



¡BUENAS NOCHES AMÉRICA!



Dondequiera que estén, millones de televidentes nos eligen cada día. Los mejores contenidos de **ficción, información y entretenimiento** con la más alta calidad y tecnología.

Desde Argentina, para toda Latinoamérica.

Departamento Venta Señales
5411 4370 1395 | 5411 4339 1541



Contenidos que conectan

@ArtearMarketing

arte ar
www.arte ar.com

JUNIO 2017 | AÑO 24 | # 300

Prensario Internacional

www.prensario.net

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING

LLEGÓ
NAT GEO KIDS

EXPLÓRALO

NAT GEO
KIDS

DESPIERTA
TU CURIOSIDAD



TEPAL 27

ENCUENTRO REGIONAL DE TELECOMUNICACIONES

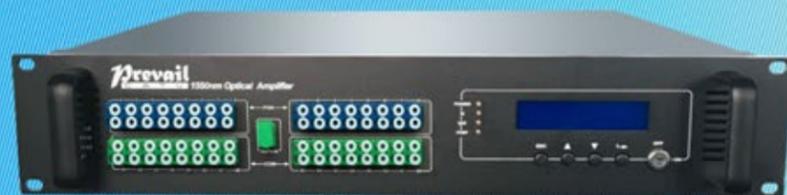
INFORMES

BOLIVIAMEDIASHOW 2017





We are the CATV equipment professional manufacturer in China



High Power Multi-output Optical Amplifier: WE-YZBC
It has maximum 64 ports with PON ports.

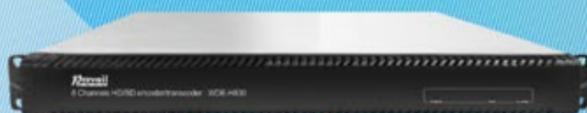


1550nm External Modulated Optical Transmitter: WT-1550-EM
SBS is from 13dBm to 19dBm.

CATV Optical Communication Platform: WOS-4000



D-Master 9000 Series IPOAM
It has maximum 96 frequencies.



8 Channels MPEG-2/MPEG-4 H.264 HD/SD encoder/transcoder (with IP output): WDE-H830
4 Channels HD/SD En/Transcoder (with IP output): WDE-H430

EGPON System ONU



FTTH Optical Receiver: WR-1088-M



EGPON System OLT



- HANGZHOU PREVAIL OPTOELECTRONIC EQUIPMENT CO.,LTD
- www.prevail-catv.com
- Production department address: Youyi road No.27-1, Guali industrial development zone , Xiaoshan , Hangzhou .
- Tel:+86-571-82559907
- Fax:+86-571-82551107
- E-mail:necy@prevail-catv.com

ENTRETENIMIENTO INTELIGENTE EN CONSTANTE EVOLUCIÓN



- TELEVISIÓN
- COMPUTADOR
- TABLET
- SMARTPHONE



Somos la evolución del entretenimiento —conservando la esencia del pasado, cubriendo las exigencias del presente y trabajando por los avances del futuro. Entretenimiento de calidad superior a tu alcance en todas las plataformas. Somos HBO Latin America Group.



© 2016 Home Box Office Inc. y HBO Ole Partners. Todos los Derechos Reservados. HBO® y las marcas de servicio relacionadas son propiedad de Home Box Office, Inc. El material incluido es de la exclusiva propiedad de HBO Ole Partners o sus afiliados y licenciatarios, y está protegido por las leyes de derechos de autor y otras leyes aplicables.

Edición Tepal 27, Panamá & Encuentro Regional de Telecomunicaciones, Argentina



Esta edición de junio de PRENSARIO cubre el negocio de TV paga al que usualmente llegamos como nuestro core business. Esto con dos eventos que son tradicionales, no porque no se hayan adaptado a los nuevos tiempos, sino porque llevan más de dos décadas de vigencia en cada caso.

com, Fox Networks Group o ESPN/Disney, y además por sumar a las empresas que traen las nuevas tecnologías como Roku, TiVO y Minerva. En las gradas también estuvo iFlix, que es una competencia de Netflix a nivel mundial. Vale destacar expositores nuevos como Huawei, que nunca había estado.

Las principales señales tienen suites para recibir a esos operadores, además de haber un lugar de exposición con stands que está correctamente integrado a la movida de la expo. Lo bueno del formato actual de Tepal en el Riu es que tiene poca dispersión.

