y la oportunidad de atender bien a los clientes. Que la entrada haya sido gratuita fue un gran acierto', remarcó Gutiérrez. También destacó la participación de **Total Play**, **Maxcom** y **Sky**, así como las empresas de Centroamérica y las

asociaciones de Guatemala, Costa Rica y El Salvador, entre otras.

Sobre Andina Link, el ejecutivo dijo que irá con 'cosas muy puntuales' como la promoción que ya viene negociando con Cabletica desde Tepal. En esa región, espera seguir creciendo en la distribución de sus señales. 'Con **Roy Salazar** siempre hay un diálogo abierto y las mejores garantías para sus abonados como una pieza estratégica para seguir creciendo en Costa Rica', remarcó Gutiérrez.

De cara a Jornadas Internacionales, la novedad es que AZ acaba de firmar con **Sabrina Capurro** para la distribución en Argentina, y lo va a ayudar a atender a los grandes y pequeños operadores, con una comunicación más lineal en un mercado más importante. 'Creemos que tenemos una oportunidad para **AZ Corazón** y **AZ Cinema** de cine mexicano.



Adriana Fernández, de ATIM; César Heredia, Andrés Rico y Jorge Gutiérrez, de AZ TV de Paga; con Salomón Padilla y José Sunocuella, también de ATIM

Con **Cablevisión**, tras la conversación con **Antonio Álvarez**, sabemos las condiciones para trabajar de manera más cercana', expresó.

Además, en la convención de Buenos Aires, espera activar una iniciativa importante junto a VTR de Chile, con la meta de cerrar un buen año, 'con números positivos' y superando las expectativas, resumió Jorge Gutiérrez.

## Claxson lanzó el servicio de suscripción de HotGo

Ya disponible en ETB de Colombia



**Omar Figliolia**, director de ventas de **HotGo Media (Claxson)** para el Cono Sur, dijo: 'Estamos terminando el año muy consolidados en todo el territorio. Hemos trabajado en el fortalecimiento de nuestros productos y hoy nos encontramos con una oferta única, consistente y versátil, que se adapta a las múltiples oportunidades de negocio que existen en el mercado'.

Entre sus novedades, anunció el lanzamiento del servicio de suscripción mensual a **HotGo** para clientes de Internet. 'ETB, en Colombia, se convirtió en el primer operador de la región en ofrecer este producto'.

Agregó: 'Siempre apostamos a avanzar a la par de los cambios en los hábitos de consumo de nuestros clientes y el lanzamiento de HotGo para clientes de Internet refleja esta evolución. Es una nueva alternativa para acceder a nuestros contenidos expandiendo así las opciones de entretenimiento adulto de una forma más privada y a través de múltiples dispositivos'.

'Hoy, el suscriptor de HotGo tiene acceso a una gran librería de contenido para disfrutar en cualquier dispositivo, cuando quiera y como quiera. Así está evolucionando hoy la oferta de TV paga en la región. Las opciones de distribución de contenidos se han multiplicado y es nuestra visión darles a los clientes la posibilidad de una oferta flexible'.

En lo que a VOD respecta, comentó: 'Nuestra oferta brinda la más amplia variedad de títulos y marcas. Particularmente en este negocio, seguimos trabajando muy cerca de nuestros clientes adaptándonos a las distintas plataformas con opciones de venta acordes a cada necesidad. Hoy todos nuestros productos ofrecen una maduración que sin dudas nos consolida como la mejor opción a la hora de consumir contenido para adultos'.

### Programación

'En septiembre, estamos estrenando en Venus, la nueva producción original **Sexo. El Tutorial**, de diez capítulos. Su protagonista es la modelo y conductora colombiana **Viviana Castrillón**. La temática surge justamente te entender las preferencias del público local y es



Omar Figliolia

por eso que decidimos producir un tutorial de sexo que abarque a todos: hombres, mujeres, parejas. El programa podrá verse en Venus TV y también estará disponible en HotGo'.

Sobre Jornadas, adelantó: 'Estamos con muchas expectativas y presentado novedades muy importantes de nuestros productos. La más importante como dije anteriormente, es el lanzamiento de HotGo para clientes de Internet. Esto se suma a las mejoras que venimos haciendo en el producto desde comienzo de año. Incorporamos nuevas funcionalidades, nuevos contenidos y seguimos trabajando para continuar mejorando aún más la experiencia del usuario'.

SOMOS TU **FÓRMULA** PERFECTA



**TOURISTAINMENT**  
TURISMO + ENTRETENIMIENTO

WWW.SUNCHANNELTV.COM

f /SUNCHANNELTV

ig @SUNCHANNEL

## Telefe presentó *Loco por Vos* en Argentina

Nueva sitcom filmada en 4K

Telefe de Argentina anunció el estreno de *Loco por Vos*, una adaptación de la exitosa sitcom estadounidense *Mad about you* de Sony Pictures Television, que se emite desde el 5 de septiembre a las 21.15 horas para la señal abierta, pero también tendrá transmisión en la señal de TV paga para toda la región.

'Hace tiempo que estamos con ganas de hacer otra sitcom, así como funcionó *Casados con Hijos*, y tenemos expectativas de que suceda lo mismo. Por supuesto que siempre estamos dando vuelta con hacer nuestra propia sitcom, pero sentíamos que en este momento queríamos asegurarnos con la fortaleza de estos guiones y por eso tomamos la decisión de adaptar *Mad About You*. Tenemos una excelente relación con Sony y pudimos cerrar un deal que es muy conveniente para los dos', explicó Tomás Yankelevich, director de contenidos globales en Telefe.

En su versión argentina, Pablo (Juan Minujín), director de documentales y Nati (Julieta Zylberberg), especialista en relaciones públicas, llevan seis meses de matrimonio y los pequeños dilemas

de la convivencia comienzan a surgir lentamente. Se aman. Se adoran. Están muy enamorados, pero atraviesan todos los conflictos y la problemática típica de una pareja en los primeros tiempos de convivencia. Crisis, celos, competencias, diferentes hábitos y expectativas de cada uno. Una historia llena de encuentros y desencuentros donde, ante todo, prevalece el amor.

Completan el reparto encabezado por Zylberberg y Minujín, **Fernán Mirás, Marina Bellati, Agustina Lecouana, Damián Dreizik, Gino Renni, Adriana Aizenberg, Manuel Vicente, Luz Palazón, Lucía Bonet, Nancy Gay, Fabián Minelli, Gonzalo Suárez, Pichu Straneo** y gran elenco.

'Estamos convencidos de que va a tener larga vida, por eso hicimos el esfuerzo, que no es normal, de hacer *Loco por Vos* en 4K, porque estamos pensando en que ojalá el día de mañana cuando emitamos en 4K podamos estar a la altura y se sostenga. Queremos que tenga mucha vigencia', añadió Yankelevich.

Telefe desde hace un mes que comenzó la comunicación en pantalla de *Loco por Vos* y



El elenco de *Loco por vos*, con Juan Minujín y Julieta Zylberberg

desde hace dos meses que está realizando una campaña especial en redes sociales con los gags de los personajes que la gente comenzó a viralizar sin saber que era un programa televisivo. Hay además contenido exclusivo con todos las figuras que pasaron como invitados por la sitcom, cápsulas especiales con personajes especiales de la serie, y habrá streamings para que los protagonistas sigan la trama y hablen del personaje.

'Desde Telefé, como productora de contenido, cada proyecto que iniciamos desde la gestación lo pensamos para todas las plataformas', agregó Darío Turovelsky, Gerente de Programación del canal.



# VideoSwitch

DIGITAL INNOVATION

## GUÍA DE PROGRAMACIÓN ELECTRÓNICA EN PANTALLA

- ▶ Desarrollo propio, adaptable y escalable
- ▶ Capacitación, Soporte y Garantía
- ▶ Más de 100 Licencias instaladas en Centro y Sudamérica






VideoSwitch S.R.L. Uspallata 3579, CABA Argentina / TE: +54(11)4911-5551 / E-mail: info@videoswitch.tv

**SEXO EL TUTORIAL** ESTRENO VENUS TV con VIVIANA CASTRILLON



# 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

## AMC Networks: Gran crecimiento en distribución y audiencias

Eduardo Zulueta, presidente de **AMC Networks International** - Iberia & Latin America, destacó el crecimiento de sus señales, y remarcó el potencial que todavía tiene la TV paga en Latinoamérica, más allá de la evolución de la tecnología.

‘Por segundo año consecutivo, seguimos creciendo muy por encima de la media del mercado, tanto en audiencias como en abonados. **AMC**, nuestro canal insignia, superó en junio de este año los 35 millones de suscriptores en América Latina, es decir, 40% más abonados de los teníamos al llegar a la región’.

‘En la parte de audiencias, en el primer semestre del 2016, AMC incrementó sus ratings interanuales en un 19% entre su público objetivo a nivel pan-regional y el canal creció aún más en los mercados con fuerte penetración de nuestras señales. En Argentina, aumentó su audiencia interanual en el primer semestre de este año en un 40%, mientras que **Europa Europa** y **El Gourmet** incrementaron su público en un 113% y 15% respectivamente’.

‘En Chile, la audiencia de **Film&Arts** aumentó 67% en prime time desde su lanzamiento en HD, mientras que **Más Chic** creció 77% y Europa Europa en un 16%. Finalmente, en otros mercados de importancia como México, AMC incrementó su audiencia interanual en el primer semestre en 55%, mientras que Más Chic creció 17% y El Gourmet hizo lo propio a un ritmo de 9%’, completó el ejecutivo.

‘En materia de ventas publicitarias, este año logramos duplicar nuestros ingresos en relación al mismo período el año pasado consiguiendo un crecimiento muy por encima del crecimiento de la industria en general. Los anunciantes que han llegado a nuestros canales se quedan con nosotros por la calidad de nuestra programación y porque nos enfocamos en fidelizarlos y ofrecerles opciones más creativas para presentar sus productos y servicios.’

En resumen, el 2016 está siendo otro año espectacular para AMCNI - Latin America. La fuerte oferta programática de todo nuestro portafolio sigue siendo la clave para consolidarnos como

una de las empresas de entretenimiento de más rápido crecimiento en la región’.

### Programación

‘AMC cerrará el año con el estreno de nuevas series, entre las que destacan la miniserie *11.22.63* basada en la novela de Stephen King y la primera temporada de *Animal Kingdom*, protagonizada por la galardonada actriz Ellen Barkin, así como dos programas originales de AMC: *Ride with Norman Reedus* y *Comic Book Men*’.

‘Por su parte, **Sundance Channel** tiene previsto el estreno de la segunda temporada de *The Code*, además del regreso anual de *48 horas de Sundance Film Festival*. Para Europa seguiremos con capítulos de estreno de *Un Pueblo Francés* y *Los Hijos del Tercer Reich*, mientras que en Film & Arts estrenaremos *Cirque du Soleil* y nuevos episodios de la serie documental *Esto es ópera*, producción que recorre las óperas más reconocidas de la historia’.

Añadió: ‘En nuestras señales de estilos de vida seguiremos presentando contenidos que hacen la vida de nuestras audiencias más agradable como *Secretos de Belleza* y *Renueva Tu Imagen* en Más Chic y la *Cocina Fácil de Donna Hay*, *Fácil y Resultón* y *La Cocina Fácil de Anna Olson* en El Gourmet’.

### Tecnología

AMC Networks ha desarrollado aplicaciones que complementan la experiencia de entretenimiento que brindan las plataformas lineales y digitales. Dijo Zulueta: ‘En abril, presentamos *Fear the Walking Dead: Dead Run* un juego de rol donde el usuario podía elegir a sus personajes favoritos de la serie y escapar del inicio del apocalipsis que reduce a Los Angeles. Para el regreso del mid-season, nuestra audiencia puede convertirse en un infectado más con *Fear yourself*, gracias a una app que disfraza al usuario con ojos, nariz, boca y accesorios que lo hacen un muerto viviente más. La experiencia se exporta a videos animados para ser compartidos entre fanáticos en sus redes sociales.’

Meses atrás, anunció un acuerdo con **Snapchat** para la creación del primer filtro exclusivo (*Snapchat Lens*) inspirado en



Eduardo Zulueta

los ‘infectados’ de *Fear the Walking Dead*. ‘También, marcamos un hito al ser la primera ocasión en que Snapchat crea un filtro para la promoción de una serie de TV en múltiples países, entre los que destacan Estados Unidos, Reino Unido, España, Argentina, México y Holanda. El acuerdo refleja la voluntad de innovación que distingue y que está potenciando el crecimiento de AMCNI.’

En materia de plataformas no lineales, con el estreno de *Mad Dogs*, nos asociamos a **Claro Video** para ofrecer cada capítulo estreno de forma exclusiva para los usuarios del cableoperador en formato on demand. De esta forma, reafirmamos nuestro objetivo de acompañar el desarrollo de la oferta TV Everywhere / OTT de nuestros clientes, los cableoperadores, para potenciar nuestros respectivos negocios en forma conjunta.

‘Consideramos que, pese a al crecimiento del video streaming, los mejores días de la TV paga están aún por venir y el potencial de crecimiento de las plataformas de TV paga sigue siendo enorme. La penetración de este servicio en América Latina es de sólo 56% y alcanza a los 67 millones de abonados. Sin embargo, según el último reporte de Digital TV Research, los suscriptores de TV paga llegarán a 84 millones, con un crecimiento de 25%, en los próximos cuatro años’.

‘Los servicios de videostreaming no pasan aún de los 10 millones a nivel regional. Finalmente, en el 2Q del 2016 la industria de TV paga experimentó un crecimiento interanual de 5% (repitiendo el crecimiento de la industria en el 2015) mientras que la distribución de las señales de AMCNI - Latin America sigue creciendo muy rápidamente con acuerdos como el que recientemente alcanzamos con Claro TV en Chile para el lanzamiento de AMC en sus señales básicas’.

Concluyó: ‘Vemos el futuro con un gran optimismo. Nos seguiremos enfocando en ofrecer al mercado una programación original de la más alta calidad que nos permita seguir siendo relevantes ante una audiencia cada vez más exigente’.



LA EMPRESA **MÁS 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



11.22.63 llega a AMC, basada en la novela de Stephen King



AMC estrena Animal Kingdom

## Atresmedias lleva sus señales a nuevos mercados

Celebra 20 años de Antena 3 Internacional

En el marco del 20º de **Antena 3 Internacional**, la directora internacional de **Atresmedia**, **Mar Martínez Raposo**, habló de los logros del grupo que distribuye tres señales a nivel internacional y se refirió a ello como un 'gran hito'.



de producir espacios de entretenimiento. Todo ello nos ha permitido crecer, unir otras dos señales, y crear **Atresmedia Internacional**', destacó.

Previo a Jornadas, la ejecutiva comentó los principales estrenos del canal que celebra 20 años, destacando *El Programa de Tu Vida*, que desde julio invita a los espectadores a elegir cuál ha sido el mejor contenido del canal en estos años. 'La participación ha sido muy alta, por lo que agradezco desde aquí a los espectadores que lo han hecho posible y cuyo resultado se verá a mediados de septiembre con la emisión. Además, habrá especiales y menciones en otros espacios de la parrilla del canal'.

'Cuando nació **Antena 3 Internacional**, la empresa era muy joven lo que revela su vocación de llegar a ser un gran grupo de comunicación; fue la primera de España en lanzar un canal internacional y es el único operador privado de Europa con tres señales fuera de sus fronteras (**Antena 3**, **Atreseries** y **¡Hola! TV**). Además de estar presentes en todo nuestro mercado natural, US Hispanic y EE.UU., este año nos hemos estrenado en Canadá, África y Australia, y hemos ampliado nuestra presencia en Europa'.

Durante este tiempo, el crecimiento se ha producido no sólo por un aumento en el número de hogares que reciben la señal de Antena 3 Internacional, sino también en los territorios en los que tiene presencia. 'Antena 3 Internacional se ha ido consolidando en los países de habla hispana como un referente tanto por el tratamiento informativo como en el modo

de producción de programas de entretenimiento. Todo ello nos ha permitido crecer, unir otras dos señales, y crear **Atresmedia Internacional**', destacó.

Previo a Jornadas, la ejecutiva comentó los principales estrenos del canal que celebra 20 años, destacando *El Programa de Tu Vida*, que desde julio invita a los espectadores a elegir cuál ha sido el mejor contenido del canal en estos años. 'La participación ha sido muy alta, por lo que agradezco desde aquí a los espectadores que lo han hecho posible y cuyo resultado se verá a mediados de septiembre con la emisión. Además, habrá especiales y menciones en otros espacios de la parrilla del canal'.

Para octubre, adelantó la quinta temporada de *Tu Cara Me Sueña* y la preparación de la cuarta y última temporada de *Galerías Velvet*, prevista para el primer trimestre de 2017. *Atreseries* estrenará la segunda temporada de *Mar de Plástico* en octubre, mientras que *¡Hola! TV* traerá novedades con especiales mensuales. Así, septiembre la progra-

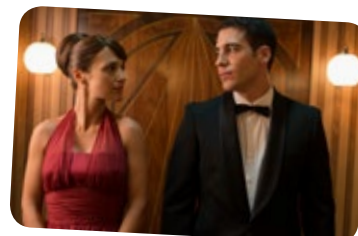


Mar Martínez Raposo

mación girará en torno a la moda y, en octubre, en torno a la lucha contra el cáncer.

'Este año está especialmente marcado por un espectacular crecimiento de nuestras señales en la región. De hecho, hemos firmado muchos acuerdos, como el de **Dish México**, que ya integra todo nuestro portafolio internacional. Y confiamos en cerrar alguno más antes de que finalice el año'.

'Las señales más jóvenes como **Atreseries** y **¡Hola! TV** han tenido un crecimiento más importante que Antena 3 que, con 20 años en el aire, está muy consolidada. En conjunto, los tres canales llegan a 35 millones de hogares en todo el mundo', remarcó.



Galerías Velvet prepara su última temporada

## BBC World News presenta sus estrenos de octubre

En octubre, **BBC World News** estrenará las series *Contenders*, *Global Questions*, *Living Shakespeare* y *Talking Movies: Hollywood And Politics*.

*Contenders* es una serie en cuatro partes que examina la colorida historia de las campañas presidenciales de Estados Unidos. Desde las exitosas de George W. Bush y Barack Obama, las mujeres que más influyeron, así como también los candidatos políticos menos populares y los candidatos de terceros que trajeron caos en la carrera presidencial, el show explora tanto los éxitos como los fracasos de estas valiosas campañas.

*Global Questions* es el ciclo conducido por Zeinab Badawi in Morocco durante la noche de las elecciones



Contenders

parlamentarias, testeando el humor sobre si la religión debería o podría ser tomada por la política. A diferencia de los levantamientos violentos en todas partes, Morocco continúa disfrutando de estabilidad, en parte ayudado por siglos de vieja fidelidad a la familia real de la dinastía Alawite. El programa une un panel de políticos de alto nivel, con figuras de la sociedad civil y la religión, para llevar a la audiencia en toda la región, haciéndose importantes preguntas sobre la compatibilidad del Islam con la política.

El tercer destacado es *Living Shakespeare*, una serie de historias sobre el impacto del autor inglés en todo el mundo.

El programa escucha a luminarias mientras explora la resonancia en sus vidas. Participan figuras como el actor Dr John Kani, que habla de sus experiencias interpretando Othello en Apartheid South Africa, o el músico escocés Dame Evelyn Glennie, que demuestra cómo la sordera no es un impedimento para escuchar *The Tempest*.

Por último, presenta *Talking Movies: Hollywood And Politics*, un ciclo que dedica una edición entera a examinar la relación entre Hollywood y Washington. El programa también reporta recientes películas políticas, algunas que han salido de eventos reales, y escucha al creador del exitoso documental *Hillary's America: The Secret History of the Democratic Party*'.





LO QUE QUIERES VER...





# ¡COMO LO QUIERES VER!

[f VEPLUSTV](#)
[@VEPLUSTV](#)
[VEPLUSTV](#)

WWW.CISNEROSMEDIAPAYTV.COM

La Revista de

## ZUJEYKA

Angel

## REBELDE



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

## Food Network partirá en Movistar TV en Chile

Scripps Networks Interactive anunció el lanzamiento de la señal **Food Network** para todos los suscriptores de TV paga de **Movistar**, filial de **Telefónica** en Chile.

**Eduardo Hauser**, managing director, Latinoamérica y El Caribe, comentó: 'Queremos ofrecerles a los clientes de Chile acceso a la creciente comunidad global de **Food Network**, que sigue creciendo en la región. Latinoamérica ha demostrado un gran interés por los contenidos de alta calidad relacionados a la cocina y estilos de vida'. 'Movistar es líder en canales HD y nosotros estamos buscando permanentemente contenido atractivo para nuestros suscriptores', señaló-



**Rodolfo Mardonez**, Gerente de Contenido de **Movistar Chile**. 'Food Network complementará nuestra oferta de televisión en todas las tecnologías, IPTV Interactivo, satélite, HDTV, TV Everywhere y VOD', añadió. La señal ofrece contenidos de cocina internacional, incluyendo la competencia *Cutthroat Kitchen* con Alton Brown; *Diners, Drive-Ins, and Dives*, que sigue a Guy Fieri en un viaje a través del país mientras visita alguno de los más clásicos restaurantes de USA; y *All-Star Academy*, que muestra a 10 cocineros de casa compitiendo en un desafío culinario que entrega un importante premio en efectivo. Programa un mix de contenidos originales y shows internacionales.



Eduardo Hauser, managing director, Latinoamérica y El Caribe, Scripps Networks Interactive

Food Networks se lanzó primero en Brasil en Noviembre de 2014, y actualmente es distribuido en SD y HD con dos feeds en la región, en español y portugués a más de 8 millones de hogares en la región.

## GoTV transmitirá "El Brasileirao"

**GoTV** Latinoamérica anunció la llegada del Campeonato Brasileño de Serie A, una de las ligas más fuertes del mundo, a su oferta de TV paga para toda la región.