La semana siguiente a Tepal, PRENSARIO estará en Rosario para una nueva edición del Encuentro Regional de Telecomunicaciones que, organizado por Jorge Jacobi, ha logrado revalidar su importancia

como vehículo para llegar al interior de Argentina, más allá del paso de los años y las crisis. Es un evento buscado y concurrido por empresas nacionales e internacionales.

El Encuentro convoca tanto a expositores de broadcast, vendedores de equipamiento y los que apuntan a la fibra óptica con el gran movimiento de ese segmento, hasta propias señales líderes que mantienen su comunicación directa con sus clientes. Pero lo de la fibra sin duda es lo que más mueve al segmento hoy, con varias empresas que tienen foco en soluciones de FTTH que antes no las tenían.

Por un lado, estaremos en la Expo Tepal 27 en el Hotel Riu de Panamá, el 21 y 22 de junio. Mientras otros eventos clásicos que eran clave no se acomodaron a los cambios del negocio, la expo de la "Asociación de Asociaciones" ha revalidado su importancia estratégica en un reducto cómodo y de trabajo con un clima afable y que convoca a los más altos ejecutivos de la industria de TV paga en Latinoamérica, desde Argentina y Chile, a México y Miami.

Mantiene el foco en las conferencias, que son brindadas por los mismos destacados socios de la entidad, los CEOs de los MSOs desde el presidente de Millicom, Mauricio Ramos, en adelante con Enrique Yamuni, de Megacable, Carlos Moltini de Cablevisión de Argentina, Nicolás González Revilla del anfitrión Cable Onda, Jorge Schwartz, de TVCable Ecuador, Eduardo Stigol, de Inter/TuVes y otros.

El año pasado, la convención fue representativa además haciendo participar en un rol protagonista de la feria a los grupos de señales líderes como HBO, Turner, Via-



Prensario Internacional

Publicación mensual de Editorial Prensario SRL
Lavalle 1569, Of. 405 - C1048 AAK
Buenos Aires, Argentina
Tel: (+54-11) 4924-7908
Fax: (+54-11) 4925-2507

Email: info@prensario.com
Anuncios: anuncios@prensario.com
Website: www.prensario.net

Estados Unidos:
12307 SW 133 Court - Suite #1432
Miami, Florida 33186-USA
Phone: (305) 890-1813
Emira Sanabria
emira@prensario.com

Mexico: Vladimir Martinez

Chile: Karina Cortés
karina@prensario.com

Perú: Miguel Angel Hurtado
miguelangel@prensario.com

Colombia: Paola Zapata Lozano
paola@prensario.com

Ecuador: Juan Carlos Arias Rendon
juanarias@prensario.com

Paraguay: Prince Soledad Otto
soledad@prensario.com

Uruguay: Santiago Rodriguez
santiago@prensario.com

Director Editorial:
Alejo Smirnoff
Editora:
Magdalena Russo
Online Manager:
Juan Campi

Se envía por suscripción
Precio anual, vía aérea:
En toda america: USD 150
Resto del mundo: € 150

©2017 Editorial Prensario SRL
Las suscripciones deben abonarse con cheque o giro a la orden de Editorial Prensario SRL o por débito de tarjeta de crédito. Registro Nacional de Derecho de Autor N° 10878