La primera división del Fútbol de Brasil, compuesta por 20 equipos, se disputa en formato de ida y vuelta (uno como local y otro como visitante). El actual campeón brasileño



es el Corinthians de la ciudad de São Paulo. Al campeón y a los tres equipos siguientes se les otorga plaza en la Copa Libertadores de América. Go TV, es el primer y único canal que produce y distribuye programación dedicada exclusivamente al fútbol, con presencia en expansión en toda la región y disponibilidad de su señal para todos los territorios. Acerca fútbol a todos los hogares de la región las 24 hs., los 7 días de la semana.

'Le damos la bienvenida a esta importante liga, nos llena de orgullo seguir reforzando nuestro portfolio con contenido de esta categoría. Comenzamos a transmitir esta nueva adquisición, desde el sábado 6 de agosto y sumaremos un programa resumen semanal con los highlights



Pablo Vargas and Claudio Baglietto, de GoTV

de cada fecha y Footbrazil', dijo Pablo Vargas, gerente de marketing de GoTV.

Y agregó: La demanda que GoTV está teniendo a nivel panregional está en constante crecimiento, debido a la calidad de su contenido. Es una nueva demostración de GoTV por acercarle al suscriptor una excelente programación de fútbol'.



El Brasileirao

## Comarex: Crecen sus señales en la región

Destacó Inti y She en México

**Comarex** tuvo stand para en la feria de México, donde tuvo la representación de diferentes señales, destacando **She**, que une el contenido de educación sexual con la mejor calidad de producción de Estados Unidos.

En **ConvergenciaShow**, estuvo el director **Prensario Internacional**

general, **Rubén Gómez**, junto a **Pablo Zhele**. De su catálogo, destacó **Inti Network** para México y Centroamérica, así como **Canal 13 Internacional** de Chile, presente en varios países de la región. Ahora, irá con la misma propuesta a **Andina Link**, en Costa Rica.



Pablo Zhele and Rubén Gómez

# DEL CREPÚSCULO AL AMANEZCER

From Dusk Till Dawn LA SERIE

DEL DIRECTOR ROBERT RODRIGUEZ  
BASADA EN EL GUIÓN DE QUENTIN TARANTINO

EN EXCLUSIVA PARA LATINOAMÉRICA MARTES Y DOMINGOS - 20.00

#DelCrepusculoAlAmanecer

www.canaldhe.com/delcrepusculoalamanecer



/CANALDHE

@CANAL\_DHE



## DW estrena *Ecápate* en Latinoamérica

Crece la señal en español

Deutsche Welle anunció el estreno de *Ecápate* para Latinoamérica, que es la continuación de *Destino Alemania*, pero ahora no sólo sobre viajes en ese país, sino incluyendo otros países del mundo.

Andrea Hugemann, ejecutiva de distribución, comentó que desde la señal se invita a los televidentes a participar del programa enviando sus propios videos.

Además, destacó el show *Global 3000*, que en septiembre presentará cuatro emisiones realizadas en Cuba, con la conducción de la argentina Lía Castro. Uno de los programas tratará sobre el cantautor Silvio Rodríguez, otro sobre el escritor Leonardo Padura, autor del



libro *El hombre que amaba los perros*, y los otros programas de la etnóloga Natalia Bolívar y Roberto Diego.

Dijo Hugemann: 'Deutsche Welle ha tenido un año muy activo, desde el anuncio de las relaciones entre México y Alemania, que impulsó un proyecto especial para la producción del programa *Aquí estoy*, donde jóvenes de ambos países trabajan en diferentes consignas de producción de videos con el fin de ganarse un viaje a Alemania'. Una de las consignas del ciclo es qué le aconsejaría un mexicano a un alemán para hacer en su país, y viceversa.

Por último, la ejecutiva dijo que la señal



Jack Feldman, del OTT WhereverTV, con Andrea Hugemann, en Convergencia

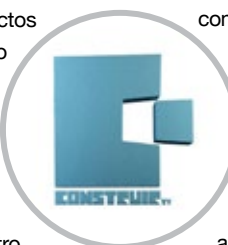
internacional de DW tiene un buen desempeño y adelantó un acuerdo de distribución con ¡ZZ! Además, habló del 'alcance masivo' del canal en español dentro de Latinoamérica, y del canal en alemán para el público que sólo habla ese idioma.

## Construir TV: 'Apostamos a completar la distribución local a mediano plazo'

Alejandra Marano, directora ejecutiva de Construir TV, conversó con Prensario sobre el crecimiento de un canal que hoy llega al 40% del territorio argentino pero que apuesta a totalizar su distribución local a mediano plazo. La ejecutiva destacó la finalización de los aspectos técnicos para salir como canal abierto en la región del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) con el carrier de Telecentro, en septiembre.

También, se refirió a la ampliación de la franja de emisión a través de DirecTV donde pasará de cuatro horas de transmisión - de 1pm a 5pm- a 12. 'Actualmente estamos en un 40% de distribución total de Argentina entre TDA, Telecentro, Tele-red, Colcecor, Supercanal y DirecTV, sumado a cables independientes, que en muchos casos cuentan con la señal a través del deco pero no hay registro. 'Estimamos un alcance de 1 millón de televisores frente a 700.000 en 2015', describió Marano. A mediano plazo, la ejecutiva apuesta por poder posicionarse dentro de la grilla de Cablevisión para completar la distribución local.

Sobre el plano internacional, comentó: 'Debemos analizar costos y beneficios del lanzamiento a través de satélites y costos tecnológicos, pero además tenemos una limitación en lo que respecta al contenido. Nuestra grilla está compuesta en un 70% de producción propia y en un 30% que



se reparte entre intercambios con televisoras de América Latina y adquisiciones, de los cuales no en todos los casos tendríamos los derechos a nivel global. Ante la posibilidad de conseguir un medio, debemos evaluar el costo que representa compensar ese porcentaje en términos de grilla'.

En lo que respecta al crecimiento no lineal, el canal lanzó su plataforma a través del OTT de Opera TV, con un ratio de visualización por visita de 26' y con ingresos de 74 países. 'Pese a que el idioma se vuelve un limitante, la temática del canal -el trabajo- es universal y estamos trabajando para poder subir contenidos subtítulos y hace generar un mayor alcance'.

Además, sigue apostando por su servicio de VOD gratuito, que relanzará actualizado antes de fin de año. 'Nos ayuda a ver cuáles son los contenidos que la gente más mira. Estamos constantemente analizando su comportamiento y poco a poco empezamos a cambiar de paradigma. Iniciamos subiendo contenidos que no teníamos disponibles en el aire para no fagocitar lineal con no lineal, pero nos dimos cuenta que esa diferencia entre plataformas es más propio de la industria que de la audiencia en sí misma, que quiere ver lo que se produjo independientemente del dispositivo en que lo haga'.

Para la monetización de la plataforma, la com-



Alejandra Marano

pañía apuesta por un cambio en su estrategia de producción, revalorizando su contenido y creando un modelo mixto entre contenidos Premium pagos y gratuitos. 'Actualmente realizamos seis series de 13x26' por año, pero vamos a apostar por trabajando en reducir la cantidad de series y empezar a producir programación un poco más Premium, siguiendo los modelos de Netflix o HBO, con documentales de 30' o 60' pero que generen mayor impacto y con temáticas más comprometidas con lo social. Estamos pensando en una audiencia más latinoamericana e internacional'.

Finalmente, en contenido adelantó los lanzamientos de *Profesiones del nuevo siglo*, *Social and Cia.*, *economías del futuro* y *Catadores*. 'Apostamos al contenido y a la monetización, y creemos que esa monetización va a venir ligada al diferencial que damos en contenido', concluyó Marano.



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



El canal para la felicidad de la familia



## RT entró en izzi telecom de México

Y renovó con la TDA en Argentina

El canal **RT** (Russia Today) trajo a todo su equipo a Convergencia Show, donde celebró su entrada en **izzi telecom**. Durante la visita a México, la señal rusa se reunió con el equipo del operador del grupo **Televisa** para ultimar los detalles de la gran noticia que avala todo el trabajo que ha venido realizando en Latinoamérica durante los últimos años. Del mismo modo, estará en Jornadas Internacionales en septiembre en Argentina, donde acaba de renovar un acuerdo con la TDA, el sistema nacional

de televisión digital abierta.

En cuanto a México, RT tuvo un gran despliegue en su stand, que incluyó lentes 360° para que los operadores y medios pudieran tener un viaje especial explorando las posibilidades de las nuevas tecnologías que brinda RT. En su momento, innovó con la opción para la audiencia de publicar videos, antes de que se popularizara en todo el mundo. A **PRENSARIO** le tocó recorrer a Moscú "A vuelo de pájaro", algo que también se mostrará en el show de Buenos Aires.



El gran equipo de RT en México, con los lentes 360°

## Bethel lleva nueva programación a la región

Estuvo en Bolivia y se enfoca en Brasil y México

Después de su exitosa participación en Bolivia Media Show, Bethel fue a ABTA de Brasil y a Convergencia Show de México, donde tuvo un stand. El canal sigue creciendo en Latinoamérica, donde lleva todos sus contenidos cristianos y ahora también programas especiales sin violencia para los niños.

**Juan Carlos Pérez** comentó a **PRENSARIO** que el canal dio su autorización para la transmisión a través de la plataforma **Rack TV** de **TuVes HD**. Está en República Dominicana con **Viva**, **Cable Onda** de Panamá, **Inter Satelital** de Bolivia, **Etapas** de Ecuador, **TuVes** de Chile y próximamente, llegará a **TV Cable** de Ecuador.

En la convención que se realizó por primera vez en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, el canal

recibió gran interés por parte de los operadores, y sobre todo de **Fecotel**, la federación de cooperativas que remarcó la importancia de acceder a un canal 'inclusivo y libre', según lo definió Pérez. 'Los operadores encuentran en Bethel lo que están buscando', agregó el ejecutivo que concretó una reunión con los miembros de esa entidad.

En cuanto a la programación, destacó el estreno de **Casa Feliz**, un ciclo de producción original para niños con un contenido de animación, interactivo y muy llamativo. 'Tiene gran éxito porque es limpio y educativo. Es un canal cristiano al que se le pide contenido sin satanismo ni violencia y eso es lo que ofrecemos para este público', agregó.



Juan Carlos Pérez y Oscar Labbe, de Bethel

Para la segunda parte del año, presentó **Biblia 360**, un programa de conversaciones en estudio donde se tratan diferentes temas con panelistas y la participación de diferentes invitados especiales.

## DHE estrena nueva serie, *Del Crepúsculo al Amanecer*

**DHE HD** anunció el estreno de la serie *Del Crepúsculo al Amanecer*, el 6 de septiembre para toda Latinoamérica. La serie será su mayor destacado de programación para Jornadas Internacionales, donde volverá para seguir creciendo en la región, como viene haciendo en los últimos años.

El show es producido por **Robert Rodríguez**, quien también dirige varios capítulos y es responsable del guión, junto a **Quentin Tarantino**, y protagonizada por **Eiza González**. Basada en la película del mismo nombre, dirigida también por Rodríguez, la serie narra la aventura de

dos hermanos que tratan de llegar a México secuestrando a una familia para terminar en un club nocturno lleno de vampiros y tendrán que sobrevivir hasta el amanecer.

Distribuida por **Miramax**, la serie ha cosechado muchos seguidores y ha alcanzado el primer lugar en el ranking de las "mejores series de ficción para ver" de la revista *The Hollywood Reporter*.

DHE es la señal de TV paga con contenido de películas y series que se encuentra disponible en los paquetes HD de 17 países de la región, incluyendo Costa Rica, Honduras, Guatemala,



*Del Crepúsculo al Amanecer*

El Salvador, Colombia, Venezuela y Argentina, entre otros.

# INNOVATIVE SHIELDING SOLUTIONS



**Amphenol Argentina**  
Av. Callao 930 - 2B Plaza  
C1023AAP - Buenos Aires  
Argentina  
Tel.: +54 11 4816 4876

**TFC South America S.A.**  
Av. Sarmiento 786 - 9A  
H3500BJU - Resistencia  
Argentina  
Tel.: +54 362 442 1237

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

**Amphenol®**  
**TFC**

## TyC Sports: Eliminatorias sudamericanas y Copa Davis

La señal cumple 22 años

En el mes de su 22º aniversario, **TyC Sports** transmitirá toda la cobertura de las Eliminatorias sudamericanas y la semifinal de Copa Davis entre Argentina y Gran Bretaña, luego de la megacobertura que implicaron los Juegos Olímpicos.

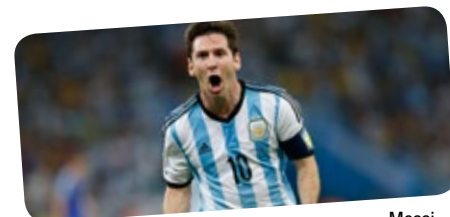
Ahora, la señal deportiva argentina se enfoca en el Mundial de Fútbol de Rusia 2018 para transmitir todos los partidos de las Eliminatorias sudamericanas en vivo con su equipo de especialistas. Para televisar en vivo los cinco partidos de cada fecha, TyC Sports realizará un gran despliegue tecnológico y de producción con la apertura de canales adicionales para la



transmisión de todos los encuentros que se disputan en simultáneo. De esta manera, junto a la tradicional señal de TyC Sports, se abren de forma exclusiva para esos partidos las señales **TyC Sports 2** y **TyC Sports 3**. Todos los encuentros también se verán en cualquier dispositivo digital a través de la plataforma multipantalla **TyC Sports Play**.

Además, el fin de semana del 16 al 18 de septiembre transmitirá la semifinal de la Copa Davis ante Gran Bretaña en Glasgow, que enfrentará a Juan Martín del Potro y Andy Murray.

La programación deportiva incluye más de 90 veladas anuales de boxeo de primera, la nueva



Messi

temporada de la Liga Nacional de Básquet, el Torneo Nacional y la Primera B Metropolitana de fútbol, la Liga Argentina de Vóley, la Diamond League de atletismo y toda la adrenalina del Súper TC 2000, TC 2000 y Top Race junto al equipo Carburando.

Estos eventos se suman a la grilla de programas que incluye *Estudio Fútbol*, *Líbero*, *Indirecto*, *Paso a Paso*, *Planeta Gol*, *Tocala*, *Doble Cinco*, *Sportia* y *Domingol* que convierten a TyC Sports en el canal de deportes líder de Argentina.

## 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.

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. ‘Producimos 200 horas de programación original al año, por o para nosotros. Y seguimos



Timothée Vidal, VP de distribución de Trace

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.

## RTVE: Star HD crece en Latinoamérica

Lanzada en Jornadas de 2015, **Star HD**, la señal de TV paga de RTVE, está teniendo una buena recepción entre los cableoperadores que valoran la calidad de los contenidos y su aspecto diferenciador.

El año pasado, el canal que estaba empezando su emisión en pruebas. Después de esa primera etapa, a principios de 2016, tuvo su presentación oficial en Andina Link de Cartagena de Indias.

La programación de Star HD incluye ficción, con las series que han obtenido los mejores Premios Internacionales

resultados de audiencia y premios en diversos certámenes internacionales, incluyendo *Isabel*, *Águila Roja*, *La Señora*, *Los Misterios de Laura*, *Cuéntame* y *El Ministerio del Tiempo*. próximamente, se estrenarán *Carlos*, dedicada al emperador Carlos V, *El Caso: crónica de sucesos* y *Herederos*, entre otras.

El canal ya forma parte de la oferta de **VTR** en Chile, **Cable&Wireless** en Panamá y **TVCable** en Ecuador, donde se lanzó el 16 de agosto, con un evento en Quito.

Este año, RTVE estará presente en Jornadas



José Fragoso y Víctor Rejero, en Convergencia Show de México

Internacionales a través de su representante comercial para el Cono Sur, **Sabrina Capurro**, CEO de **SGDG**, con la intención de reforzar la posición de nuestros tres canales internacionales, **TVE Internacional**, **24 Horas** y **Star HD**.



## ¿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: <http://www.arris.com/solutions/wi-fi>

# Se realizó en Buenos Aires el TTV Summit

Piratería: 'La digitalización es parte de la solución'

Con el apoyo de **Fox**, **Alianza contra la Piratería de TV paga** y **HBO**, entre otros, se realizó, el 10 de agosto en Buenos Aires, el TTV Summit Antipiratería Tour, organizado por Todo TV y Laapip, donde operadores y señales discutieron sobre cómo erradicar esta problemática.

Por la mañana, **Tomás Gennari**, EVP de **Business Bureau**, compartió algunas cifras representativas de la piratería en la región. Dijo que en Argentina, la TV paga, legal e ilegal, tiene una penetración de 81%. El mercado totaliza 11 millones de suscriptores, donde el 79% pertenece a la tecnología de cable, y el 21% a la televisión satelital.

Según la consultora, 2,7 millones de hogares acceden a un servicio de TV paga de manera ilegal en el país, alcanzando un 15% de penetración y un 12% para el subreporte. 'En Argentina, se pierden 1000 millones de dólares al año a causa de la piratería', completó. En cuanto a los contenidos en línea, destacó que hay 71 plataformas legales de contenidos, con más de 56.000 títulos de series y películas a disposición. Uruguay, por su parte, es un mercado con 800.000 suscriptores y 67% de penetración de TV paga. Hay casi 120.000 hogares que acceden a través de la piratería.

Tanto en Argentina como en Uruguay, el servicio ha llegado a una meseta en el crecimiento de la TV paga, con una continua migración a digital, crecimiento del prepago y de la banda ancha, lo que propicia el contexto para el lanzamiento de nuevas plataformas OTT.

Gennari habló de cerca de 15 tipos de piratería que afectan a los gobiernos, operadores de TV paga (más de 1500 entre los dos países), las 758 señales (154 de origen local), anunciantes (USD 2700 millones en publicidad), otro tanto de productoras, desarrolladores de software y hardware, además de los actores, directores y guionistas que forman parte de la industria.



Tomás Gennari, BB: 'En Argentina, se pierden USD 100 millones al año a causa de la piratería'



Gustavo Mónaco; Francisco Barreto, de DirecTV; Daniel Steinmetz, de Fox Networks Group; Víctor Roldán, de Turner; y Sergio Piris, de Cablevisión

## Panel de operadores y señales

El primer panel estuvo integrado por **Francisco Barreto**, de **DirecTV**, **Daniel Steinmetz**, de **Fox Networks Group**, **Víctor Roldán**, de **Turner**, y **Sergio Piris**, de **Cablevisión**, con moderación de **Gustavo Mónaco**.

Piris dijo que 'hay que acudir a la Justicia' y si bien criticó la falta de regulación, remarcó la existencia de herramientas para actuar y mencionó un caso de éxito en Cablevisión donde se detectaron y confiscaron equipos clonados. Agregó de la piratería en Internet: 'Es un tema complejo que incluye a la neutralidad de la red, algo que en Chile ya se regula y es un tema de debate en la región. Internet es una autopista, una red con acceso limitado e implica diferentes discusiones como la libertad de expresión, entre otros'.

Víctor Roldán habló de la importancia de que toda la industria esté encarando la problemática de manera integral. 'Trabajamos en alianzas y tenemos un área específica que trata la piratería'.

Daniel Steinmetz habló de las enormes pérdidas que esta problemática representa, no sólo para el sector privado, sino también para los Estados en toda la región. Fox trabaja desde hace más de diez años con su departamento de piratería, enfocado en la prevención, apoyo a diferentes iniciativas y capacitación a los gobiernos. El ejecutivo dijo que la digitalización 'es la herramienta más eficiente para combatir a los colgados al cable'. Agregó que es un desarrollo que requiere importantes inversiones pero 'es el camino que hay que seguir', acompañado al mismo tiempo por el apagón analógico.

Francisco Barreto comentó que desde lo comercial, 'hay acciones efectivas', como la oferta de paquetes económicos para facilitar el acceso a contenidos de manera legal. 'Estamos en una búsqueda permanente para dar cada vez un mejor servicio, la inversión en contenidos es un elemento importante'. Además, criticó

la vigencia de una ley que lleva a 'una errónea interpretación', que se refiere al derecho a recibir señales abiertas de manera gratuita. 'Hay que derogarla porque los jueces entienden que las señales satelitales deben ser gratuitas'.

## Alianza contra la piratería

El segundo panel tuvo entre sus protagonistas a **Marta Ochoa**, directora ejecutiva de **Alianza contra la Piratería de TV paga**, quien habló de las diferentes facetas de la problemática. La entidad, que tiene a DirecTV como principal impulsor, realiza estudios de piratería online y ha llegado a acuerdos con los diferentes actores que participan, entre ellos Paypal y Mercado Libre, para disminuir la comercialización de cajas.

Además, presta su apoyo para las nuevas regulaciones, que deben ser 'simples y efectivas' y aporta la información necesaria para el trabajo de los legisladores. Ha participado en operaciones efectivas en fronteras y desarrollado diferentes estrategias con las aduanas para detectar la importación ilegal de cajas FTA. En países como Perú, Alianza integra el comité antipiratería del gobierno.