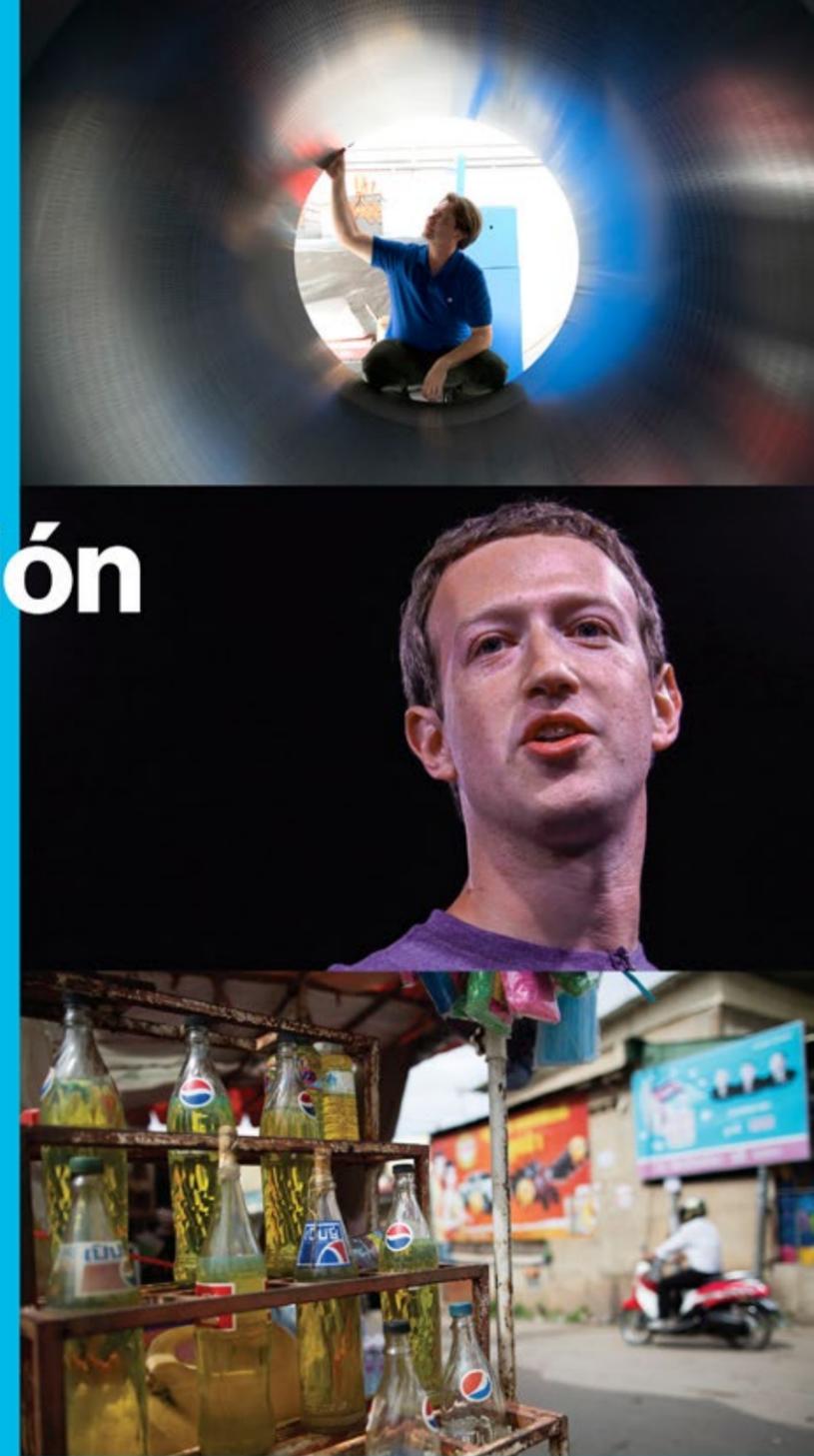
Bloomberg Television: Programación Innovadora y Original

Programas originales como Hello World, Big Problems Big Thinkers, e Inside Series cubren el mundo de la tecnología, comunicación y de la empresa como ningún otro.

Bloomberg TV LATAM está disponible en 17 países latinoamericanos, ahora con programación subtitulada durante la jornada laboral y fines de semana.

Noticias de negocios y finanzas de último minuto con titulares que impactan en los mercados.

Más de 70 notas regionales diarias en español.



Bloomberg Television

Tepal 2017: Definiendo un futuro incierto

La discusión que un par de años atrás tenían los cableoperadores latinoamericanos con sus proveedores de programación –muchos de ellos relacionados con los estudios de Hollywood– ha quedado obsoleta.

En aquellas reuniones de Tepal, los cableoperadores reclamaban a los programadores el derecho de emitir temporadas anteriores de las series más importantes, en lugar de tener un lapso breve de emisión –un año a dieciocho meses por ejemplo– para que luego entrara Netflix y emitiera estas temporadas anteriores. Hoy, el negocio de Netflix pasa crecientemente por su producto original (*House of Cards*, *Orange is The New Black*) y se ha reducido notablemente su variedad de series ya vistas en TV lineal. Esto, además de haber desafiado al mundo del cine al presentar en Cannes un largometraje cinematográfico no exhibido antes en salas, lo que escandalizó a los vetustos intelectuales que consideran al cine como el arte mayor y desprecian el resto de lo audiovisual.