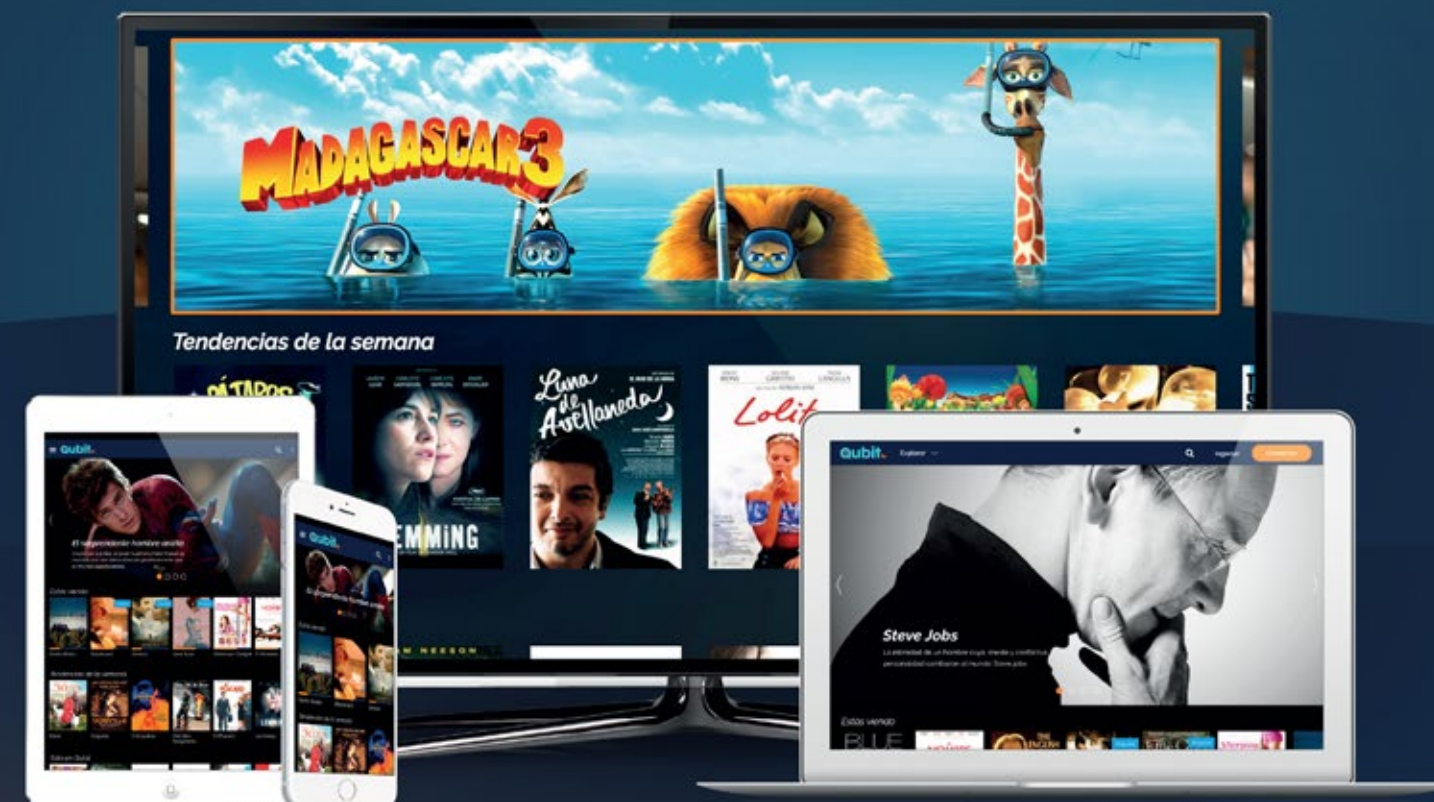
**Igor Valerio**, de **MPA**, dijo que la asociación para la que participa trabaja desde hace 100 años y reúne a estudios de cine de Hollywood. Habló de la piratería como fenómeno, que tiene tres etapas: las fuentes, la distribución (física y por Internet) y el consumo, siendo esta la parte que repercute directamente en los consumidores. 'El desafío está en convertirlos en usuarios pagos, que pasen a los sistemas legales'.

En cuanto a la piratería por Internet, dijo que el streaming es la forma por excelencia y que en Argentina hay cinco sitios importantes que tienen un enorme caudal de accesos. También, mencionó que cuando se han bloqueado sitios piratas, 'el 93% de las personas se fueron a los contenidos legales'.

# 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

## Daniel Steinmetz, Fox: 'Hay que entender por qué se busca contenido ilegal'

'El 50% de los usuarios de Latinoamérica usa Internet para acceder a contenidos. Hay que entender por qué quieren llegar a sus series y películas favoritas de esta manera', afirmó **Daniel Steinmetz**, Chief Antipiracy Officer de **Fox Networks Group**, en el TTV Summit Antipiratería, realizado en el Palacio Duhau de Buenos Aires, Argentina.

'Una encuesta realizada entre los usuarios de Brasil, nos arrojó como resultado que un gran porcentaje de los que buscaban el contenido de manera ilegal lo hacían porque querían ver los capítulos de sus series preferidas al mismo tiempo que en Estados Unidos. Esto nos llevó a implementar nuevas estrategias como reducir la ventana de entrenos entre Latinoamérica y Estados Unidos', señaló el ejecutivo.

En diálogo con **PRENSARIO**, Steinmetz profundizó en este concepto y agregó: 'Otro motivo que encontramos es que se les dificulta encontrar contenidos legales por Internet, porque los motores de búsqueda arrojan primero los sitios piratas. Empezamos a trabajar negociando con los buscadores para que las primeras opciónes sean las legales. Además, desarrollamos un sistema amistoso como **Fox Play**, bajo el concepto "Content Fox Everywhere", que es de fácil acceso y manejo para todos los niveles de usuarios, desde los principiantes hasta los más expertos".

Hace ya diez años que Fox viene trabajando la problemática de la piratería en TV paga en Latinoamérica. Fue uno de los primeros en crear un área de negocios específica para combatir este flagelo, que está a cargo de Steinmetz. 'Estamos en mesa de trabajo permanente. Hay preocupación real de todos los países, como se ha visto en la concurrencia al Summit, con representantes de México, Brasil, Uruguay, Paraguay, Argentina. Como sector privado, vemos con agrado que se hable del tema y se plantee la búsqueda de soluciones', completó.

El programador tiene una estrategia basada en dos pilares, el proactivo y el reactivo. 'El proactivo consiste en la educación, con un trabajo constante desde el nivel escolar con los niños para que entiendan y aprendan sobre el acceso ilegal a los contenidos. También capacitamos a las autoridades públicas para que puedan entender la magnitud del problema y conozcan el daño que le está generando al Estado. Este pilar también incluye el lanzamiento de campañas para entender el valor de la creación de contenidos, educamos sobre el respeto a ese trabajo con iniciativas como el concurso que realiza-

mos en Chile "Tu creación vale" para que los jóvenes entiendan el valor de sus producciones'. 'El pilar reactivo consiste en buscar una solución cada vez que detectamos el acceso ilegal a nuestros contenidos. Intentamos regularizar la situación de una manera amistosa, buscamos llevar la práctica ilegal a la legalidad. Esta estrategia se enfoca en los cableoperadores que son nuestros intermediarios con los usuarios finales. Desde Fox, llamamos a los operadores a cesar en sus prácticas y negociar una posible solución. Ya cuando se niegan, iniciamos otro tipo de acciones formales, con el ente regulador o las autoridades pertinentes en cada país, o se puede iniciar una querrela criminal'. Finalmente, habló de la piratería en cada país. Dijo: 'Cada país tiene su propia realidad. Las diferentes modalidades se manifiestan en todos los países con diferente intensidad. Por ejemplo, en Brasil, la mayor lucha es contra las cajas FTA. Tenemos estrategias a la medida de todos los problemas y sus diferentes naturalezas. Por el volumen de sus mercados de TV paga, Brasil, México, Argentina y Colombia son prioritarios en el tratamiento de la piratería'.



Michael Steven Daniel Steinmetz, Chief Antipiracy Officer, Fox Networks Groups

Francisco Escutia, de Laapip; Antonio Salles, de ABTA; y Marta Ochoa, de Alianza contra la Piratería de TV Paga; Ygor Valerio, de MPA; y Sebastián Lateulade, de TodoTVMedia



Francisco Escutia, de Laapip; Antonio Salles, de ABTA; y Marta Ochoa, de Alianza contra la Piratería de TV Paga; Ygor Valerio, de MPA; y Sebastián Lateulade, de TodoTVMedia

## Alianza: 110 millones de usuarios acceden a piratería online en Latinoamérica

**Alianza**, la primera asociación anti-piratería de TV paga en Latinoamérica, participó en TTV Summit 2016, el 10 de agosto en Buenos Aires, Argentina. Allí, presentó su estudio sobre piratería online, publicado en enero de este año y realizado por NetNames, donde afirma que 110 millones de usuarios consumen piratería online a través de ecosistemas ilícitos a lo largo de toda Latinoamérica, y la cifra va en aumento.

'Como organización, es para nosotros verdaderamente significativo formar parte en este tipo de eventos para ponernos al día en las tendencias y conocer cada vez más lo que están haciendo los miembros de la industria de la televisión para en base a esto, fomentar nuevos esquemas de trabajo que garanticen más y mejores logros. En Alianza estamos convencidos que en conjunto lograremos enfrentar este mal que nos afecta a todos', dijo **Marta Ochoa**, directora ejecutiva de Alianza.

Este estudio arroja hallazgos significativos sobre el uso de diferentes métodos para capturar y distribuir contenido Premium a través de internet y sus múltiples ecosistemas que se prestan para dichas prácticas. Ochoa enfatizó el objetivo de la institución de generar un acercamiento multidisciplinario e integral que incluye evaluaciones de posibles amenazas, monitoreo de zonas de peligro, investigaciones de campo, medidas técnicas y otros esfuerzos con gobiernos locales y entes legales en la región.

Este estudio arroja hallazgos significativos sobre el uso de diferentes métodos para capturar y distribuir contenido Premium a través de internet y sus múltiples ecosistemas que se prestan para dichas prácticas. Ochoa enfatizó el objetivo de la institución de generar un acercamiento multidisciplinario e integral que incluye evaluaciones de posibles amenazas, monitoreo de zonas de peligro, investigaciones de campo, medidas técnicas y otros esfuerzos con gobiernos locales y entes legales en la región.

## TU SOCIO GLOBAL EN CONTROLES REMOTOS Y ACCESORIOS.



PARA MÁS INFORMACIÓN EN CÓMO PODEMOS SER SOCIOS, VISITE: VISIT: [WWW.UEI.COM/LATAM](http://WWW.UEI.COM/LATAM)

Contacto: Juan Carlos Ocampo - Móvil: 57-311-5987628 - Mail: [juan.ocampo@tvnet.co](mailto:juan.ocampo@tvnet.co)



# Convergencia Show tuvo una muy buena primera edición

Con un salto de calidad de la ex ATIM y superando los dilemas de Expo Canitec

Un muy buen debut tuvo Convergencia Show en el WTC de Ciudad de México, el ahora único evento de TV paga en México, que organiza **Newsline Report**, de **Rafael Val**, sobre la base de la ex expo de **ATIM**, la asociación de cables independientes del país. Tras tanto debate político y enfrentamientos de los grandes jugadores que fueron uno de los motivos del ocaso de la Expo Canitec, esta nueva es un soplo de aire fresco y positivo para el mercado local, con una base sólida para crecer en todos los aspectos.

Con una buena concurrencia, de casi 620 personas el primer día sobre un total de 1600 acreditados para toda la expo y un cantidad de metros y tamaño de stands que la ubican entre las más grandes de la región, Convergencia logró recuperar stands como el siempre concurrido de **MVS** liderado por **Jorge Tatto**, y un entusiasmo de participación de los operadores independien-



Salomón Padilla, de ATIM, y Rafael Val



Humberto García, de Tepal, y Rafael Val, de Convergencia Show



Jack Feldman, del OTT WhereverTV, con Andrea Hugemann, de DW

tes en las conferencias que no se ve en otras ferias.

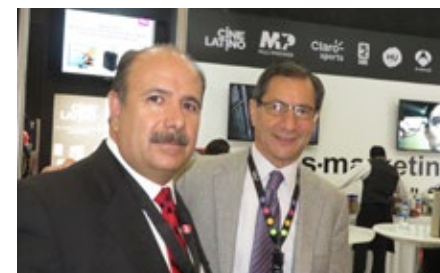
Las conferencias se orientaron con ejes temáticos por día: "Martes de negocios"; "Miércoles de tecnología" y "Jueves de regulación", aprovechando la participación de los entes regulatorios que acudieron de distintos países y que también se lucieron desde la organización con activa participación. La presencia de Centroamérica, con 50 operadores de **FATEM**, la federación liderada por **Roy Salazar** de Costa Rica, y los entes es un gran activo de la expo que no tenía Canitec.

ATIM fue la gran protagonista con sus operadores, que incluyó el paso de mando de **Jesús Villaseñor** a **Pepe Zuno** y que, según destacó su apoderado, **Salomón Padilla**, hoy tiene 70 socios y cubren cerca de medio millón de suscriptores.

Hubo además muchos otros operadores independientes tanto de **PCTV**, que tuvo a sus representantes en los stands y pasillos, como individuales. Pese a lo que se dijo en México en los últimos años, se ratificó el potencial del sector independiente y dejó en claro que todavía hay mucho espacio para crecer.



Julio Trejo, de Total Play, y Federico Sánchez, de TVC



Jesús Villaseñor de Atim y Jorge Tatto, de MVS/Dish



Inauguración con Salomón Padilla, Roy Salazar de FATEM, Jesús Villaseñor y los reguladores

## Prioridades para 2017

Con música de mariachis vino el final de **ConvergenciaShow.mx** con buen ritmo durante toda la expo y mucho movimiento para ser el tercer día, con lo que se organizó a su alrededor. Más allá de que aún hay temas para mejorar, los comentarios de todos los expositores fueron positivos y con la confianza dirigida al año próximo.

Rafael Val comentó a **PRENSARIO** que una prioridad será 'incentivar todavía más la participación de los grandes jugadores entre los operadores', que se vieron pero en poco volumen en esta primera edición. ATIM apoya activamente pero no es parte de la expo, que está dirigida a todo el mercado mexicano.

Val también quedó en superar para el año próximo detalles como que el éxito y el entusiasmo de las conferencias no resienta la participación en el hall de exposición, haciéndolas por la mañana o dentro del hall. Todo queda bien encaminado para la edición 2017, que sería unos días más temprano en el mismo mes para no caer dentro de las vacaciones de invierno de México.

Todo el evento tuvo una inauguración con presencia del **IFT**, una fiesta en el impactante Poliforum Siqueiros y un tercer día con el Gobierno de Jalisco, que se destaca aparte.



Gran concurrencia en las conferencias



## Simplificando la seguridad en un mundo complejo

Conax, parte del grupo Kudelski, es líder global y Especialista en Seguridad de Contenido para entretenimiento digital, entregando servicios a 400 operadores que representan 140 millones de consumidores de televisión de paga en 85 países.

En Conax creemos que podemos simplificar la seguridad para el contenido en un mundo complejo con Conax Contego, nuestra plataforma rica en aplicaciones y de seguridad altamente sofisticada, que es perfectamente compatible con smart cards, cardless, IPTV de nueva generación, Multi-DRM avanzado y servicios OTT. Conax Contego también satisface las especificaciones MovieLabs que requieren Marcas de Agua Forenses, lo que permite la distribución segura y trazable de contenido 4K / UHD.

Proporcionamos tecnología de seguridad avanzada en todo lo que hacemos. Basándonos en un compromiso continuo, el equipo de Conax contribuye con profunda experiencia, que nos permite ofrecer una fuerte combinación de visión e innovación a nuestros clientes.

Visite a Conax @ Jornadas Internacionales, Estande 9

Securing content - Sustaining magic

conax.com

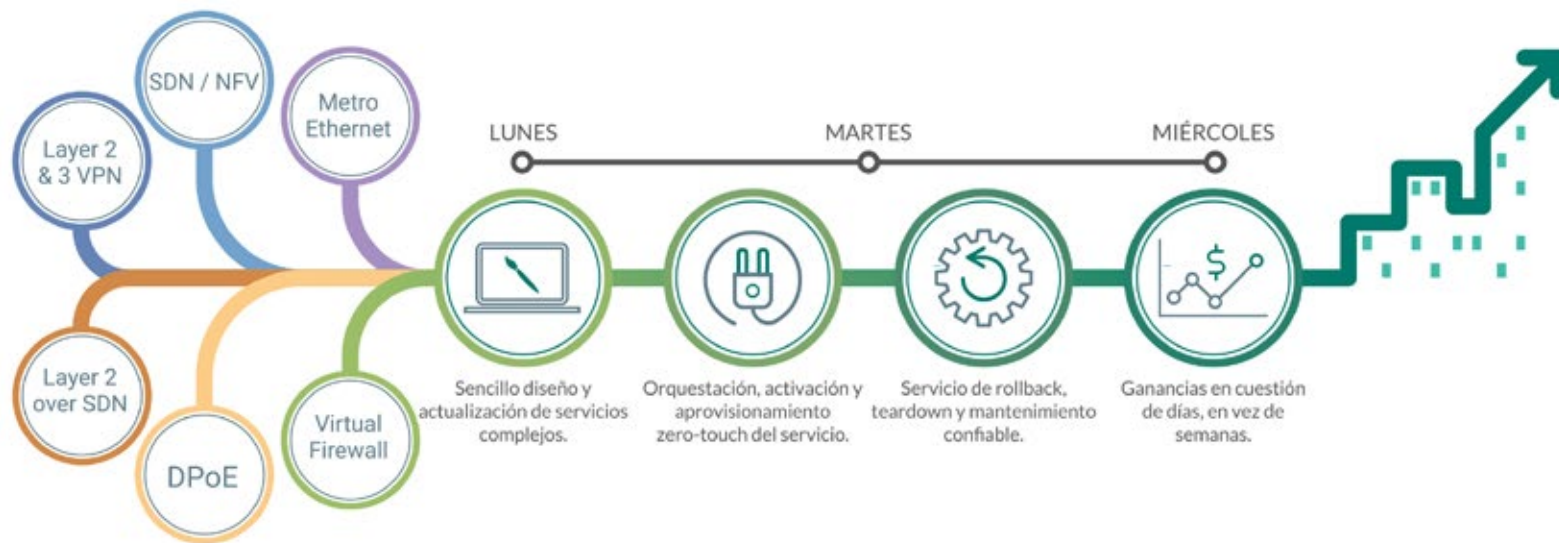




Un aliado estratégico en la integración convergente de sistemas

## 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.



**ANTENAS PARABÓLICAS DE FIBRA DE VIDRIO**  
Banda C - Banda KU



**HOMOLOGADAS POR EL M.T.C.**



Cables y Equipos Ópticos



Redes HFC & FTD Network



Equipos para HEADEND



[/corpetel.com](https://www.corpetel.com) | [www.corpetel.com.pe](http://www.corpetel.com.pe)

Oficina: Av. Nicolas de Pierola 1717 Dpto. 502 / T: 428 3002 - 428 3971  
Tienda: Jr. Paruro 1401 Tda. 108 / RPM: #315 274 - Entel: 817\*3978

## ATIM renovó su junta directiva

Gran apoyo del gobierno de Jalisco

El tercer día de Convergencia, dedicado a la parte regulatoria, tuvo la mayor presencia gubernamental de la expo, en coincidencia con el traspaso de mando de la presidencia de la **Asociación de Telecomunicadores Independientes de México (ATIM)**, de **Jesús Villaseñor** a **José Guadalupe Zuno**. Tuvo una ceremonia con la presencia del representante del gobierno de Jalisco, **Francisco Alfaro Lozano**, que participó porque la apertura con fibra a los hogares se va a hacer desde Jalisco. Dijo que con ATIM son 'grandes aliados'.

Jesús Villaseñor expresó que, en un primer

momento, la reformas de telecomunicaciones los 'paralizó' pero que luego se convirtió en oportunidad con el nacimiento de ATIM hace más de diez años, y que hoy tiene más de 80 socios y aliados internacionales.

Luego, José Zuno remarcó que en la actualidad más de la mitad de las redes que llegan a sus poblaciones no pueden dar banda ancha de última generación. Por eso será su prioridad promover la modernización de las redes para 'pasar de ser cableros a dateros'. Dijo que espera que ATIM siga siendo la gremial más importante de México y renovó el compromiso con FATEM y la región.

Según afirmó a PENSARIO, su postura es ir directamente a FTTH, a diferencia de otros 30 socios que digitalizaron con **Gospell**. Para su presidencia, dijo que espera seguir posicionando a ATIM y gestionando mucho auspicio de los gobiernos para ofrecer servicios de conectividad rural de mejor calidad para beneficio integral de las comunida-



Toda la nueva junta directiva de ATIM



Gabriel Butrón, Jesús Villaseñor con su reconocimiento por su gestión, Pepe Zuno y Salomón Padilla

des. Para eso, la novedad es la formación de un comité específico de tecnología con cuatro ingenieros, liderado por **Alma Alarcón**.

Justamente, en el acto se sacó la foto la nueva junta directiva que el medio regional ya debe empezar a conocer con **Baldemar Delgado** de Ciudad Allende; **Alma Rosa Alarcón** de China de Nuevo León; **Sandra Chávez** (de MVS y Dish) por su sistema en el Estado de Guerrero; **Gabriel Butrón** por Hermosillo; **Laura Medellín** por Río Verde; **Jesús Villaseñor** y **Felipe Vaca**, además de Zuno y **Salomón Padilla**.

## Paneles de cara al futuro

Gran Entusiasmo en todos los paneles

El entusiasmo e interés en los paneles fue otro diferencial de Convergencia Show como no se vio en otras ferias. Los dos paneles fuertes del primer día, encuadrado como "Negocios", fueron de cara al futuro de los operadores.

En el de redes sociales y cómo generar lealtad de audiencia, estuvo **Santiago Kuribreña**, de **Twitter**, y el ex **HBO**, **Hugo Tapia**, de **2b-Tube**. Twitter anunció el lanzamiento de la integración de video en vivo dentro de



Jesús Cohegrús, conferencia magistral por WOBI Panel de señales internacionales

su estrategia general de expandir el alcance de Twitter con contenido con un acuerdo con la NFL de transmitir en vivo diez juegos, o las conferencias del partido republicano en EEUU ahora. Y herramientas como **Amplify** para compartir goles de fútbol por Twitter cuando se producen. Hugo Tapia habló de cómo adaptarse para promocionar y utilizar el conocimiento en las redes en cable y televisión.

En el panel de OTT, moderado por **Alejo Smirnoff** de PENSARIO, hubo gran equilibrio entre **Accedo**, con **Ignacio Fernández** que explicó cómo logró instrumentar las plataformas de TV Everywhere; **Vindicia**, que permite monetizarlo y, como gran ejemplo presente, **Vivoplay** que lleva los contenidos de los productores independientes mexicanos a 97 países del mundo. Se remarcó el carácter complementario y no sustitutivo de los OTT.

Otra presentación novedosa fue la conferencia magistral de **Jesús Cohegrús**, como figura recurrente de los eventos empresariales



Ángeles Pérez, Santiago Kuribreña de Twitter y Hugo Tapia, de 2bTube

de **Wobi**, que es consultor, speaker y el primer mexicano en hacer videojuegos para **Nintendo**. Es parte permanente de la programación diferencial de la señal, según destacó **David Peredo**. También se destacó la conferencia de empresas satelitales con **SES**, **Intelsat** y **Eutelsat** en función del gran crecimiento de la capacidad satelital para soportar los nuevos servicios.



**Level 3**  
COMMUNICATIONS  
Connecting and Protecting  
the Networked World



## Level 3 Vyvx Solutions

Las Soluciones Level 3 Vyvx se conectan directamente mediante más de 320.000 Kms de rutas de fibra óptica, a través de más de 60 países, en más de 500 ciudades de todo el mundo. Combine eso con nuestros servicios satelitales y de telepuerto, y usted podrá distribuir su contenido deportivo alrededor del mundo, desde prácticamente cualquier localidad.

**CUALQUIER ANCHO DE BANDA. EN TODOS LOS FORMATOS.  
EN CUALQUIER LUGAR DONDE LO NECESITE.  
EN CUALQUIER MOMENTO QUE LO NECESITE.**

Dando apoyo al crecimiento, la eficiencia y la seguridad desde la creación hasta el consumo con:

- Contribución y Distribución de Video
- Soporte para todos los Estándares de Transporte de Video (Broadcast)
- Control del Cliente y Flexibilidad sin igual
- Servicios de Red de Video Gerenciados
- Servicios Satelitales y de Telepuerto – Acceso a más de 60 Telepuertos en todo el mundo
- VenueNet+ -- Acceso a las sedes de las Grandes Ligas Deportivas de los Estados Unidos
- Servicios de Distribución de Contenidos Online a través de nuestra Red Integrada de CDN

Para mayor información visite:

**Level3.com**

## FATEM busca tender su propia red de fibra regional

Operadores de Centroamérica y México

FATEM, la Federación de Asociaciones de Mesoamérica, tuvo una participación protagonista dentro de Convergencia Show en México, con su presidente **Roy Salazar** de Costa Rica y las gremiales de El Salvador, Guatemala y Honduras. Se notaron en todo momento y además trajeron a sus entes regulatorios para participar de las discusiones sobre la industria.

En esa activa participación tuvo su propia



Enrique Lau, de Girecable, de Guatemala, Giordy Castro y Lybni Abimelec, de Adeco de El Salvador

conferencia "Convergencia para la Competencia", con total protagonismo de los reguladores llegados de Centroamérica junto a Salazar. Se puso foco en los temas pendientes de regulación para defender la competencia, moderar la concentración en grandes jugadores y en los centros urbanos, y sobre todo temas como la inseguridad jurídica para los operadores, remarcada por Salazar.

PRENSARIO habló con las gremiales de **Enrique Lau de Girecable** de Guatemala, y **Giordy Castro y Lybni Abimelec de Adeco** de El Salvador. Dentro de FATEM coincidieron en el mensaje sobre la inseguridad jurídica y falta de reglas claras que dicen que sufren los independientes en sus mercados, donde los representantes de las señales



Panel "Convergencia para la Competencia", con Roy Salazar

internacionales les presentan contratos que no necesariamente avalan luego las casas matrices.

También expresaron su voluntad de seguir sumando países como República Dominicana y Colombia, y el proyecto de tender su propia red de fibra por parte de FATEM en todos sus países y en alianza con los gobiernos para potenciar la función social de sus sistemas y cerrar la brecha tecnológica.

## Promptlink: Sin competencia para las pruebas de STB, MTAs y módems

Crece también en los centros de restauración

Promptlink ha experimentado un gran crecimiento en Latinoamérica, región dirigida por **David Mosquera** durante los últimos seis años. Se enfoca en dos grandes segmentos del mercado, como lo son los grandes operadores con grandes volúmenes de reciclado de equipos, y los pequeños operadores, el típico mercado para las soluciones de software de gerenciamiento de red, como aprovisionamiento y monitoreo.

Promptlink tiene clientes en México, Honduras, Costa Rica, Panamá, Brasil, Argentina, Chile, Perú y Ecuador, totalizando casi 30 clientes. 'Nos enorgullece haber pasado de ser desconocidos en Latinoamérica, a ganar un nombre entre los operadores, especialmente por la plataforma para pruebas de equipos terminales como cablemódems, MTAS, Módems DSL, STB y Access Point'.

Agregó Mosquera: 'Es el nicho más fuerte y allí no tenemos competencia en la región.

Ofrecemos liderazgo y crecimiento en más plataformas con los actuales clientes. Además, sumamos una nueva categoría que son compañías de prueba y reacondicionado de equipos -refurbished- que están aterrizando en América Latina. Hoy viene **Teleplán, IQ Electronics** y varias más entre compañías de refurbished y testeo de celulares. Estos también, con el crecimiento de operadores por Internet, ahora empiezan a migrar a hacer pruebas y reparaciones de STBs, y nosotros le damos las plataformas de prueba'.

Los grandes operadores evolucionan en expansiones de las propias plataformas de prueba por la mayor necesidad de ancho de banda que no sabe de crisis como en Brasil. Necesitan más racks. Y luego, la otra variable es nuevos productos con la plataforma múltiple y nuevos productos como Gpon, OLT y Fiber to the Home, con buen potencial para Promptlink. 'Si es por fibra o cable, ese equipo se daña y



David Mosquera con Foad Towfip, CEO de Promptlink

vuelve al almacén y hay que probarlo', remarcó Mosquera. Con más diversidad de aparatos terminales, hay una necesidad de un banco de pruebas.

'Son tecnologías muy dependientes de soporte técnico dedicada que sólo rinde para compañías especializadas como nosotros, con gran experiencia en tecnologías concretas. El desafío fue lograr un soporte eficiente en múltiples usos horarios', concluyó.

Precisión a prueba de obsolescencia.



### OneExpert™ Plataforma de Activación de Servicios de Video y Banda Ancha

De los mismos fabricantes del legendario DSAM, un instrumento modular de nueva generación para la prueba y puesta a punto de redes HFC, servicios de banda ancha de hasta 1 Gb/seg a través de DOCSIS 3.1 y de redes WiFi en el abonado.

Véalo durante el SCTE 2016 en Philadelphia, en nuestro stand #1444 o agende una demostración en el siguiente hipervínculo:  
[www.viavisolutions.com/oneexpertcatvdemo](http://www.viavisolutions.com/oneexpertcatvdemo)



Ahora es

**VI.AVI**

Viavi Solutions

Viavi Latin America and Caribbean Headquarters

+1 954 688 5660  
sales.la@viavisolutions.com

Brasil

+55 11 5503 3800  
vendas.brasil@viavisolutions.com

Mexico

+52 55 5543 6644  
mex.sales@viavisolutions.com



info@tecnous.com.ar - www.tecnous.com.ar  
Tel: (+5411)5368-4400 - Fax: (+5411)5368-4401  
Av. Caseros 824 (C1152AAR), Buenos Aires, Argentina



# Conectividad de banda ancha, soluciones de tecnología preparadas para reforzar los servicios de video en América Latina



Una conversación con Barbara Bessolo,  
Presidente de Technicolor Connected Home LATAM



- El clima de los servicios de video en América Latina está cambiando a medida que surge una clase media joven, dinámica y está demostrando tener un apetito creciente de servicios de entretenimiento.
- La cultura de contenido actual y la demanda de elección por el público están obligando a los proveedores de servicios en invertir en infraestructura de banda ancha, mejoras en la conectividad Wi-Fi y en la calidad del servicio.
- Barbara Bessolo ve que las tendencias futuras en la región continúan incluyendo un apetito por el contenido de primera calidad y la próxima generación de experiencias de inmersión incluyen 4K Ultra Alta Definición (UHD), High Dynamic Range (HDR) y Realidad Virtual (RV), en tanto Technicolor sigue averiguando la forma de entregar esta nueva generación de contenido a este mercado emergente de audiencias.

La aparición de una clase media más joven y con mayor poder adquisitivo en muchas partes de América Latina está dando como resultado un apetito por el entretenimiento, y una mayor disposición a pagar por él.

Esta es una de las dinámicas que ayuda a explicar por qué los videos over-the-top (OTT) están teniendo un profundo impacto en los proveedores de servicios de video en la región. OTT TV y los ingresos derivados de los videos en América Latina llegarán a \$ 3,59 mil millones en 2021, según un nuevo informe OTT TV & Video Forecasts de América Latina realizado por Digital TV Research. Esto representa más del 300 por ciento de crecimiento por encima de los \$ 1.15 mil millones que el mercado acumuló en el año 2015.

Simon Murray, analista principal de Digital TV Research señala que el 2015 y 2016 han sido años altamente productivos para OTT TV y video en América Latina. "Fueron lanzadas Varias plataformas de algunas empresas muy bien posicionadas y otras saldrán pronto", dijo Murray.

El aumento de la OTT también está impulsando servicios de banda ancha en América Latina. Estos y otros factores son la creación de un cambio de paradigmas para los proveedores de servicios de video.

Recientemente, hemos tenido la oportunidad de discutir los desafíos y oportunidades de la región con Barbara Bessolo, presidenta de la división Connected Home de Technicolor en

América Latina. A continuación sus comentarios.

**P: Estamos viendo que el crecimiento de los servicios de video está impulsando la demanda de infraestructuras de banda ancha en todo el mundo. ¿Cómo ha visto evolucionar los servicios de video en su región, América Latina?**

**Bessolo:** Ha sido muy interesante en América Latina durante los últimos dos años ya que hemos visto una mayor necesidad de velocidad de banda ancha. Como saben, América Latina es un continente muy heterogéneo, con 33 países y dos idiomas principales. Hay una gran cantidad de cambios que se están conduciendo a causa de situaciones políticas, que obviamente están impulsando cambios económicos dramáticos.

Dicho esto, hay una clase media muy joven, dinámica, con acceso a ingresos disponibles que los gastan en entretenimiento. Esto contribuye a la creciente demanda de servicios de banda ancha para el hogar. En otras palabras, estamos viendo que la población de América Latina está dispuesta a pagar por este tipo de servicios. En relación con esto, vemos una competencia vibrante siendo introducida por nuevos operadores OTT. Todas estas fuerzas no sólo están contribuyendo a la demanda de banda ancha para el hogar, sino también de Wi-Fi y otros servicios que ayudan al acceso de los hogares y experimentan el contenido que desean. Y es allí donde estamos posicionando a Technicolor en América Latina.

**P: ¿Qué operadores OTT están realmente haciendo una diferencia en la región? ¿Son los operadores globales como Netflix o proveedores de servicios regionales locales los que están entrando en el campo?**

**Bessolo:** Esa es una pregunta muy interesante. En este punto, no vemos muchas operadoras de software OTT local. Obviamente, usted puede ir a los portales web y descargar contenido local en cada uno de los países. Pero estamos viendo que Netflix está llegando a la región con contenido internacional, y viene a lo grande. Se ha convertido rápidamente en un operador muy importante para América Latina. Sin embargo, no ha sido sin esfuerzo. Hubo un poco de controversia inicialmente al entrar en diferentes países debido a las licencias y los precios; y el proveedor OTT también estaba buscando las maneras de asegurarse de que no va ser hackeado.

Pero ahora estamos viendo que tienen una posición bastante sólida en el mercado latinoamericano, y como resultado, estamos viendo que nuestros clientes, los proveedores de servicios de red, están pensando cuidadosamente acerca de sus opciones. Muchos, en vez de ir en contra de Netflix, están tratando de integrar Netflix en sus propias soluciones. Esto le ha proporcionado nuevas oportunidades a Technicolor para trabajar con nuestros clientes regionales. No sólo tenemos nuestra propia línea de hardware, sino de software, que también estamos ofreciendo, así como vemos que los proveedores de servicios integran sus servicios con los proveedores OTT como Netflix.

**P: ¿Se debe al interés que tiene la región por la banda ancha que los proveedores de servicios, sean por cable, por satélite las empresas de telecomunicaciones, ahora invierten en mejoras para la conectividad de banda ancha?**

**Bessolo:** Sí, por supuesto. Hace un par de años, creo que todavía estaban en la negación. Ahora todo el mundo ha aceptado la competencia en términos de calidad de servicio. El joven de clase media, de 13 a 15 años de edad, no va a ver la televisión lineal de una manera tradicional. Ellos son más propensos a ir a las laptops o tablets para navegar por el contenido, probablemente a través de OTT.

**P: Usted habló un poco antes sobre la conectividad Wi-Fi. ¿Ha observado que el mercado aumentó y no sólo para apoyar las formas tradicionales de comunicación y navegación en la web, sino también para acceder a servicios de video de banda ancha intensiva más sólidos?**

**Bessolo:** Sí. Estamos viendo que el Wi-Fi está integrado en todo. Como resultado, estamos observando un gran interés de los consumidores y los proveedores de servicios para encontrar maneras de participar en la solución de problemas de Wi-Fi en el hogar; existe una exigencia de hacerlo más fácil para que el consumidor final pueda acceder al contenido que desea sin incidentes, para evitar su frustración y reducir las llamadas de teléfono de servicio al cliente y tiempos de instalación. Absolutamente, existe una gran demanda de Wi-Fi y el que puede proporcionar la vanguardia de las tecnologías y la solución de problemas de Wi-Fi a nivel del consumidor, tiene una gran ventaja con sus clientes.

**P: ¿Cuál piensa usted sea la principal oportunidad en la región y para Technicolor?**

**Bessolo:** A la larga, definitivamente hay una gran cantidad de oportunidades alrededor de 4K, HDR, y las nuevas iniciativas de compresión como HEVC. Todo el mundo también está hablando de la realidad virtual, y nos hemos movido con muchos clientes sobre cómo entregar todas estas experiencias en el hogar.

Con respecto a la realidad virtual y otras experiencias de inmersión, creo que nadie sabe a ciencia cierta cómo va a ser entregado en el hogar y cómo hacer que sea una experiencia interactiva con la familia. Para disfrutar de juegos, es bastante claro: usted no tiene que tener una interacción con toda la familia. Pero, ¿cómo hacer de la realidad virtual una experiencia interactiva cuando estás viendo un partido de fútbol o una película?

Necesariamente usted no quiere que sus lentes no le permitan tener una conversación con otros miembros de su familia. Así que el precio y la interacción con el resto de la familia son los dos principales puntos que estamos tratando de resolver. Estamos colaborando con nuestros clientes para averiguar cómo podemos ayudarles a llegar allí.

# CNA, aliado en el crecimiento y desarrollo de los operadores

## Lanza nueva línea de productos para fibra óptica

Fundado en 1998, CNA es fabricante y distribuidor de productos para las telecomunicaciones y redes de televisión por cable, cuyo crecimiento y posicionamiento en el mercado ha estado estrechamente vinculado al de los operadores e instaladores. Si bien en los últimos años CNA ha crecido de manera significativa, sigue teniendo una enorme capacidad y oportunidad de desarrollo dentro de la industria. 'La fiabilidad de CNA como proveedor ha permitido una rápida expansión de la empresa como líder del mercado en 15 países y dos continentes. Esta experiencia internacional y la filosofía corporativa de trabajo en equipo garantizan de forma eficiente en la entrega y ejecución de soluciones de alto impacto, que son siempre las más rentables para los clientes', destacó **Fiorella Occhionero**, CEO de **Cablenetwork**.

'CNA colabora y está en permanente comunicación con los clientes con el fin de asegurar que el crecimiento y desarrollo va unido al suyo, para satisfacer mejor sus necesidades y anticiparse a futuros obstáculos. Esto le permite estar a la vanguardia con respecto a la competencia y ofrecer a los clientes un servicio más orientado e integral.

Desde sus plantas de fabricación en Estados Unidos, Argentina y México, CNA fabrica una variedad de cable coaxial 100% personalizable, con una capacidad global de 40 Millones de metros mensuales, incrementada con

la nueva planta de fabricación en San Luis Potosí', agregó.

En lo que va del 2016, la televisión paga creció un 3% interanual. En América Latina actualmente existen 86,80 millones de hogares con TV paga, lo que representa una penetración del 51%. A su vez, se proyecta que en el año 2020 existirán 97,84 millones de suscriptores llegando a una penetración del 56%, circunstancia por lo que los operadores se enfrentan a un proceso de evolución continua. En este sentido, modelos de pago como el satélite están abriendo camino en aquellas demarcaciones donde no llega el cable.

### Novedades

'En esta evolución del mercado el desarrollo de los distintos tipos de cable de fibra óptica para tendidos en larga distancia generó 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 adaptarnos a esos cambios que suponen una nueva forma de entender el mercado', remarcó Occhionero.

'En CNA no nos olvidamos de prestar las mejores soluciones para nuestros clientes independientemente de su volumen y dimensión. Esta filosofía y vocación de servicio, nos han permitido un desarrollo multinacional como líder de mercado, que ahora también fabrica y distribuye, productos de fibra óptica de primera calidad para las redes de los operadores de televisión de tantos países'.

CNA presenta este año una nueva línea de productos de fibra que van desde diversos tipos y formatos de cable óptico, hasta cualquier elemento necesario para construir las redes completas. Su equipo de ingenieros trabaja en estrecha colaboración con el equipo de fabricación y clientes para desarrollar los mejores productos. Desde el proceso de diseño hasta



Fiorella Occhionero, CEO de CableNetwork

la implementación, CNA participa plenamente para proporcionar los productos más avanzados que demanda la industria. Todos los productos de CNA están diseñados y construidos en base a comentarios de los clientes y a la riqueza de la experiencia de CNA en el sector práctico. 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.

### Productos homologados

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.

'En CNA 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, operando en 15 países de dos continentes con una clara perspectiva global', agregó la ejecutiva.

Y concluyó: '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. El mejor aliado para su negocio'.



Instalaciones de CNA en San Luis Potosí



**New Services?**

**More Customers?**

**No Problem.**

*Proudly billing over 7 million customers in Latin America*

## PPC respalda las inversiones en telecomunicaciones

Para evitar problemas de conectorización

**Wilfredo Rodas**, responsable técnico de PPC para Latinoamérica, hizo algunas reflexiones sobre lo que implica ofrecer telecomunicaciones de calidad en un marco de gran competencia y con un mercado de conectividad residencial que va masivamente hacia los datos.

A veces, se hacen grandes inversiones en diversos campos de voz, datos y video HD, y con las promesas del Docsis 3.1, que luego se

perden por falta de una buena conectorización. Y eso se traslada a una mala experiencia para el usuario. Con la tecnología LTE hay un problema semejante.

Para esto, PPC ofrece todo su respaldo con la experiencia que tiene en la industria de TV paga, que ha generado confianza a favor de los operadores que ven garantizada la calidad de los productos, más allá de su precio. Además,



Wilfredo Rodas y Daniel Valencia, de PPC

sigue protocolos como el PNM (Procedure Maintenance Network), con un software que se implementa para medir las fallas o las fugas que se puedan producir en la red.

## CommScope: Todas las opciones para FTTH

Además de su caudal tradicional de RF

‘Los MSO tienen que elegir entre Docsis y FTTH; Docsis 3.1 promete larga vida para las redes pero no está implementado y hay muchas cosas todavía para hacerle a la red. El FTTH, en cambio, baja cada vez más el costo de implementación, así que es cada vez más difícil la elección’, dijo **Eduardo Estella Lee**, VP de ventas broadband **CommScope** para CALA, a Prensario.

La marca ofrece las dos soluciones y la estrategia es ayudar a los operadores a definir qué opción tomar en cada caso, sobre todo en el caso del FTTH, que presenta diferentes alternativas en

la forma de implementarlo, y si conviene o no. Explicó Estella Lee que el FTTH es más propicio para IP, pero los cableoperadores están más inclinados a RF. Algunos de sus clientes ya están apostando a FTTH, pero hay que ver también lo que tengan instalado de Legacy.

La marca estará exponiendo en Expo Cable Tec SCTE, adonde llevará opciones de FTTH, que es donde ha detectado mayor interés por parte de los sistemas, aunque también tendrá lo más tradicional.

‘En mayor o menor medida están pensando en esa tecnología y en cómo implementarla.



Eduardo Estella Lee

Tenerla fue parte de la estrategia de compra que hicimos con **TE Connectivity**. Ya estamos con las soluciones nuevas’, remarcó.

## Conax redefine la seguridad del contenido

Serie “White Paper”, ahora disponibles

**Conax** lanzó su serie de White Papers titulada “Redefiniendo la Seguridad del Contenido”, que ofrece los consejos expertos de diferentes temas, altamente relevantes para los operadores de TV paga, y que ayudará a guiarlos a tomar las decisiones correctas para su negocio, y permanecer en la cima del juego en protección de contenido.

La mayoría de los operadores de TV paga toman medidas para proteger su contenido de diferentes formas de piratería, tales como el robo y redistribución de contenido. Ellos saben muy bien que los piratas ahora buscan cada vez más explotar las vulnerabilidades fuera del dominio de seguridad del tradicional acceso condicional. Pero no siempre se dan

cuenta de que los piratas a menudo tienen otros objetivos para hackear, más allá de ganar el control del contenido, y que esos otros ataques pueden ser tan devastadores para las operaciones de televisión como la piratería del contenido, e incluso más.

La piratería de contenido es y siempre será una preocupación en el mundo de la TV paga. Pero con tanto foco en esta problemática, es fácil pasar por alto las otras formas de hackeo que pueden dañar los sistemas. Después de todo, si no hay intención de robar y distribuir el contenido, ¿por qué los operadores necesitarían preocuparse por otras formas de ataques?

El principal desafío es que las amenazas

que implican esas otras formas de ataques de hackeos son, generalmente, menos intuitivas. Esto es, que es difícil para los operadores

ver la gran foto de cómo un ataque puede afectar sus operaciones. Más aún, mientras algunos incidentes de alto perfil del hackeo de dispositivos conectados, incluyendo los STBs híbridos, han ganado terreno, los incidentes de ataques en operadores, son generalmente desconocidos o no reportados y por eso no llaman la atención lo suficiente en el mundo de la TV paga como para causar inquietud entre los operadores.