Pero Netflix, pese a su glamoroso presente y haber llegado a los casi 100 millones de suscriptores a nivel mundial, tampoco tiene el futuro asegurado: Amazon, un gigante de las compras online y de la capacidad de procesamiento de la información en la nube, también se ha lanzado a la producción de contenidos, peleando con Netflix no tanto



La Junta de Tepal, reunida en la edición 26 de la expo convención

en porción de mercado sino en branding, a partir del prestigio que el estar asociada con Woody Allen, por ejemplo, le puede proporcionar. Y las telcos también están encarando la distribución de contenidos como un ingreso adicional o como un factor marcario para retener usuarios. Su falta de una cultura de contenidos les ha impedido, hasta hoy, ser significativas en este negocio.

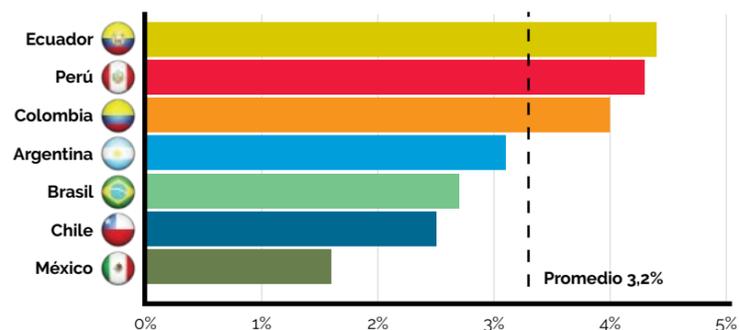
Los cableoperadores están en medio de todo esto. Y, además, observan cómo su negocio va cambiando: de ser proveedores de contenidos no disponibles en TV abierta pasaron a posibilitar que sus suscriptores sintonicen contenidos que compiten con lo que ha sido su negocio del cable en los últimos veinticinco años. Los gobiernos de

la región, en general, no han sido piadosos con esta industria: además de los impuestos nacionales, provinciales y municipales, hay restricciones a las licencias, obligaciones para el tendido de redes y, con frecuencia, una burocracia que se alimenta de castigar a los innovadores. Además, está el flagelo de la piratería, con múltiples manifestaciones y un panorama de autoridades que escuchan con oídos sordos las denuncias de los afectados.

Y ahora...

Dicho todo esto, parecería que la industria de la TV paga estuviera enfrentando una declinación difícil de remontar. Y, sin embargo, no es así: por ejemplo, en Estados Unidos la producción de contenidos originales para TV ha sido récord en 2016 –más de 420– y se estima que esa cifra será superada este año. En decenas de países del mundo –entre ellos Turquía y Corea, pero también México, Brasil, Colombia, Chile y Argentina–, los gobiernos están contribuyendo a solventar los gastos de producción de nuevos programas. En noviembre, Reed Midem –la organizadora de MIPTV y Mipcom, dos de las principales convenciones mundiales, en Cannes– realizará en Cancún un encuentro de productores (match-making) cuyo objetivo específico será concretar coproducciones de países latinoamericanos con los del resto del mundo. En múltiples convenciones internacionales

Proporción del ingreso destinado a contratación de paquetes básicos de TV Paga (Precio anual / PBI por cápita)



Fuente: The CIU

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

CUANDO QUIERAS,
DONDE QUIERAS

www.discoverykidsplay.com

VENTAS
MARIO MIRA
+52 5552498442
Mario_Mira@discovery.com

discovery kids play!

Tepal 2017: Definiendo un futuro incierto

les se han instituido sesiones de “pitching” donde aspirantes a productores y realizadores noveles presentan sus proyectos ante expertos, y un jurado decide darle una oportunidad de concretarlos a los más destacados. O sea que la demanda existe, hay futuro.