## 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](http://www.trilithic.com) or call (800) 344-2412

Por Gerónimo Pinoncely, Sales Engineering Manager de Video Strategy

## Arris: La tecnología DVB hoy y en el futuro

La forma en que los consumidores utilizan el vídeo ha cambiado categóricamente en los últimos años. El tiempo de seleccionar un canal, o usar la guía para escoger uno, o simplemente sintonizar el de su preferencia en un horario programado ya es cosa del pasado. La revolución de las plataformas OTT y las múltiples pantallas, conjuntamente con la adopción del vídeo en los dispositivos móviles como tabletas y teléfonos inteligentes, ha transformado la forma de ver la televisión y utilizar el vídeo. La necesidad de ofrecer al cliente plataformas híbridas de transmisión y entrega de vídeo en QAM así como en formato IP, así como tecnologías de capacidades variadas con mayor y mejor compresión de vídeo, se está convirtiendo en una necesidad. Y ante este nuevo panorama se enfrentan los operadores en el mercado hoy en día.

**Gerónimo Pinoncely**, Sales Engineering Manager de Video Strategy para CALA en Arris, comentó: 'Ahora no solo nos sentamos en el sofá de la casa, sino que nos movemos hacia otros lugares, el sillón tradicional pasó a ser la cocina, el comedor o la recámara; ahora el vídeo se volvió móvil, se le incluyó esa movilidad y todo esto ha derivado a que el contenido esté disponible cuando uno lo quiera ver, en donde lo quiera ver, y de la forma que lo quiera ver'.

'Si se tiene un DVR o un dispositivo móvil, simplemente se puede grabar lo que uno quiere y verlo cuando se desee; de la misma manera, se puede entrar en las bibliotecas de las series y ver no sólo el capítulo del día, sino quizás el capítulo anterior o la temporada completa. Así es como el contenido ahora está siempre disponible'.

### Los retos del negocio

Toda esta nueva forma de ver la televisión, junto a la disponibilidad de contenidos y dispositivos



de definición UHD / 4K, no se refieren a una sola tecnología; de hecho, proveedores de servicios como Arris están afrontando una serie de retos nuevos que a su vez le proporcionan una oportunidad de brindar nuevos servicios. Entre ellos se encuentran el crecimiento progresivo del consumo del ancho de banda, que deriva en la necesidad de aplicar una compresión de vídeo más eficiente; la televisión de 'próxima generación', donde la calidad y disponibilidad del vídeo se ve como la tendencia más importante en los dispositivos de consumo; aunado a la necesidad de mejorar y personalizar la forma en que los consumidores navegan, descubren y disfrutan de los contenidos, combinado con el uso y optimización más eficiente de la red. 'Desde el inicio de la TV por Cable, gran parte de nuestros clientes y los operadores, adoptaron el estándar americano llamado ATSC (Advanced Television Systems Committee), dándoles acceso a soluciones "llave en mano", que se refiere a toda una plataforma que incluye productos integrados desde la Cabecera hasta el dispositivo del cliente, y que cumple con las especificaciones del operador. Trabajábamos con ellos desde la recepción, el procesamiento y la transmisión de las señales, hasta la entrega de estos contenidos en la casa del suscriptor', añadió Pinoncely.

'Sin embargo, en los últimos 2 o 3 años, hemos visto una adopción por parte de algunos de los operadores en la región hacia la tecnología DVB, siendo este un sistema basado en estándares abiertos y que está conformado por normas que definen la transmisión digital por medio de vías e infraestructuras de cable, satelitales, o terrestres y que ahora está empezando a adoptarse por algunos clientes en Latinoamérica'.

### Solución

Arris, como proveedor de soluciones de



Gerónimo Pinoncely

video a nivel mundial, cuenta con un personal de amplia experiencia y una extensa cartera de productos, ofrece a sus clientes la posibilidad de trabajar con ambas tecnologías, tanto ATSC como DVB. 'Uno de los principales desafíos de implementar la tecnología (DVB) es que no existe un procedimiento o método único para hacerlo. Al momento de ser una tecnología de estándares abiertos hay demasiadas opciones disponibles en el mercado y no todos los clientes cuentan con la experiencia de integrar sistemas'.

'Cada operador puede optar por su propio ecosistema, y el mayor desafío es que no es una plataforma llave en mano, como lo es con nuestra solución ATSC, donde entregamos el producto desde la A hasta la Z, y le damos "la llave" al cliente para que nada más lo encienda. En una solución DVB; al ser la selección de diferentes productos, con diferentes tecnologías, hay que hacer toda la integración y para eso no hay un procedimiento a seguir, es algo que hay que ir definiendo e integrando y que seguramente en el momento de la integración es cuando aparecen los obstáculos, por lo que el cliente va aprendiendo en el camino'.

Arris ha sido líder en vídeo durante muchas décadas, tanto en Norteamérica como en CALA y en otros mercados. 'Venimos de desplegar soluciones basadas en estándares ATSC, pero también en Europa con despliegues donde las soluciones están basadas en DVB'. Al contar con ambas tecnologías dentro de nuestro portafolio, la compañía tiene también experiencia en ambas soluciones y además cuenta con un equipo de servicio que agrega todo el valor de integrar y certificar el ecosistema "end-to-end" y entregarle al cliente "la llave" justo como lo viene haciendo típicamente en las plataformas ATSC.

'Justamente estamos en el medio de una integración y despliegue con uno de nuestros

Continúa en pag. 104

www.prensario.net

# Televes®

EL FABRICANTE EUROPEO CON PRESENCIA EN MÁS DE 100 PAÍSES



### MÁS DE 50 AÑOS LLEVANDO LA MEJOR SEÑAL DE TV Y DATOS HASTA EL HOGAR

Diseñamos y fabricamos productos y soluciones que convierten las infraestructuras de edificios en autopistas de alta capacidad para servicios de ocio, salud y bienestar en el hogar.



SOLUCIONES AVANZADAS PARA REDES GPON



CAPTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE TV SATELITE, CABLE Y TERRESTRE, PARA SOLUCIONES COLECTIVAS



SOLUCIONES PROFESIONALES PARA OPERADORES DTH



REDES DE DATOS, TELEVISIÓN Y VOD PARA EDIFICIOS ESPECIALES, COMO HOTELES, HOSPITALES Y ESCUELAS.



INTERNET MÁS RÁPIDO Y SEGURO UTILIZANDO EL CABLE COAXIAL DE LA INFRAESTRUCTURA EXISTENTE CON NUESTRAS SOLUCIONES COAXDATA

### El vídeo multipantalla crea una ola de nuevos desafíos para los proveedores de servicios



Asegurando experiencias de vídeo de alta calidad para todos los suscriptores



Entregando contenido en el formato correcto para los tipos de pantallas actuales y pasados



Soportando el explosivo número y variedad de dispositivos de consumo



Gestionando contenido con diversos requerimientos de seguridad y dinámicas de calidad



Asegurando que los requerimientos de entrega de contenido no excedan la capacidad de acceso de la red

## Arris: La tecnología DVB hoy y en el futuro

Viene de pag. 102

clientes que cuenta con diferentes propiedades en CALA, este es un cliente que ha estado con nosotros desde la adopción de la tecnología ATSC, ahora ha decidido agregar la plataforma DVB-C a su plataforma ATSC ya desplegada, y ha elegido a Arris no sólo como proveedor de ciertos componentes en la solución, sino también como el integrador’.

‘El cliente confía en nosotros por la experiencia que ha tenido en el despliegue de su tecnología con que cuenta actualmente en producción. Hoy estamos en un proyecto de certificación de integración, instalación y despliegue de una plataforma en DVB en donde ponemos ciertos componentes en la cabecera; como nuestra plataforma de última generación en compresión ME-7000, y también integrando nuestro Gateway DCX960 para ser utilizado en el hogar del suscriptor’.

### Cada cliente es diferente

‘Como DVB es una tecnología abierta no hay un producto mágico que ya tenga un diseño definido a seguir para implementarse. Un proyecto así requiere involucrarse con el cliente, entender los servicios que quiere desplegar, de qué manera los quiere desplegar, y los tiempos que está buscando cumplir, es parte del trabajo; luego se diseña y arma una solución, en conjunto con un plan estratégico para llevar a cabo todos estos objetivos’.

Comparado con ATSC, DVB tiene algunas particularidades. ‘DVB le da la flexibilidad al operador de tomar los componentes que él quiera de ciertas configuraciones, con ciertas funcionalidades y también con cierto rango de costo. Es decir, el cliente puede hacer un “cherry-picking” de cada una de las etapas, ya

sea de la etapa de procesamiento y transmisión del vídeo, así como del set-top box que va en la casa del cliente’.

‘Dado que en una plataforma DVB el cliente puede hacer la elección de ciertos componentes, nosotros como proveedores de la tecnología tenemos que estar certificados e integrados con los elementos que el cliente pudiera seleccionar en dado caso. Y, por supuesto, también en la parte de las cajas digitales o los set-top boxes tenemos que tener la capacidad de soportar los distintos sistemas de encriptación’, precisó Pinoncely.

‘Creo que el futuro del DVB en la región es muy provisorio, en los últimos años ha habido una atracción muy fuerte por parte de los clientes, algunos lo están evaluando; hay algunos otros que ya incluso lo están desplegando y otros que están en ese proceso de integración y de despliegue, lo que visualizamos dentro de los próximos años quizás es que en la región va a haber una mezcla muy equitativa entre las plataformas de ATSC y de DVB, y es por eso que nosotros como un proveedor de tecnología y de soluciones end-to-end estamos más que preparados para cubrir las necesidades de nuestros clientes, ya sea en ATSC como en DVB’.

### Por qué escoger Arris

El portafolio de productos, la calidad del servicio, la experiencia de sus empleados, la confianza en sus soluciones, la cobertura regional y el respeto por sus clientes son las bases para que Arris sea la compañía que los clientes seleccionen para implementar sus plataformas de negocio.

La compañía esta enfoca en proveer la mejor solución, e incluso antes de la venta, en el proceso de evaluación, del assessment al cliente para recomendarle no solo la tecnología, sino también la arquitectura o los tipos de arquitecturas que el cliente podría utilizar con el fin de que la implementación sea lo más predecible y eficiente. ‘Al ser prácticamente un estándar recién adoptado, los clientes usualmente no tienen expertos en sus plantillas para hacer las implementaciones, Arris cuenta con expertos en Ingeniería para acompañar a los clientes en todo el proceso de implementación, no tienen que contactar a terceros para esos proyectos, lo pueden hacer ad-hoc con nosotros y el negocio se hace más rentable’, dijo Pinoncely.

La compañía apoya a los clientes para implementar una solución de tecnologías múltiples, entre ellas DVB, en varios países. La migración se hace

sin fisuras, con la posibilidad de ser desplegada de forma incremental, llevando, por ejemplo, los sistemas ATSC legados a nuevas configuraciones combinadas que incluyen DVB para facilitar el crecimiento y la competitividad de los operadores.

‘Nuestros clientes se convierten en parte fundamental del proceso de toma de decisiones para la solución. Se sienten animados a colaborar con nosotros y confían en Arris como su proveedor de productos de última generación y soluciones de clase mundial, de acuerdo con sus planes de inversión’.

### El futuro del DVB

El futuro del DVB es hoy más que una realidad, de hecho DVB es lo único que ha sido adoptado en Europa; en América el escenario ha sido distinto. ‘Muchos de nuestros clientes que adoptaron la tecnología de ATSC algunos desde años atrás, hoy siguen con esos despliegues, principalmente por la seguridad que brinda esta tecnología, por ser un estándar muy maduro y por ser una solución probada, los clientes se sienten cómodos con ella. Por otro lado, hay clientes que están evaluando diferentes escenarios, algunos que están buscando tener una interfaz de usuario distinta a la actual, o inclusive explorando opciones de Hardware distinto en el CPE. Creemos que el futuro del DVB en la región es muy provisorio, hay una atracción fuerte, en los últimos años los clientes lo han venido evaluando, hay algunos que ya incluso lo están desplegando y otros que están en ese proceso de integración y de despliegue, por lo que creo y visualizo que dentro de los próximos años quizás en la región va a ver una mezcla muy equitativa entre la plataforma ATSC y la de DVB, y es por eso que nosotros como proveedores de tecnología y de soluciones end-to-end estamos más que preparados para cubrir las necesidades de nuestros clientes, ya sea en ATSC como en DVB’, analizó el responsable de Arris en CALA.

Como sistema abierto, está conformado por normas que definen la transmisión digital por medio de conexiones satelitales, cable o infraestructuras terrestres. Entre sus ventajas está la de permitir a los suscriptores escoger proveedores diferentes de contenido e integrarlos con las computadoras y los televisores. Además, permite alcanzar una eficiencia mucho mayor en lo que se refiere al uso del espectro y la utilización de la energía, ofrece una perspectiva de más canales y la capacidad de trabajar al lado de los servicios analógicos existentes.

## 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](http://www.promptlink.com)

### Innovaciones multipantalla

- Incrementando la calidad de video con ABR/VBR y HEVC
- Haciendo el contenido móvil con sync & go inteligente
- Racionalizando el procesamiento y almacenamiento con empaquetado “justo a tiempo”
- Optimizando la gestión de contenido con selección de perfil dinámico

# WE'VE GOT THE POWER

## TO DESIGN

Set Top Box  
in a Plug



## TO CONNECT

EKT  
MODEM



## TO INNOVATE

Operator  
Smart TV



www.EKT-Digital.com

## SES: Avanza el programa Antenas

Gran presencia tuvo SES en Convergencia Show de México, donde atendió directamente a las comunidades de video que se están desarrollando en el país, el resto de la región y el mercado hispano de Estados Unidos. Estuvo también con otras empresas satelitales en una charla sobre las nuevas capacidades satelitales, y destacó el programa Antenas, que es una de las mayores novedades para el mercado de estos meses.



Javier Hernández, Stefania García y Carlos Gutiérrez, de SES

En el evento, Prensario estuvo con **Stefanía García**, responsable de llevar adelante el plan que implica regalar las antenas a los operadores sin costo alguno y en comodato, siempre que las dejen orientadas a sus satélites. Ya se repartieron antenas a más de 300 operadores y hay una iniciativa conjunta con **Viacom** y algunos canales de deportes para darle todavía más fuerza a la iniciativa. Ahora irá a Andina Link Centroamérica, donde estará representada nuevamente por **Carlos Gutiérrez** como responsable de ventas para la región. Luego le dará continuidad en IBC en Amsterdam.

## 4Business: Scord cumple siete años

En 2016 se cumplen siete años desde la primera vez que **Scord**, el software de gestión y operación para cableoperadores desarrollado por **4Business**, fue instalado en una de las principales empresas de TV paga de Perú. 'Desde esa fecha, ya contamos con más de 200 clientes en los seis países de la región', dijo **Javier Ríos**.



Javier Ríos

'Scord es un software que recoge las mejores prácticas de todas las empresas que lo usan creándose mecanismos para evitar los fraudes, controlar los materiales e ingresos que la empresa tiene. Su desarrollo ha dependido de los requerimientos de cada uno de nuestros clientes'.

El sistema es flexible y se adecua al tamaño de cada empresa, con costos también adaptables. Resumió el ejecutivo: 'Nuestro principal objetivo es mantener a nuestros clientes satisfechos con el servicio que les ofrecemos'.

Ríos estará en Andina Link para visitar a las empresas que ya lo conocen y buscan su sistema. 'El mejor representante comercial son nuestros propios clientes quienes recomiendan el servicio en base a su experiencia'.

# DOCSIS 3.1 Ready?



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

## PerfectVision crece en Latinoamérica junto a Epuvisión

Estarán en Jornadas Internacionales

PerfectVision anunció su participación en Jornadas Internacionales, donde estará representada por Epuvisión, empresa junto a la que continúa su fabricación de cables para los grandes operadores de Argentina, desde sus instalaciones en La Reja, provincia de Buenos Aires.

Desde la empresa afirman que se ha aumentado el volumen de producción, manteniendo la calidad 'a la altura de los mejores productos internacionales'.

A través de Epuvisión, PerfectVision ha crecido en el mercado local abasteciendo a grandes operadores, pero también con una distribución para todo tipo de clientes, ampliando la base

de productos disponibles y contando además con un buen servicio de stock local.

Ahora, anunció la incorporación de los patch cords de fibra óptica a su oferta, que se lanzaron con éxito en otros países a través de la unidad de Wireless. Además, comenzará a ofrecer al mercado toda la serie de cables, conectores y accesorios que tiene disponibles para instalaciones de telefonía celular.

Más allá de la operación en Argentina, PerfectVision atiende al resto de los países de Latinoamérica y el Caribe, siempre enfocado en mantener la alta calidad de sus productos. El año pasado, logró la más reciente certificación disponible, ISO 9001:2015. En



Andrés Rapetti y José Lanzas, de PerfectVision, con Omar Comas y Gabriel Traiman, de Epuvisión

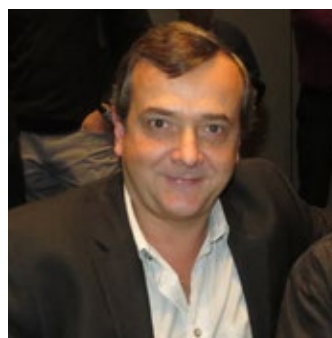
2017, la marca buscará posicionarse junto a los principales distribuidores de la región y seguir generando alianzas de peso para aumentar las ventas, como que se viene dando desde hace unos años.

## Se lanzó Vinodur, partner proveedor de Viditec en Uruguay

Para comercialización e integración de equipos de audio y video profesional

En agosto, se lanzó en Uruguay la nueva empresa de tecnología para Broadcast, audio y video profesional, Vinodur, partner proveedor de Viditec de Argentina.

Vinodur se dedica a la comercialización de equipamiento e integración de soluciones y servicios de ingeniería para los mercados broadcast, corporativo, educativo y de Gobierno de Uruguay. En su país, es representante oficial de Sony Professional Solutions Latin America (PSLA), y además de Viditec, cuenta con estratégicas con proveedores partners como Blackmagic Design y Canare, entre otros.



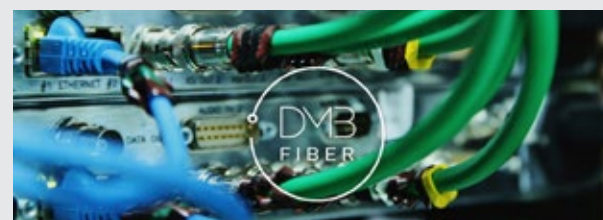
Eduardo de Nucci

Su objetivo es ofrecer soluciones innovadoras, eficientes y completas de acuerdo con las necesidades profesionales para los distintos segmentos de mercado, como también servicios y facilidades de financiación a sus clientes. Para ello, cuenta con un equipo de profesionales dedicado, y una amplia experiencia para asegurar su aporte de excelencia tecnológica y garantizar la calidad de nuestro al servicio al cliente.

## Viditec se asoció a DMB Fiber para Sudamérica

Viditec anunció un acuerdo con DMB Fiber para el trabajo conjunto, que les permitirá potenciarse mutuamente en la oferta de servicios al mercado profesional de Sudamérica. DMB es un proveedor en soluciones de fibra óptica (SMPTE) para rubros profesionales, mientras que Viditec aporta su experiencia en la integración de sistemas para mercados de Broadcast y audio video profesional.

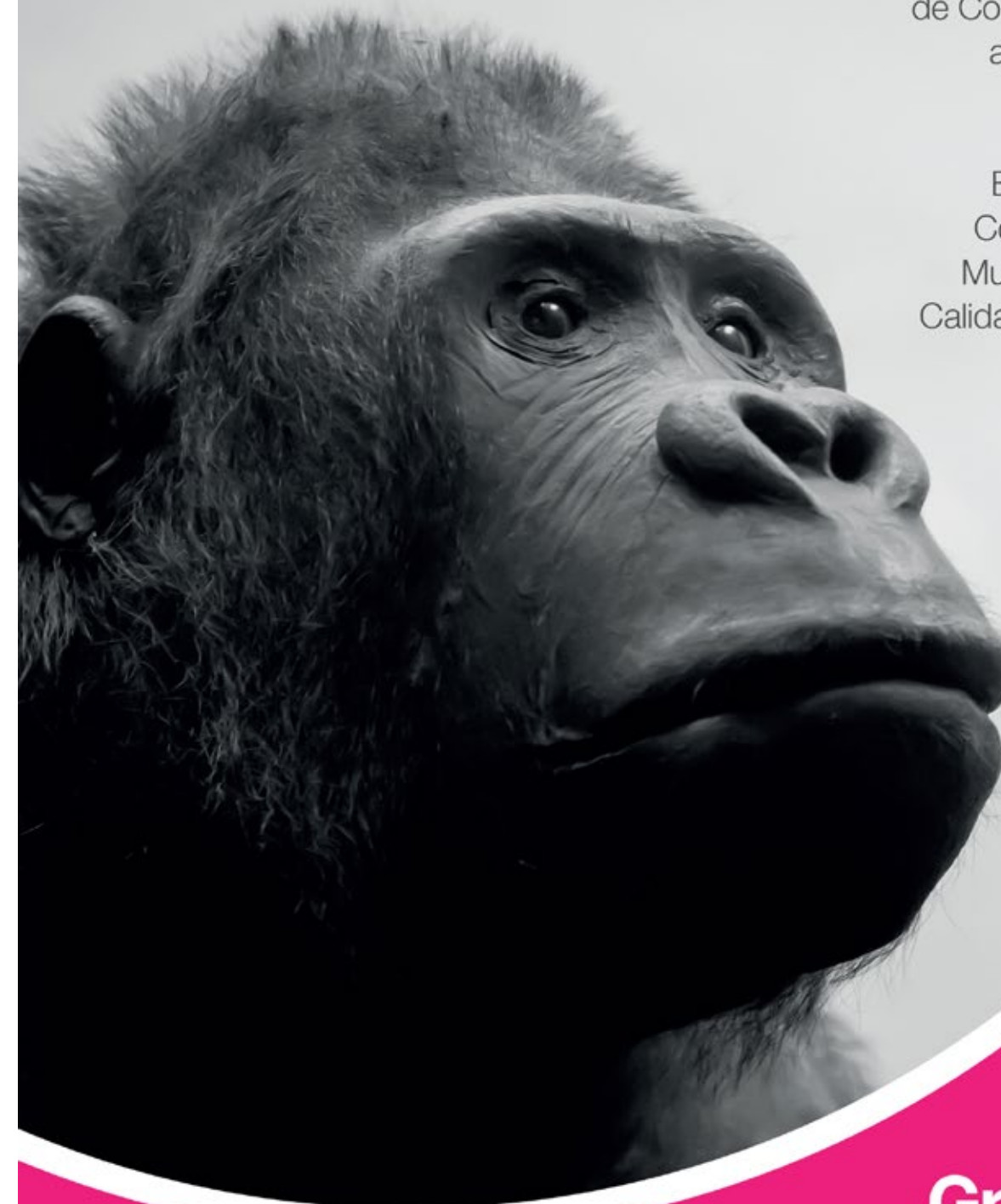
Las dos son empresas locales que aportan valor a sus clientes, a través de las soluciones que proponen una alta capacitación al personal que las implementa y que les da soporte post venta.



# Juntos podemos ser King Kong

Grey Juice Lab crea soluciones de Contenido Premium que te ayudarán a conquistar tu Mercado OTT.

Estudios de Hollywood y Contenido Independiente, Multi-Encoding, Control de Calidad, Marketing y Editorial.



**Grey Juice Lab**  
Content is King. Distribution is King Kong.

Para más información contáctanos:

Teléfono: +54 11 5219 1271 | Email: info@greyjuicelab.com | www.greyjuicelab.com  
Grey Juice Lab LATAM, Alicia Moreau de Justo 1050, Puerto Madero, 1107 Buenos Aires, Argentina  
Oficina Central: Grey Juice Lab UK, Aylesbury House, 17-18 Aylesbury Street, London, EC1R 0DB

## Grey Juice Lab sigue creciendo en la región

A partir del 1 de septiembre, **Grey Juice Lab**, el agregador de contenidos para plataformas VOD, se ha convertido en el nuevo proveedor para los servicios VOD de **Tigo Star**, de **Millicom** en Centroamérica, avanzando en Latinoamérica y afianzando su posición de liderazgo en el mercado.

**Damián Cramowicz**, director regional para Latinoamérica, comentó: 'La relación que construimos con los clientes es clave para nuestro crecimiento. No buscamos ser sólo un proveedor de contenidos, sino un socio estratégico que busca el éxito a

través del éxito de los clientes. Esto nos hace involucrar cada vez más en las problemáticas de los operadores para buscar soluciones personalizadas y eficientes'.

'Si bien ya veníamos trabajando con **Une** en Colombia (ahora parte de Millicom), es un orgullo para nosotros que el grupo nos vuelva a elegir para su servicio VOD en Centroamérica. Esto afianza nuestra relación y nos obliga a brindar cada día un mejor servicio'.

**Disney, Warner, Paramount y NBC Universal** son algunos de los estudios que Grey Juice Lab proveerá a Tigo Star, destacándose en los



Damián Cramowicz, director regional, LATAM, Grey Juice Lab

próximos meses títulos como *Capitán América: Civil War*, *Escuadrón Suicida*, *Warcraft* y *La Vida Secreta de las Mascotas*.

## Promptlink: Sin competencia para las pruebas de STB, MTAs y modems

**Promptlink** ha experimentado un gran crecimiento en Latinoamérica, región dirigida por **David Mosquera** durante los últimos seis años. Se enfoca en dos grandes segmentos del mercado, como lo son los grandes operadores con grandes volúmenes de reciclado de equipos, y los pequeños operadores, el típico mercado para las soluciones de software de gerenciamiento de red, como aprovisionamiento y monitoreo.

Promptlink tiene clientes en México, Honduras, Costa Rica, Panamá, Brasil, Argentina, Chile, Perú y Ecuador, totalizando casi 30 clientes. 'Nos enorgullece haber pasado de ser desconocidos en Latinoamérica, a ganar un nombre entre los operadores, especialmente por la plataforma para pruebas de equipos terminales como cablemodems, MTAs, Módems DSL, STB y Access Point'.

Agregó Mosquera: 'Es el nicho más fuerte y allí no tenemos competencia en la región.

Ofrecemos liderazgo y crecimiento en más plataformas con los actuales clientes. Además, sumamos una nueva categoría que son compañías de prueba y reacondicionado de equipos -refurbished- que están aterrizando en América Latina. Hoy viene **Teleplán, IQ Electronics** y varias más entre compañías de refurbished y testeo de celulares. Estos también, con el crecimiento de operadores por Internet, ahora empiezan a migrar a hacer pruebas y reparaciones de STBs, y nosotros le damos las plataformas de prueba'.

Los grandes operadores evolucionan en expansiones de las propias plataformas de prueba por la mayor necesidad de ancho de banda que no sabe de crisis como en Brasil. Necesitan más racks. Y luego, la otra variable es nuevos productos con la plataforma múltiple y nuevos productos como Gpon, OLT y Fiber to the Home, con buen potencial para Promptlink. 'Si es por



David Mosquera con Foad Towfip, CEO de Promptlink

fibra o cable, ese equipo se daña y vuelve al almacén y hay que probarlo', remarcó Mosquera. Con más diversidad de aparatos terminales, hay una necesidad de un banco de pruebas.

'Son tecnologías muy dependientes de soporte técnico dedicada que sólo rinde para compañías especializadas como nosotros, con gran experiencia en tecnologías concretas. El desafío fue lograr un soporte eficiente en múltiples usos horarios', concluyó.

## Caper convoca a la industria Broadcast en Argentina

Con a participación de 400 marcas internacionales confirmadas, **Caper** vuelve a realizar este año una edición de la expo de audio y video profesional, convocando a los principales broadcasters de Sudamérica en el Centro de Exposiciones Costa Salguero de la Ciudad de Buenos Aires. A la par de paralelo, se desarrollará un programa académico en cuatro auditorios

que funcionarán en simultáneo durante los tres días del evento.

Como apoyo a los visitantes que viajan desde el interior del país y Latinoamérica para visitar Caper 2016, la organización de este evento ofrece descuentos a través Aerolíneas Argentinas y de Andesmar. Además, a través del portal Plataforma 10 los visitantes podrán acceder a todas las

líneas de ómnibus de larga distancia con el 95% de bonificación del service charge. Por otro lado, a través de Booking, se podrá acceder con tarifas preferenciales a hospedaje en los hoteles de la Ciudad de Buenos Aires.



# 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



GOSPELL C.A. & Colombia

Distribuidor: DIPTec

Tel: +504-2443-0671

Tel: +1-3055177747

ventas@diptec.net

www.diptec.net

GOSPELL CHINA

Oficina Principal

Tel: +86 13113672858

zhouyong@Gospell.com

www.gospell.com



# Lindsay Broadband: El UPS de próxima generación, el UPS Titán

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

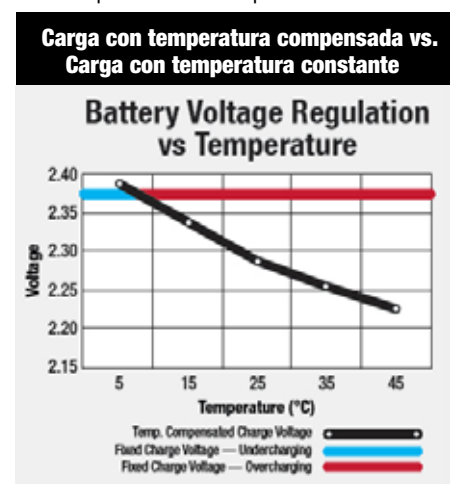
Complementando y ampliando la ya larga vida de la batería Goldtop, el Titan toma un nuevo enfoque a la carga de la batería con su innovadora tecnología Thermo-Amp. El empleo de un algoritmo de carga de baterías con compensación de temperatura, la primera en el sector de UPS para FTTH, permite extender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

En el gráfico de la Figura 1, la línea curva muestra el voltaje correcto que se debe ir aplicando a medida que cambia la temperatura 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 tecnología más avanzada 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

Por Ken Weaver, Director de Ingeniería Óptica



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 Titán 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 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.

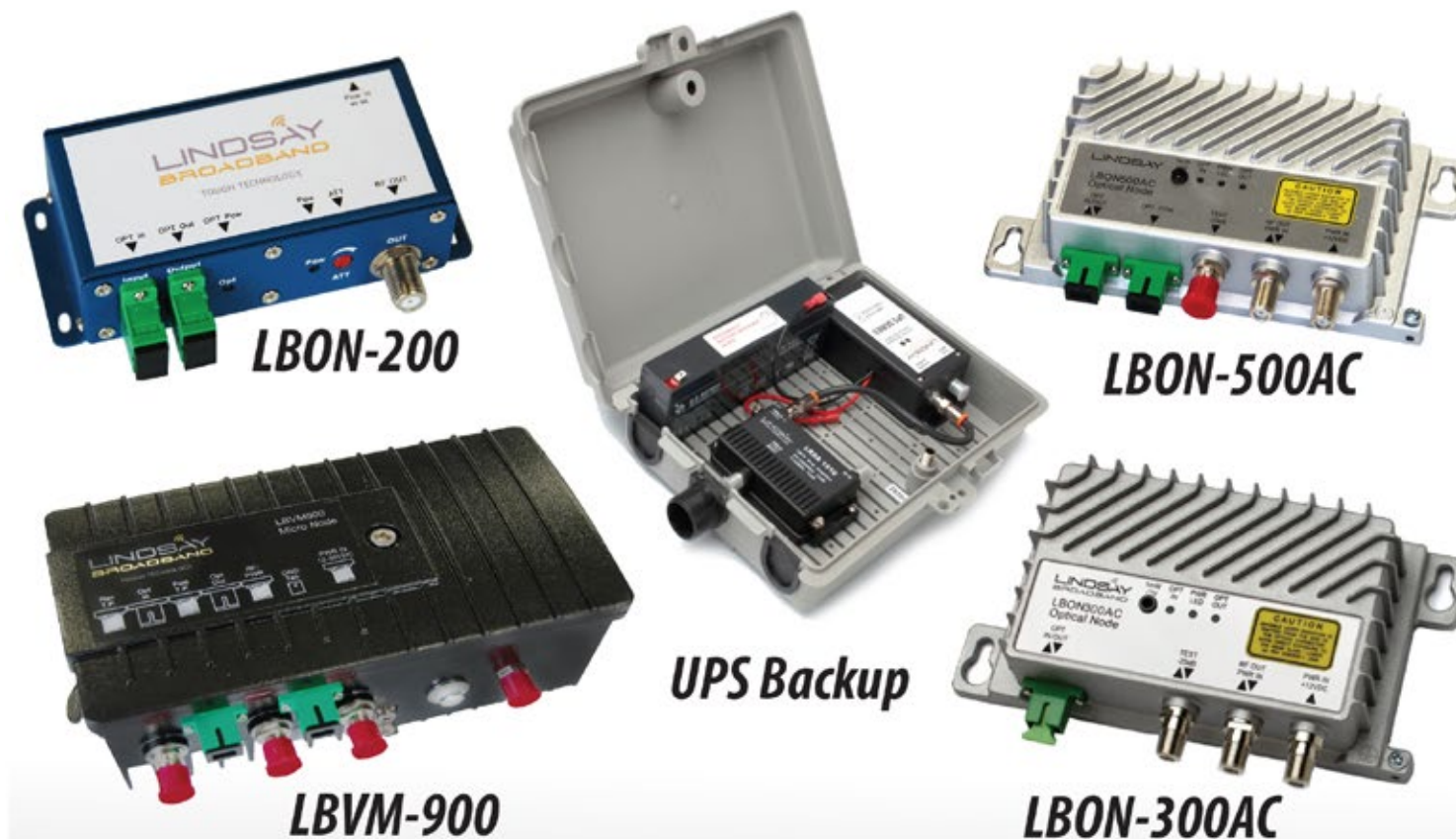
## PON ONT Botón de reinicio

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 Titán 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.

# Alto Rendimiento, Confiabilidad, Flexibilidad



La familia de nodos ópticos para interiores de Lindsay Broadband ha sido diseñada para cumplir los requerimientos de redes HFC y arquitecturas RFoG permitiendo el crecimiento a redes FTTH. Desde nuestros nodos para suscriptores (ONU's) con puertos de paso directo 1G / 10G PON hasta las soluciones para múltiples usuarios residenciales (MDU), incluyendo nuestros nodos compactos únicamente receptores para aplicaciones FTTP. Todas nuestras soluciones están disponibles para los diferentes rangos de frecuencia, 45/54MHz, 65/85 MHz, 85/102MHz y con respaldo de energía con baterías (UPS).

Cumpliendo todos los estándares y con la robustez de Lindsay.

Soluciones Robustas inalámbricas, ópticas y de RF



www.lindsaybroadbandinc.com

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



UPS Titan, el nuevo sistema de alimentación de Lindsay

## BCD: FTTH y la experiencia del abonado

Más del 50% de los reclamos de los abonados de un ISP tienen origen en problemas en el funcionamiento del Wi-fi o en expectativas incumplidas al respecto de la cobertura y la velocidad de navegación por Wi-fi. La mayoría de esos reclamos no son adjudicables a problemas de la red, ni al operador de la red, pero es él quien se debe responsabilizar del buen funcionamiento del servicio. En definitiva, de la experiencia que el usuario tiene con el uso de su sistema es lo que finalmente hace que este decida mantener o cambiar el proveedor de Internet.

Si a esto le agregamos que en los hogares cada vez son más los dispositivos conectados de manera inalámbrica y que todos los integrantes de una familia tienden a consumir servicios de streaming al mismo tiempo se hace imperiosa la necesidad de tener control sobre ese ecosistema Wi-fi. Existe una solución, en respuesta a este problema de la actualidad de los proveedores de servicios de datos se desarrollaron herramientas y equipos de abonado que se pueden calificar como *Wi-fi Carrier Class*. Esto es, equipos



con electrónica avanzada y soluciones de software para monitorear y controlar de manera remota los servicios de Wi-fi dentro de la casa del abonado.

En junio pasado, BCD S.R.L. presentó en su centro de capacitación de Rosario la solución FTTH GPON de Calix y su solución FTTH con *Wi-fi Carrier Class*. Más de 50 representantes de 24 operadores Pymes y cooperativas de todo el país participaron de este evento y ya saben cómo afrontar el desafío de la experiencia del usuario Wi-fi. BCD es una empresa que cumple 30 años en 2016 proveyendo tecnología, servicios y capacitación a operadores de redes de datos, voz y video. Su oferta de valor está fundada en un equipo de ingenieros especialistas en asesoramiento y soporte técnico post venta.

Calix es una compañía norteamericana líder en la industria que desarrolla soluciones de FTTH GPON con el objetivo principal de darle herramientas a los operadores de redes pequeñas y medianas para mejorar la experiencia del usuario.



Gabriel Lopez y Nicolás Molinari, de BCD

Además de ofrecer equipos de primera línea, tiene desarrolladas herramientas de software específicas para controlar y configurar de manera remota los servicios de Wi-fi en el hogar permitiendo que el operador responda a los reclamos sobre cobertura y velocidad Wi-fi desde el centro de operaciones de la red sin necesidad de enviar un técnico al domicilio. Estas herramientas y equipos se mostraron funcionando en vivo sobre una OLT Calix E7-2 y ONT de la línea GigaFamily prestando, en vivo, servicios de telefonía, video IP, video RF overlay y datos de alta velocidad sobre Wi-fi Carrier Class.

Finalmente, hay en Argentina una solución completa disponible para que operadores pequeños y medianos puedan dar servicios de alta velocidad garantizando la experiencia de usuario.

## Trilithic amplía su cobertura en Latinoamérica



Judith Vazquez y Dan Dillon

Judith Vázquez, de JPM, representante de Trilithic en Latinoamérica, comentó: 'Nuestra estrategia para aportar soluciones a los operadores no ha cambiado en este año tan difícil en lo económico. Hemos agregado dos vendedores más para cubrir México, Centroamérica y el norte de Sudamérica'.

'La familia de medidores DSP ha sido muy popular con sus opciones excelentes para el instalador, el de averías y mantenimiento. Los presupuestos de todos se acabaron demasiado pronto debido al dólar fuerte y las devaluaciones.

Trilithic lanzó nuevos equipos, como el 802 AWE para medición y análisis de señal inalámbrica WiFi, y un detector de fugas más preciso para las instalaciones en las casas y edificios. Dijo Vázquez: 'Hemos creado esta familia de medidores de RF y DOCSIS que son intuitivos y consistentes entre ellos'.

Sobre la SCTE, expresó: 'Siempre ha sido un show de aprendizaje y para conocer a más clientes. Es muy importante aprovechar los cursos y ver en vivo la nueva tecnología que ofrecen los fabricantes de la industria'.

'Queremos mostrar a los clientes, aprove-



char el sistema completo que tiene Trilithic, el ViewPoint Server y el LAW Server para mantenimiento de su planta desde el balanceo hasta monitoreo en retorno. También el "monitoreo" de sus técnicos en el sentido del inventario y uso de los equipos de medición, así como tener archivados los datos de las mediciones que hacen en cada instalación. El ViewPoint server WorkForce Management tiene soluciones para calificar al técnico y al mismo tiempo motivarlo, completó.

Y finalizó: 'Para el año próximo, tendremos dos vendedores más en el área para cubrir mejor el territorio. Hay buenas perspectivas para el 2016 pero todo depende del mundo y su economía'.

## 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](http://amt.com)

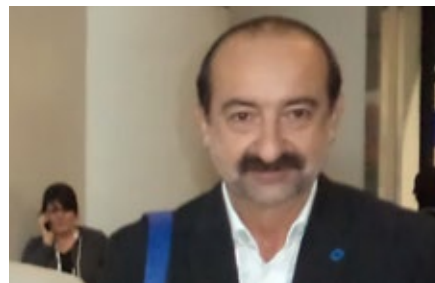
## Red Intercable mejora la cobertura de Dibox

De cara a Jornadas Internacionales, **Jorge Di Blasio**, presidente de **Red Intercable**, expresó: 'La industria ha crecido a pasos agigantados en los últimos años, y Jornadas ha sido un protagonista fundamental de esa evolución. La TV por cable está avanzando hacia nuevos nichos y creando servicios acordes todos los días. Desde Red, estamos trabajando fuertemente para acompañar este crecimiento con soluciones integrales que nos permitan seguir a la vanguardia del mercado PyME de la televisión argentina'.

Red Intercable se encuentra en un proceso de actualización de su plataforma **Dibox** a partir de



la migración de su sistema de distribución satelital al satélite ARSAT-2. Este up grade permitirá mejorar la cobertura y obtener un mayor espacio de contratación de capacidad; ventajas que habilitarán la posibilidad de una optimización integral de los recursos con los que opera la plataforma: 47 señales en alta definición y 90 en definición estándar, además de las incorporaciones a nivel local. 'Nuestro principal objetivo es brindar solidez y sustentabilidad a las empresas que nos acompañan. En ese camino, la industria debe adaptar sus competencias y formar parte del cambio que propone la economía digital a través



Jorge Di Blasio

de los nuevos servicios', explicó Di Blasio. En este sentido, Red Intercable continúa trabajando fuertemente en el desarrollo y puesta en marcha de su plataforma OTT.

## IP Tel llegó con triple play a nuevas ciudades de Argentina

**IP Tel** brinda servicios de triple play en Perú y Argentina, donde opera en cinco localidades, tres de las cuales se incorporaron este año y lanzará próximamente, nuevos servicios de Smart Home y seguridad, con cámaras Wi-fi, según comentó a **PRENSARIO** SU CEO, **Gustavo Lapid**.

'Hoy, los clientes buscan calidad, transparencia y una experiencia de servicio superior. Con un trato agradable, personalizado y orientado a solucionar los reclamos o consultas con eficacia', remarcó.



'Todo va migrando hacia el protocolo IP y nosotros somos nativos en este tema, fuimos uno de los primeros proveedores de Internet de Argentina, una empresa de excelencia en calidad y atención. Brindamos facilidades para atención, amplios canales de contacto para usuarios, tanto digitales como offline y los clientes valoran mucho esto. Por estas razones somos elegidos en las plazas donde operamos', añadió Lapid.

Y concluyó: 'En Argentina, estamos expectantes de las definiciones en materia de regulación



Gustavo Lapid, CEO de IP Tel, y Diego Valencia, gerente de ingeniería

de la industria y muy atentos a las tendencias en el gusto de los consumidores y la tecnología que se avecina'.

## Rincon Technology incorporó a Joel Quiñones

Para manejar las cuentas en Latinoamérica y el Caribe

**Rincon Technology**, proveedor de tecnología que promueve la reutilización de activos para los operadores de servicios, anunció el nombramiento de **Joel Quiñones** como Strategic Accounts Lead para CALA, Latinoamérica y el Caribe, desde el 15 de agosto.

'Como proveedor global de equipos para CATV, Internet, telefonía móvil y servicios de redes, Rincon Technology trae un sinnúmero de oportunidades para la región de Latinoamérica', expresó Quiñones, ejecutivo de gran experiencia en la industria, que se



desempeñó durante muchos años como director de ventas internacionales de PerfectVision y que, desde 2005, maneja su propia empresa de consultoría, Consulting Services Group. Con su incorporación, Rincon delinea su grupo para la región, liderado por **Amado Quintanilla**, en el cargo de director internacional, **Alexandra Quintanilla**, Business Development, y Celine Salgado Catlett, en soporte de ventas.

'Contamos con más de 20 años de experiencia en el mercado, lo cual nos permite mantener un



Joel Quiñones

servicio al cliente superior que cualquier otro proveedor del sector', expresó Quintanilla.