El problema está en determinar cómo harán los cableoperadores para ser parte de ese futuro. En la NATPE de Miami, realizada en enero pasado, y en los recientes Screenings de Los Ángeles, hubo compradores de contenidos enviados por sistemas de cable de la región para asegurarse los derechos de lo que pudieran encontrar interesante, no sólo para TV paga lineal, sino también para streaming por Internet. Emisoras de aire como **Televisa** en México y **Telefe** en Argentina han desarrollado historias en paralelo para quienes siguen desde la web el desarrollo de sus programas, en tanto los programadores y también los cableoperadores –el caso de **Cablevisión** de Argentina con **Flow**– están trabajando en que el suscriptor pueda acceder a contenidos no lineales sin abandonar el uso del sistema, una estrategia invocada desde hace años por **Javier Ruete** para **TCC** de Uruguay, país donde el acceso a Internet es un monopolio de la telco estatal **Antel**. Allí, los socios de **CUTA**, la asociación de cableoperadores, vienen llevando desde hace años delicadas negociaciones con Antel para poder ofrecer un modelo híbrido que resulte satisfactorio para sus usuarios en un mercado donde la telco tiene como objetivo ofrecer FTTH (Fibra Directa al Hogar) a la mayoría de los hogares del país y Netflix es una aliada cercana.

En México, tras crecer 12% en 2016 con motivo de, entre otros factores, el apagón analógico que dejó sin televisión abierta a más de tres millones de hogares, la TV paga parece tener un 2017 anémico en tanto el streaming parece continuar creciendo y se dan fenómenos como el del club de fútbol “Chivas” Guadalajara cuyos partidos como local pueden ser visto sólo en **TDF**, un canal de TV paga de Televisa; **ChivasTV**, el streaming del propio club, y los servicios SVOD **Cinépolis Clik** y **ClaroVideo**. De acuerdo a The CIU, las plataformas digitales alcanzaron en 2016 un nivel de 6,7 millones de usua-

rios –frente a más de 20,8 millones de hogares suscriptos a TV paga; 70 millones de usuarios de Internet y 90 millones de usuarios de smartphones– y representan un 10,1% de los ingresos del sector, en tanto el cable abarca 46,9% y los servicios satelitales un 43%, pese a tener más del 50% de los suscriptores del mercado. La misma fuente señala que Netflix tiene el 70% de los usuarios SVOD en México, con **Blim** (17,5%) en segunda posición y **ClaroVideo** (9,3%) en tercer lugar, a considerable distancia en términos de cuota de mercado.

Los canales de aire

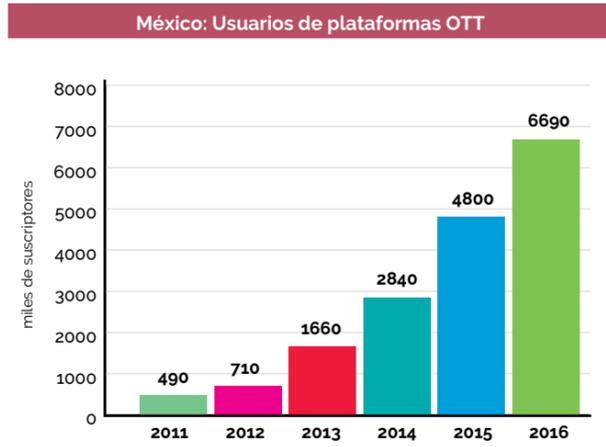
El otro problema que enfrenta la TV paga es la creciente tendencia de las señales de aire a solicitar pagos por los derechos de retransmisión de su señal; en Chile fue motivo de juicios. El esquema existe desde hace muchos años en Argentina, donde la legislación obliga a los sistemas de TV paga a retransmitir la señal dentro de la zona primaria de cada canal –en principio, la llegada de la señal de aire– pero los lleva a pagar por la retransmisión fuera de esa zona. En Colombia, el gobierno obligó hace poco a las señales HD a no cortar su transmisión a los sistemas de TV paga; pero, en Brasil el broadcaster puede impedir que un sistema de TV paga la retransmita sin un pago.