PRISMA  
PASSIVES  
GAINMAKER  
ARRIS  
CONTINUUM  
POWERVU  
DEMODULATORS  
STEREO ENCODERS



¿A quien llamar?

Para los componentes críticos del sistema de red que no puedes conseguir en ningún lugar



Ellos Llaman a Tulsat

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

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

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

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

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

Conectase con Tulsat.

1-918-251-2887



## Intraway: Soluciones para ayudar a operadores a innovar

Presentó *Symphonica Activation y Management Platform*

Intraway, proveedor de soluciones de software para sistemas operacionales y soporte de negocio de cableoperadores y telcos, presentó sus plataformas para ayudar a los clientes a crear servicios innovadores de forma más fácil sobre SDN/NFV.

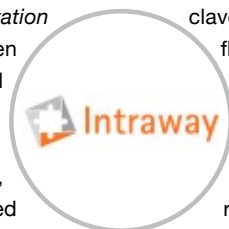
Lanzadas en la CableLabs Summer Conference 2016, *Symphonica Activation y Management Platform* permiten a los operadores revolucionar el mercado con nuevos servicios creados y testados en días, mientras reducen costos operacionales, con beneficios de Software Defined Networks (SDN) y Network Functions Virtualization (NFV).

Esta solución eleva la innovación para proveedores de servicios, permitiéndoles

crear automáticamente y testear nuevos servicios digitales en pocos días, reduciendo, tanto el tiempo al Mercado como los gastos operacionales.

Los operadores de redes de cable y telecomunicaciones están experimentando una enorme transición. SDN y NFV serán partes clave del nuevo paradigma, proveyendo flexibilidad y agilidad en el despliegue de redes y distribución de servicio. La plataforma *Symphonica* les permite desarrollar, activar y automatizar el cumplimiento de los servicios corporativos, tanto SDN/NFV como en los entornos heredados de redes reemplazando los procesos manuales tradicionales.

Ezequiel Lopez Pareja, Product Manager de *Symphonica* en Intraway, dijo: 'Las nece-

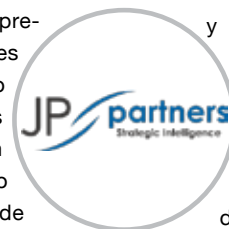


Diego Puente, Leandro Rzezak de Intraway y Jorge Schwartz de TV Cable Ecuador

sidades del mercado corporativo y SMB se están volviendo cada vez más complejas. Ellos demandan servicios flexibles y respuesta dinámica de sus proveedores. Los cableoperadores que no asuman una aproximación más ágil pelearán para permanecer competitivos en este nuevo entorno. La plataforma *Symphonica* los ayuda a avanzar hacia este paradigma de red de manera exitosa y proveer servicios de avanzada para sus clientes más exigentes'.



José Luis Romero, director de JP Partners, Perú



y esperamos contactar con operadores, programadores y participantes de la industria durante esta EXPO, para brindándoles información que los ayuden en la toma de decisiones durante sus gestiones comerciales. Cada país es diferente, por lo que cada uno requiere diferentes estrategias y trato, el común denominador en la región, es el sub reportaje de abonados, la piratería de señales y el cobro de tarifas por debajo del precio real de programación. Los programadores deben estar sumamente atentos a estos casos para tomar las medidas respectivas a tiempo, promoviendo el crecimiento de la industria y la transición de tv analógica a digital'.

## JP Parnters: Información de mercado para TV paga

Para Perú, Ecuador y Chile

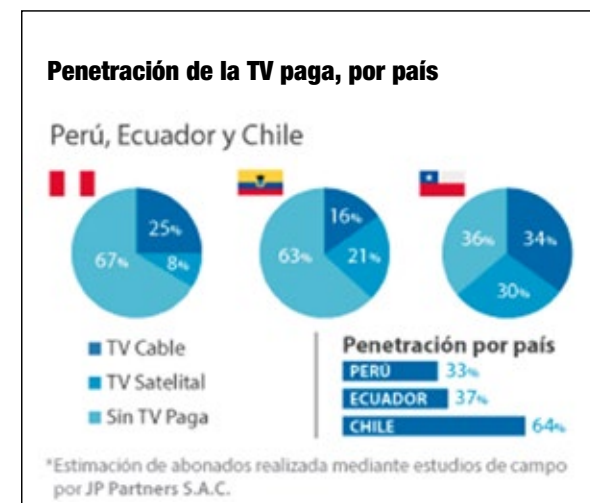
JP Partners ofrece a los operadores de TV paga monitoreo e investigación de mercado en Perú, Ecuador y Chile, con relevamiento de información en más de 1000 operaciones. A través de socios estratégicos en cada país, estudios de campo, herramientas tecnológicas y un call center, ofrece información

actualizada.

'A través de nuestro SIM (Sistema de Información Multimedia), brindamos la información de todos los operadores, abonados y servicios. La información multimedia contiene todos los servicios de TV básica, premium, HD, telefonía e Internet, accesibles desde cualquier dispositivo las 24 horas. Brindamos asesoría y colaboramos con nuestros clientes apoyando las iniciativas antipiratería de la industria en Latinoamérica', dijo José Luis Romero, director de JP Partners de Perú.

Entre sus principales clientes, cuentan Fox Networks Group, HBO Latin American Group, Discovery, Disney & ESPN Media Networks Latin America y Viacom MTV Networks, entre otros.

'Estaremos en Jornadas apoyando a nuestros clientes



# TRUNK 500 540 DROP RG6

## LA MEJOR COMBINACIÓN

CONDUCTOR CENTRAL  
Aluminio cobreado

CONDUCTOR CENTRAL  
ADHERIDO AL DIELECTRICO  
Resiste una fuerza mínima de 60 lbs sobre un largo de 2" en cumplimiento de la NORMA SCTE 15 2006

DIELECTRICO  
Polietileno espumado de estructura celular cerrada

PRIMER BLINDAJE  
Tubo de aluminio ajustado al dieléctrico

HOMOLOGADOS POR EL 95% DE LOS PRINCIPALES OPERADORES EN AMÉRICA LATINA, REINO UNIDO, PORTUGAL Y ESPAÑA

(54) 11 4755-5200

VAINA  
Polietileno negro resistente a la interperie

MENSAJERO  
Acero recubierto en cinc para evitar su degradación a la interperie

GRAN AHORRO

5 AÑOS GARANTÍA

24 HORAS ENTREGA

PREMIUM QUALITY  
HECHO EN ARGENTINA

www.cablenetwork.net

CONDUCTOR CENTRAL  
Aluminio cobreado

CONDUCTOR CENTRAL  
ADHERIDO AL DIELECTRICO  
Resiste una fuerza mínima de 5 lbs sobre un largo de 2" en cumplimiento de la NORMA SCTE 74 2011

DIELECTRICO  
Polietileno espumado de estructura celular cerrada

PRIMER BLINDAJE (APA)  
Aluminio/polimero/Aluminio  
La solapa está adherida para lograr una máxima inserción del conector

SEGUNDO BLINDAJE  
Malla de alambres de aluminio 34AWG

TERCER BLINDAJE (APA)  
APA laminated tape shield.  
Fuerza mínima de separación del jacket, 3 lbs por pie de cable

VAINA  
PVC negro retardante a la flama

MENSAJERO  
Acero recubierto en cinc para evitar su degradación a la interperie

El mejor aliado para su negocio



Cablenetwork Argentina SRL

Buenos Aires, San Martín Calle 113 (ex Alvear) N° 2560 Tel: (54)11 4755-5200 ventas.ar@cablenetwork.net

## Qubit.tv expande su propuesta en toda la región

Planea llegar en B2C a Perú, Chile, Costa Rica y Panamá

**Qubit.tv** se lanzó con fuerza en el mercado B2C a fines de 2015 y principios de este año, con la intención de posicionarse hacia el consumidor final en el mercado latinoamericano.

‘En un marco de expansión regional, nuestra plataforma llega a países como Colombia, Ecuador, Guatemala, Uruguay y Paraguay y comienza a lograr su objetivo de regionalizar su oferta y complementarla con un amplio catálogo de contenidos, una alternativa muy atractiva de entretenimiento para el público Latinoamericano’, señaló **Facundo De La Iglesia**, CEO de Qubit.tv.

De acuerdo con su plan de expansión, Qubit.tv anunció alianzas con partners estratégicos como el **Banco AV Villas** en Colombia, **Clarín 365** y tarjetas regionales en Argentina, entre otros. La plataforma tiene un promedio de consumo que representa un 50% para el cine de Hollywood,

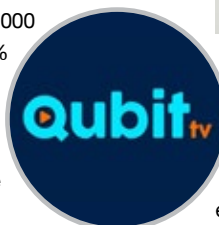
el 25% para el europeo y asiático y otro 25% para el latinoamericano.

Agregó el ejecutivo: ‘Tenemos alrededor de 200 títulos latinoamericanos que están en constante crecimiento. En este momento considerando que tenemos más de 3000 títulos representa casi un 7% de toda la oferta. Hay varios catálogos seleccionados y en negociación de películas latinoamericanas para que vayamos sumando’.

En los últimos tiempos, incorporó material de productoras internacionales como **Disney** y grandes estrenos cinematográficos al amplio catálogo curado por **Javier Porta Fouz**. ‘Los planes de Qubit.tv pasan por expandir la operación en otros países de la región y



Facundo De La Iglesia, CEO de Qubit.tv



potenciar los países en donde la empresa ya está presente’.

Qubit.tv estima desembarcar como B2C en Perú, Chile, Costa Rica y Panamá. Para el año que viene, adelantó: ‘Nos encontramos buscando inversión para que podamos seguir expandiéndonos y llegar a países como Brasil y México. Esperamos mejorar el servicio, además de seguir trabajando en algo nuevo que estamos desarrollando, que aún hoy no podemos contar’.

### TECNOLOGÍA

## Caracol TV transmitió la Copa América Centenario con Level 3



Pablo Yáñez

**Caracol Televisión** utilizó las soluciones de transmisión **Vyvx Solutions** de **Level 3 Communications** para distribuir la transmisión internacional de la Copa América Centenario, el torneo de fútbol latinoamericano que tuvo lugar el 3 al 26 de junio, desde estadios en Estados Unidos a los estudios de Caracol Televisión en Bogotá, Colombia.

**Vyvx VenueNet+** transportó más de 60 horas de contenido de video como parte de la cobertura del evento. El equipamiento y la conectividad de

Level 3 en el lugar le brindaron a Caracol Televisión un servicio de red diferenciado, de punta a punta posibilitándoles a los espectadores el acceso a cada partido. Como parte de este servicio, Caracol utilizó los servicios de compresión para transmisión, del canal de alta definición JPEG 2000 de Level 3, con 150 mbps para la transmisión de video. Además, Level 3 gerenció todos los equipamientos para la codificación, decodificación y conmutación.

**Augusto Cardona**, jefe técnico de canal, Caracol Televisión, dijo: ‘Este campeonato de fútbol en particular es sin lugar a dudas, el mayor evento deportivo que hemos transmitido en Colombia, y una vez más confiamos en Level 3 por su red segura, global y su vasta experiencia técnica en la transmisión en vivo de eventos a gran escala para que nos ayude a brindarles a nuestros espectadores una experiencia de televisión inigualable del torneo’.

**Pablo Yáñez**, VP de conectividad, medios e servicios IP de Level 3 para América Latina, comentó: ‘La experiencia comprobada de Level

**Level (3)**

3 para transmitir algunos de los eventos deportivos de mayor audiencia, combinada con nuestra red global, brindó a los espectadores de Caracol Televisión una transmisión ininterrumpida, de altísima calidad. Nos complace y honra haber vuelto a trabajar con Caracol Televisión este año’.

### Vyvx de Level 3

Las soluciones **Vyvx** forman parte de los servicios de video en la nube **Level 3's Video Cloud Services**, un set completo de servicios de video basados en IP diseñados para dar soporte a la entrega de contenido durante todo su ciclo de vida, desde la adquisición de la señal hasta la recepción por los espectadores.

Los servicios incluyen la adquisición de transmisión de video en vivo **Vyvx**, codificación y decodificación, entrega global a través de la CDN (Red de Entrega de Contenido) de Level 3, como así también un servicio de analítica y elaboración de informes amplios y de autoservicio.



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
- » Energía
- » Equipos Residenciales
- » Empalmes y equipos de prueba
- » Herramientas y equipos de seguridad

ADEMAS, 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

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

Visítanos en [www.ptsupply.com](http://www.ptsupply.com)  
para conocer como podemos ayudarte

## QVIX demostrará su plataforma OTT *Nebula*

En Jornadas Internacionales

**QVIX Media Solutions**, proveedor de soluciones de video digital, OTT streaming e IPTV, estará en Jornadas Internacionales, donde presentará sus productos para ayudar a los clientes a evolucionar a tecnologías probadas en otras partes del mundo. Durante el evento, los visitantes podrán ver demostraciones en vivo e interactuar con sus productos. 'La innovación en el ámbito de las tecnologías de video y la interacción social que ofrecen es el núcleo de nuestros servicios', afirmó **Mariano Surghy**, CEO de QVIX.

'Estaremos haciendo demostraciones de *Nebula*, nuestra plataforma de contenidos online que permite a los usuarios acceder a los contenidos y el entretenimiento que deseen, desde cualquier dispositivo y en cualquier momento y lugar. Los cableoperadores podrán desplegar su grilla completa de canales a sus clientes, con características de valor agregado como guía electrónica, grabadora personal en la nube, CatchUp TV de diez días, y mucho más', agregó.



Se trata de una solución llave en mano pensada para cableoperadores pequeños y medianos, que ofrece una manera de competir con los grandes operadores, con productos como **Flow** que acaba de lanzar **Cablevisión**. 'Con *Nebula*, por ejemplo, una persona comienza a ver su programa en la calle, a través de un dispositivo móvil y, al llegar a su casa, continúa con lo que estaba mirando pero ahora, en la pantalla del televisor. Puede retroceder y ver la programación varios días hacia atrás sin límite, puede grabarse sus programas favoritos y verlos cuando y donde quiera'.

En el evento de Buenos Aires, QVIX también exhibirá la solución de distribución de video a través de redes IP. 'Usamos Internet para transmitir señales en calidad HD, con lo cual reemplazamos a las transmisiones vía satélite. Contempla la replicación entre diferentes ubicaciones (punto a punto y punto a multipunto), no hay pérdidas en la calidad de la señal, logrando una excelente performance de calidad a bajo costo. Hoy



Mariano Surghy, CEO de QVIX

tenemos varias implementaciones en Argentina gracias a nuestros precios competitivos y a la expansión de las redes de Internet, que afortunadamente se está dando en este momento', agregó Surghy.

El ejecutivo explicó: 'Nuestras soluciones están basadas en software con tecnología Cloud, lo que nos hace flexibles a modificaciones, integraciones y adición rápida de nuevas tendencias tecnológicas. A su vez, nos permite realizar instalaciones rápidas y fáciles de escalar. Al ser soluciones basadas en software son de bajo costo en relación a las soluciones tradicionales de hardware. Con esto logramos que estas soluciones de tecnología de punta estén disponibles para clientes pequeños y medianos'.

Con oficinas en Argentina y Canadá, QVIX tiene expertos con más de nueve años de experiencia en la industria, que pueden proveer asesoramiento técnico y estratégico en cualquiera de las etapas de proyectos de video digital, desde el diseño a la integración de servicios, además de outsourcing y operación total para rápidamente desarrollar servicios basados en video IP. 'Nos orientamos a introducir y potenciar el servicio de IPTV en el mercado latinoamericano, considerando que se encuentra en el momento oportuno para este desarrollo'.

'Queremos dar a conocer a los cableoperadores las mejores tecnologías disponibles de televisión por Internet, soluciones ya probadas y exitosas en Norteamérica y Europa. Tenemos amplísima experiencia y la ponemos al alcance de las empresas de la región.

Estamos seguros que nuestra propuesta es un diferencial de valor fundamental, por experiencia, costos, idioma y cercanía', resumió.

## QViX distribuirá Wowza en Latinoamérica

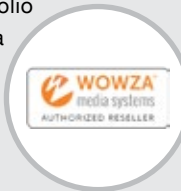
**QViX Media Solutions** anunció un acuerdo con **Wowza Media Systems** por el que se convierte en distribuidor autorizado de su software y servicios en la nube de video y audio streaming en Latinoamérica.

El acuerdo llega luego de varios años siendo consultor oficial para soporte Wowza. Esto le permitirá a QViX vender licencias de la marca a usuarios finales así como otros productos de su portafolio de servicios.

**Mariano Surghy** dijo: 'Como líder en la industria, Wowza continúa con sus desarrollos simplificando las complejidades de un servicio en constante evolución como es el streaming de video. QViX Media Solutions viene ofreciendo soluciones y servicios utilizando la tecnología de Wowza hace varios años. Este nuevo paso nos permitirá mejorar nuestro servicio

utilizando todo el portafolio de productos de Wowza para ser un integrador y socio tecnológico más completo a la hora de atender las necesidades de nuestros clientes'.

'Wowza le da una cálida bienvenida a QViX Media Solutions a su grupo de partners tecnológicos. QViX viene desarrollando soluciones de streaming para sus clientes hace varios años y tiene reconocida experiencia en las soluciones que brinda Wowza Media Solutions. Las empresas que buscan servicios profesionales y soluciones de streaming basadas en tecnología Wowza tienen en QViX Media Solutions un socio tecnológico local en quien confiar para asegurarles el éxito en sus necesidades', agregó **Miguel Egas**, Regional Channel Manager - LATAM de Wowza.



# PERFECT VISION<sup>®</sup>

## MANUFACTURING

MEJORES SOLUCIONES, UNA MEJOR MANERA

PROYECTOS, INGENIERÍA Y FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CALIDAD



DISTRIBUIDOR AUTORIZADO

**Epuvision**

Gabriel Traiman  
+54911 2292-3570

**PERFECT VISION<sup>®</sup>**  
MANUFACTURING

www.perfect-vision.com  
1.866.470.0887 | +1.501.955.0032

**JAIME REY**

Territory Manager - Mexico, Columbia, Central America, Caribbean & Venezuela  
jaime.rey@perfect-vision.com | 1-786-479-1201

**ANDRES RAPETTI**

Territory Manager - Southern Cone  
andres.rapetti@perfect-vision.com | +54.11.4977.5021

**DREW MARTIN**

General Manager - Brazil  
drew.martin@perfect-vision.com | +55.11.4564.9522

©2016 PerfectVision

## Best Cable avanza con el despliegue de fibra en Lima

El presidente de APTC y gerente de Corpetel habla del mercado peruano

Además de su rol como presidente de la **Asociación Peruana de TV por Cable (APTC)**, **Demóstenes Terrones** es un fuerte jugador en el mercado de la TV paga, titular del operador **Best Cable**, y del proveedor de tecnología para la industria, **Corpetel**.

Dijo sobre el operador: 'Tenemos una plataforma de 50 canales digitales en SD. Estamos implementando una plataforma de Internet con equipamiento tope de línea de **Arris**'. Y agregó: 'Somos la empresa de cable que ha concretado el mayor despliegue de fibra óptica en Lima'.

'Hace cuatro años, compramos una cabecera digital a **Safe View**, por lo que tenemos implementada la plataforma digital SD. Ahora retomamos el tema de Internet junto a **Arris** para la instalación del CMTS', remarco.

'Actualmente ofrecemos un único paquete con 90 señales, pero vamos a implementar y/o segmentar canales para ofrecer paquetes en full HD a mitad de año, donde incorporaremos paquetes de **Televisa, HBO, Fox y Turner**'. Además, Best

Cable tiene dos canales propios, **Best Cable TV** y **Best Cable Sport**.

Por último, señaló: 'Las auditorías que nos han realizado, y que nos han perjudicado mucho, siempre han sido de porte ya que lo único que han buscado es el incremento de abonados fuera de la realidad de Best Cable, motivo por el que la empresa atraviesa los peores momentos desde su inicio'.

Sobre su empresa de tecnología, dijo: 'Corpetel se creó con la finalidad de proveer de tecnología a las empresas de TV por cable y así nos mantenemos en el mercado, siempre ofreciendo calidad y tecnología. El objetivo es ser líder en la venta de productos a fines a la TV por cable y vía satélite donde predomine la calidad y el buen servicio'.

Desde el año pasado, Terrones es también el presidente de la **Asociación Peruana de Televisión por Cable (APTC)** que todos los años realiza su tradicional cumbre de operadores. En abril, tuvo lugar la octava edición, del 27 al 28 de abril en el Sheraton Hotel de Lima, donde convocó a



Demóstenes Terrones

500 visitantes, en su mayoría cableoperadores de Perú, Ecuador y Bolivia. Tuvo 54 stands de empresas nacionales e internacionales y su repercusión general fue positiva. 'Requerimos un cambio fundamental del sistema analógico al digital, y poder dar Internet a través de nuestras redes, porque todo indica que los contenidos se verán cada vez más en la web', fue el mensaje del ejecutivo ante las autoridades invitadas, con representantes de **Osiptel, Inictel** y el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones (MTC) de Perú.

### TECNOLOGÍA

## Latino TCA crece con Phantom en la región

Sistema de aprovisionamiento y gestión

**Latinoamericana TCA** estuvo con un gran equipo en la última edición de la Cumbre APTC, que este año tuvo lugar en Lima, Perú, y volverá ahora a Jornadas Internacionales, destacando siempre su solución **Phantom**.

**Leonardo Rodríguez** señaló que **Phantom** es un sistema de aprovisionamiento y gestión para redes híbridas que permite al operador el gerenciamiento en sistemas EoC y GPON de forma rápida y segura de sus abonados. La solución soporta en conjunto redes FTTH y EOC, facilitando y agilizando el alta de los abonados, así como el acceso remoto, actualización de los datos de los clientes y otras configuraciones necesarias. 'Phantom es una plataforma intuitiva con la



Leonardo Rodríguez y todo el equipo de Latino TCA, en Lima

que se pueden administrar varios equipos en simultáneo sin la necesidad de configurar cada equipo por separado ya que éste se ocupa de esto', añadió Rodríguez.

Otro sistema que TCA presentó en la Cumbre de Lima fue un sistema de OTT 'para que el operador pueda dar televisión por streaming a bajo costo', resumió el ejecutivo.



## Goweb

Transmisión online de Convergencia Show

**Goweb** dio el soporte y la tecnología para el streaming en vivo de Convergencia Show, la expo realizada en México con el apoyo de **ATIM**. **Víctor Arizmendi Trujillo**, director general de



la empresa, dijo que 'el acceso a los medios y los hábitos de consumo han cambiado en los usuarios de todo el mundo'.

Por esto, Goweb ofrece plataformas de video online que soportan eventos por Live Streaming y Video On Demand, hasta la robusta plataforma OTT 'para los cableoperadores de Latinoamérica que están buscando alcanzar al consumidor actual'.

Todo el material de Convergencia Show sigue disponible on demand, para los usuarios a través de su sitio [www.goweb.tv/convergenciashow2016](http://www.goweb.tv/convergenciashow2016).

A un  de solucionar sus necesidades de **Workflow**  
Evaluamos su caso y lo asesoramos sin cargo



Quantum

axle

vizrt

metus

Optical Disc Archive

MNV Media Navigator

3Way

ARGENTINA | URUGUAY | PARAGUAY

Argentina +54 11-4122-1200

viditec

@viditec

viditec.com

Viditec

# Viavi Solutions: Docsis 3.1, la pieza que faltaba para servicios avanzados



El día que descubrí por qué se requieren 10 Gbps en Downstream

Hace algunas semanas por fin compré mi primer televisor 4K HDR para poder disfrutar del nuevo avance de la tecnología con imágenes que -al menos en la tienda de televisores- superaron mis expectativas. Lo bueno es que no tiene 3D, puesto que el televisor me costó un ojo de la cara, y ya sin ese ojo la estereoscopia hubiera resultado un gasto innecesario.

Instalé todo el equipo, lo conecté a Internet, di de alta mi cuenta de Netflix para poder disfrutar de "house of cards" en 4K y cuál fue mi sorpresa que para este tipo de contenido requiero una velocidad de Internet de al menos 25 Mbps. Llamé a mi operador de cable para incrementar los 12 Mbps que tengo asignados pero me comentaron que por el diseño y tipo de red de la zona donde vivo no les es posible ofrecer más de 15Mbps por suscriptor, aún a pesar de contar con DOCSIS 3.0 que permite el agrupamiento ("Bonding") de hasta 32 portadoras sencillas QAM256 (SC-QAM) lo que representa casi 1.2 Gbps de capacidad.

La realidad de la mayoría de las redes de cable en Latinoamérica es que muchas conservan aún una alineación de canales analógica y otras continúan ofreciendo un gran contenido de TV digital usando MPEG2 para conservar compatibilidad con los Set Top Boxes ya desplegados en su sistema (aun cuando MPEG4 reduce el ancho de banda necesario en 50% o más). Adicionalmente cada día crece la competencia de ancho de banda usado con servicios radiados al aire y en cuyo ancho de banda ninguna compañía había llevado un plan de mantenimiento de fugas e ingresos, por ejemplo en la banda de 700MHz. En el país donde vivo se dio - a inicios del 2016- el gran apagón analógico de las estaciones de TV radiada (Broadcast), a fin de liberar espacio radioeléctrico para poder ubicar servicios de LTE, etc. que están generando cada día una mayor demanda de conectividad inalámbrica para los teléfonos inteligentes.

Entonces, ¿Qué tiene que ofrecer DOCSIS

3.1 para que los operadores de cable lo consideren una propuesta competitiva? El ancho de banda que DOCSIS 3.1 propone también es de 192 MHz pero no usa 32 portadoras SC-QAM como en DOCSIS 3.0, si no una multiplexión OFDM con un agrupamiento de 4K sub-portadoras (con 50 KHz de separación) o de 8K sub-portadoras (con 25

KHz de separación) moduladas desde BSK, QPSK hasta QAM4096. El tipo de modulación de cada sub-portadora es determinado por la condición de cada segmento de red, pudiendo tener diferentes "perfiles" de modulación para diferentes CableModems que tengan diferentes características de recepción de señal.

Las sub-portadoras se pueden apagar (bajo ciertas reglas), dejando brechas en pequeñas zonas de la red y del espectro que no permitan ni el más bajo esquema de modulación. En las versiones anteriores de DOCSIS, bajo la

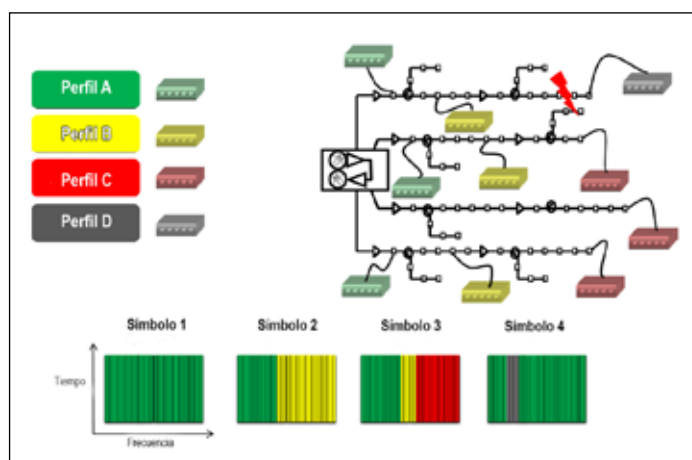
condición de que alguna parte del espectro de 6MHz utilizado por la SC-QAM no contara con un MER de 32 dB o mejor, forzosamente toda la SC-QAM pasaba a QAM64 o se movía a otra zona del espectro. Es decir, en las versiones anteriores de DOCSIS se ajustaba el tipo de modulación al peor caso de red.

En DOCSIS 3.1 se tiene un esquema "a la carta", que incluso es dinámico para cada segmento de la red y CableModem. Al final de cuentas los paquetes de un CableModem con un buen desempeño de su red pueden tener un mejor perfil de modulación que otro, aun cuando ambos dependan del mismo Nodo. Esto producirá una mayor eficiencia de la red al poder aprovechar entre 8.5 (para 35 dB MER) hasta 10.5 bits/Hz (para 41 dB MER) respecto de los 6.3 bits/Hz que tiene en promedio SC-QAM 256 para hasta 41 dB MER.

En adición a lo anterior, en DOCSIS 3.1 el esquema de corrección de errores tradicional Reed-Solomon usado en SC-QAM ha sido reemplazado por la comprobación de paridad de baja densidad (LDPC por sus siglas en inglés). Éste fue desarrollado en la década de los 60 pero las tecnologías digitales y el poder computacional no habían permitido implementarlo hasta ahora. Este esquema de corrección aunado a la mayor duración de cada símbolo en la red hace a DOCSIS 3.1 más robusto a problemas de ruido impulsivo.

Por otro lado en la TV de 4K el Alto Rango Dinámico o "HDR" de la TV en 4K genera una mayor resolución de color al incrementar la cantidad de bits utilizados para representar cada color de cada pixel, lo que produce una mejor definición de detalles sobre todo en zonas muy claras o muy oscuras. Este incremento en el rango dinámico es para muchos un avance más significativo y vistoso en cuanto a calidad de imagen que incluso el incremento de 1080X1920 a 2160X3840 líneas de resolución.

En fin, DOCSIS 3.1 ofrece mayor eficiencia y mejores velocidades así como una tecnología más robusta y con mayor inmunidad al ruido y para disfrutar de contenido 4K y lo que venga en mi nuevo televisor, más allá del diseño exterior más moderno, tendré que mudarme o esperar que mi proveedor de servicios migre a DOCSIS 3.1, ni hablar.



Entonces, ¿Por qué no pueden ofrecer una mejor velocidad aun usando DOCSIS 3.0? Existen limitantes determinadas por la calidad general de la red donde deben operar estas 32 portadoras. De inicio, las 32 portadoras deben tener todas la misma modulación y deben estar continuas, por lo que el operador de cable debe tener disponible un ancho de banda de 192 MHz libre de problemas para poder tener un error de modulación (MER) de 32 dB o más para cada suscriptor, y así asegurar el correcto desempeño del enlace de datos.



CELEBRANDO  
30 AÑOS  
1986 / 2016

## 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.

WWW.BCDUSA.NET

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



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



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

SALES@BCDUSA.NET



## Televes busca más distribuidores en Latinoamérica

Televes continúa llevando sus soluciones para digitalización de red, encriptación, GPON e instrumentación a los países de Latinoamérica, como hará este mes en la ABTA de Brasil.

En abril, estuvo en la NAB, donde vio a todos los clientes y distribuidores de la región y Estados Unidos, como todos los años. Más tarde, la empresa tuvo stand luego en la Cumbre APTC de Perú, donde recibió a los operadores del interior del país al que **Juan Molezun**, director de la división internacional de Televes, considera 'un espacio con fuerte perspectiva de crecimiento' y al que regresará el próximo año.

Para los operadores, el producto más buscado es el medidor de QAM para dos modelos:

NTSC espectros y banda de retorno, y Docsis, en todos los pasos de la conexión del cable modem y donde está el problema de conexión docsis.

Adelante con su objetivo de ampliar su presencia en Latinoamérica, la empresa española busca integradores en todos los países. En Argentina, ya está con **Cable Profesionales**, y en Uruguay con Netk. Además, de la expo de San Pablo, Televes participará en Asotic de Colombia, Andina Link Centroamérica, IBC de Amsterdam, Jornadas Internacionales de Argentina y la SCTE.



Alejandro Rodríguez y Juan Molezun, de Televes

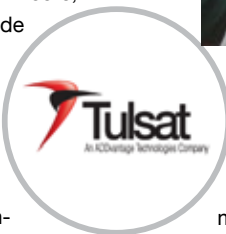
## Tulsat/NCS: líder en tecnología para video HFC

**Tony Cameron**, director para Latinoamérica de **Tulsat/NCS**, expresó: 'Tulsat ha tenido foco en Latinoamérica desde mi ingreso a la compañía, en 2004. Nuestra relación con **Cisco** se mantiene fuerte, y seguimos siendo líderes en el sector de servicio de video HFC. Recientemente, agregamos **Meraki** a nuestra oferta internacional. Nuestro vasto inventario "en mano, a demanda" significa una entrega más rápida combinada con un experimentado soporte de ventas'.

'La experiencia de la industria combinada con los conocimientos técnicos y la fuerza de inventario aseguran que el cliente pueda elegir el producto correcto para su trabajo en el momento que lo necesite', completó.

Sobre el desempeño de la empresa, comentó: 'El año pasado, cerramos un buen año en Tulsat, así como en las otras empresas que forman parte del grupo **ADDvantage Technologies**. Nuestras empresas ofrecen productos de los fabricantes líderes como Cisco, Arris, Alpha Technologies, Gilbert, Emcore, Sencore, Times Fiber y más de 30 fabricantes'.

'Con el agregado de la división de telecomunicaciones, ahora tenemos acceso a los nuevos mercados y productos que sirven a este mercado, tanto extranjero como local. Este año, el objetivo es continuar ofreciendo productos y

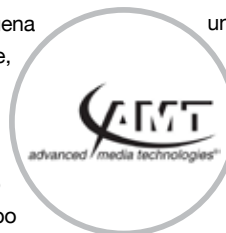


Tony Cameron

servicios que generen valor para nuestros clientes. Muchos clientes más pequeños se sienten menos atendidos por los fabricantes más grandes. Queremos que sepan que la misma atención detallada será para todos los clientes, sin importar su tamaño'.

## AMT: Gran presencia en las ferias de la región

**AMT** continúa este año con buena presencia en las ferias del trade, como hizo en Andina Link Cartagena, donde agrandó su espacio mientras muchos distribuidores regionales se achicaron o no participaron. AMT marcó el rumbo con un gran stand donde además dio



un gran espacio a sus distribuidores líderes como **Alpha Technologies**, **Ateme**, **Vecima** y otros. También presentó a los operadores colombianos y del Cono Norte, destacando a **Veas** con **Jorge Gandulfo** en alianza regional, y a **Teraspam**, compañía que permite meter la fibra bajo tierra de manera súper efectiva.



Vladimir Velikovich, Raúl Rivera y Jorge Gandulfo de Veas

**FTTH**  
PREPÁRESE PARA DAR UN SERVICIO DE ALTA VELOCIDAD A SU CLIENTE.

**EOC**  
SOLUCIÓN DE INTERNET DE ALTA VELOCIDAD A BAJO COSTO. COMPATIBLES CON FTTH.

**NO LLEGUE ULTIMO A LA META!**

*MIGRE A EOC Y FTTH A MUY BAJO COSTO*

- BAJO COSTO DE INVERSION
- FINANCIACION POR PROYECTO
- UNICO CON ENTREGA DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y SOPORTE
- CAPACITACIÓN BONIFICADA

**hunter**

VISTA WEB A TRAVÉS DEL MÓVIL

CAMBIAR LA FORMA DE HACER MANTENIMIENTO A SU RED

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

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

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

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

**ARCOM DIGITAL**

www.arcomlabs.com

## Hansen mejora la experiencia de usuario en call centers

En los call centers actuales, una convergencia de dos tendencias presenta desafíos y oportunidades únicos: la alta rotación de agentes y el creciente número de nativos digitales ingresando a la fuerza de trabajo, lo que significa que en términos de experiencia de usuario, las expectativas de los agents de call centers son altas, y siguen creciendo cada vez más. Ellos pasan su tiempo libre con smartphones y redes sociales, pero cada día en el trabajo, se siente como si estuvieran viajando 20 años atrás en el tiempo gracias al legado de los sistemas de call centers. Al mismo tiempo, en estos sitios se está bajo una creciente presión de tomar más llamadas pero de algún modo reducir el tiempo promedio de la gestión y aumentar la satisfacción del cliente.

Una aproximación muy común para superar estos desafíos implica invertir en nuevos sistemas de call center, pero los beneficios esperados pueden no concretarse a menos que el nuevo sistema haya sido diseñado con un extraño foco en la entrega de una buena experiencia de uso. Ésta requiere más que sólo usabilidad. También encierra utilidad, encontrabilidad, valor, deseabilidad, credibilidad y accesibilidad.

### Enterprise UX en Hansen

De hecho, un ROI positivo es una de las principales razones por las que Hansen está invirtiendo en medios y capacidad para distribuir Enterprise User Experience (experiencia de usuario de empresa). Rápidamente, estamos avanzando con los marcos y metodologías que mejoren nuestro novedoso UX, que bajarán los costos para futuras actualizaciones.

Es esencial para los agentes de call centers en países de habla no inglesa, trabajar en su propio lenguaje. El año pasado, Hansen produjo una versión en japonés del sistema de cobros para minoristas de energía en Japón, y este año lanzamos una versión en español de naviBilling, un sistema de cuidado al cliente y sistema de cobro para operadores de triple y cuádruple play (MSOs) basado en la plataforma Dynamics de Microsoft.

Para lograr esto, un equipo funcional transversal de nuestras oficinas en Dinamarca y Buenos Aires, se reunió para revisar cada aspecto de la interfaz de usuario del naviBilling y regionalizarla para el mercado latinoamericano.



Giovanni Henrique

Hansen ha iniciado una gran actualización para el sistema de cobros de TV paga, ICC. Como parte de este proyecto, estamos trabajando de cerca con clientes elegidos en todo el mundo para realizar evaluaciones de usabilidad como se describía anteriormente. Las observaciones de los clientes son un factor clave para el éxito de este proyecto y el resultado final será una interfaz moderna, multidispositivo y para diversos navegadores que ayudará a los call centers para llegar mejor a sus KPIs.

Con nuestra reciente adquisición de PPL Solutions, empresa basada en Pensilvania, Hansen tiene ahora su propio call center, proveyendo operaciones tercerizadas para sus numerosas filiales en Estados Unidos. Esto otorga una oportunidad única de aprender directamente sobre las mejoras del call center UX, mientras nuestros agentes de call centers utilicen los sistemas de Hansen.

### Compromiso con Latinoamérica

Hansen Technologies ha estado trabajando como proveedor de soluciones para cobro y atención al cliente a los broadcasters y empresas de telecomunicaciones durante más de 40 años. Desde nuestras oficinas en Buenos Aires, atendemos a más de 7 millones de usuarios finales, permitiendo un cobro convergente y escalabilidad para los broadcasters de toda la región.

Giovanni Henrique, presidente de Hansen Latin America, dijo: 'Reconocemos que el call center y la experiencia de usuario se han convertido rápidamente en un elemento importante para el éxito de cualquier operador. Nuestro foco es proveer soluciones que den mayor poder a nuestros clientes para incrementar la satisfacción de cliente, reducir el churn y generar más oportunidades a través de diferentes puntos y múltiples canales a través del tiempo'.



# LATPOWER

## EXPERTOS EN ENERGÍA

Somos el proveedor más completo de soluciones en energía de la región, brindando productos y servicios para el mercado de las Telecomunicaciones, Cable Operadores y MSO. A través del trabajo consultivo distribuimos, fabricamos, ideamos e inventamos soluciones a medida.

Energía para HFC y FTTH - Soluciones Indoor/Outdoor CC y AC - Equipamiento para DC, Head End y Domicilio - Arquitectura de Energía Segurizada de Alta Disponibilidad - Sistemas de Protección Energética - Provisionamiento Híbrido, Alternativo o Renovable



25º

EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL PROFESIONAL

CONFERENCIAS . WORKSHOPS . SEMINARIOS . MESAS REDONDAS . MASTER CLASSES

AGENDATE

# CAPER 2016

broadcast • cable • satélite • cine • iluminación • audio

MIE . JUE . VIE  
**26.27.28** | **OCT**  
BUENOS AIRES • ARGENTINA



+DE  
**100**  
EXPOSITORES



+DE  
**400**  
MARCAS Internacionales



+DE  
**5800**  
VISITANTES



+DE  
**40**  
ACTIVIDADES de CAPACITACIÓN y actualización TECNOLÓGICA



+DE  
**75**  
DISERTANTES



consultas@caper.org



www.caper.org



2016 JORNADAS INTERNACIONALES



14 al 16 de septiembre - Stand 30  
Hotel Hilton - Buenos Aires

## Invitación Especial



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



**dibex**OTT



[dibox.com.ar](http://dibox.com.ar)

f t /diboxargentina

**dibex**

# Wire•Tech

Fábrica Argentina de Cables Coaxiales  
Cables de Fibra Óptica

Provisión de equipamiento para soluciones tecnológicas  
para operadores de CATV - Datos y Video



Fábrica y Oficinas:  
Domingo French 831 - Villa Martelli  
Pcia. de Buenos Aires - Argentina  
Tel.: +54 11 4709 6650  
[ventas@wiretechsa.com.ar](mailto:ventas@wiretechsa.com.ar)

Sucursal Córdoba:  
Boulevard Los Granaderos 2722  
Ciudad de Córdoba - Córdoba  
Tel.: +54 0351 598 0084  
[sucursalcordoba@wiretechsa.com.ar](mailto:sucursalcordoba@wiretechsa.com.ar)

[www.wiretechsa.com.ar](http://www.wiretechsa.com.ar)



# DISCAMP®

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.**



# DISCAMP®

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

## LA MEJOR ALTERNATIVA EN ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL



**PROTECCIÓN: CRANEANA Y FACIAL, RESPIRATORIA, OCULAR, AUDITIVA**



**PROTECCIÓN PARA MANOS**



**Ombú, Funcional y Argentina Todo Terreno.**

**CALZADO DE SEGURIDAD DIELECTRICO**



**ELEMENTOS DE SEGURIDAD VIAL**



**ESCALERAS DIELECTRICAS Y DE ALUMINIO**



**DISTRIBUIMOS A TODO EL PAÍS.**



Diseños a medida con o sin bordado. Y con tu logo!

**MOCHILA Y PORTA HERRAMIENTAS**



Diseñamos tu cartel a medida.

**CARTELERÍA Y SEÑALIZACIÓN INDUSTRIA**

UNA SOLUCIÓN PARA CADA NECESIDAD



UNA SOLUCIÓN PARA CADA NECESIDAD



Gracias por confiar en Nosotros!



**Envíos a todo el País**  
**4687-5261/7574**

Comunicate con nuestro dpto de exportación



Gracias por confiar en Nosotros!



**Envíos a todo el País**  
**4687-5261/7574**

Comunicate con nuestro dpto de exportación



# Think, do better



**UHD/4K HEVC IP/OTT Box**



**6 Degree Monoblock Quad LNB**



**Cable Modem Docsis 2.0/3.0**



**Communication Cable**



**Low Cost DVB-C HD ISDB-T Optional Major CAS support**



**MPEG4 H.264/265 DVB-S2 Hybrid, Major CAS support**



**Welcome to JEZETEK**

Website: [www.jiuzhou-intl.com](http://www.jiuzhou-intl.com)  
E-mail: [info@jezetek.cc](mailto:info@jezetek.cc)  
[market@d-telemedia.com](mailto:market@d-telemedia.com)

Add: No.6 Jihua Road, Mianyang, Sichuan, 621000, P.R.China  
Sichuan Jiuzhou Electric Group Co., Ltd.

Jezetek is the owner of Jiuzhou brand

## JEZETEK

Think, do better



VIDEO OVER IP  
SPECIALISTS



INTEGRE SU CONTENIDO A TODOS LOS DISPOSITIVOS  
TV EVERYWHERE, IPTV, OTT Y DISTRIBUCIÓN DE SEÑALES  
HACEMOS EL VIDEO STREAMING MÁS FÁCIL



Multidispositivo



Integración con redes sociales



Arquitectura flexible y escalable



Análisis y control de audiencia



Soluciones llave en mano de rápida salida al mercado



Backhaul de señales a bajo costo por redes IP



Cloud based technology



Outsource de operación

PARTNERS



FLUSSONIC™

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

[info@qvixsolutions.com](mailto:info@qvixsolutions.com)

Canadá +1 416 509 6059

Argentina +54 9 351 595 1533