En sus inicios, uno de los objetivos de los sistemas de cable y más adelante los satelitales fue justamente hacer llegar las señales broadcast a lugares no cubiertos; en la actualidad, la fragmentación de las audiencias, las redes sociales y la TDT (Televisión Digital Terrestre) están mo-



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

dicando la situación y afectando las cifras de rating de la TV de aire; sólo el fútbol y las noticias urgentes parecen revertir la situación. Por otro lado, el aumento de los costos de contratación de los torneos deportivos están superando las posibilidades de monetización a través de la publicidad, y vuelven a poner a la TV paga sobre el tapete; en Argentina, el plan **Fútbol para Todos** será reemplazado en breve por el retorno a un abono adicional a TV paga, que se supone contratarán aproximadamente 30% de los suscriptores. Si el esquema del Chivas antes mencionado se expandiera a otros clubes –mucho miran al modelo español– ello podría reemplazar a la larga un sistema por el cual las tres cadenas privadas de TV –Televisa, **Azteca** e **Imagen Televisión**– contratan a los clubes con exclusividad, siempre como locales. En el pasado, **Carlos Slim** ha comprado algunos derechos deportivos, pero la demora del gobierno en aprobarle una modificación en el título de concesión de **Telmex** ha mantenido sus planes en escala relativamente modesta hasta ahora.



Fuente: The CIU

HAY VÍAS QUE LLEVAN A UN OSCURO SECRETO

LA FRAGILIDAD DE LOS CUERPOS

NUEVA SERIE ORIGINAL
TODOS LOS JUEVES

Tepal 2017: Definiendo un futuro incierto

En cualquier lugar, y momento

La campaña de ubicuidad de la programación es otro de los desafíos que enfrenta la TV paga: ya existe, sí, la TV Everywhere, donde se puede acceder también a episodios anteriores y a veces a los futuros de las series que se están emitiendo en lineal. También se dispone de los servicios de los proveedores de programación –HBO,

Fox, Turner, Discovery, Viacom entre otros– con el catch-up de dos episodios anteriores que no hayan sido vistos por el usuario o que éste quiera ver de nuevo.

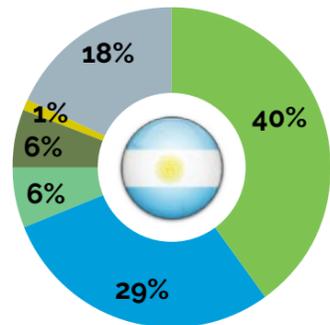
Lo que resta resolver, a escala masiva, es la diferente modalidad de uso que los dispositivos móviles requieren. Esto, comenzando por la duración de los contenidos pero también la definición de la

pantalla y otros aspectos: no es lo mismo sintonizar un programa que se emite en HD en un receptor de TV de 42" que en una pantalla de 5"; pero, la adaptación de los contenidos, y la producción de contenidos transmedia pensados para diferentes pantallas, están todavía en sus comienzos. Los avances en realidad virtual (VR) y realidad aumentada (AR), si efectivamente se concretan a escala masiva, complicarán aún más esta transición; por otra parte, ya se ha visto que el usuario se torna cada vez más exigente en lo que hace a la necesidad de emocionarlo a cada instante –dos a tres segundos es lo que se concede en Internet– y de no aburrirlo: la repetición sistemática de los segmentos promocionales durante un corte comercial –muchas veces por falta de existencia de la variedad de promos necesaria– se torna más dañina cuando en Netflix el contenido se puede sintonizar sin interrupciones, tras haber superado el molesto proceso de selección, el punto débil de los OTTs.

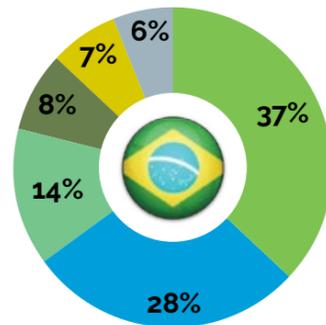
El otro problema, al que los medios son ajenos, es que la propia publicidad lineal tradicional está en decadencia. El público millennial –hasta los 22 años, aproximadamente– se muestra cada vez más reacio a los mensajes monocordes de tal producto o servicio.

Es cierto que los mayores de 18 años siguen prefiriendo a la TV lineal como proveedora de contenidos, pero esa preferencia será cuestionada cada vez más, a medida que pasen los años y quienes ahora son adolescentes pasen a tomar las decisiones. El hecho de que Netflix, según el analista Simon Murray, pueda llegar a los 128 millones de suscriptores a nivel mundial en los próximos cinco años, indica que su modelo de negocios con todos los riesgos que implica su audaz estrategia de contenidos propios, compartirá ingresos con la TV lineal por varios años. Hoy, es el 10% a 15%, pero podría seguir creciendo. Si, al mismo tiempo, los ingresos publicitarios que hasta ahora han sido exclusivos de la TV abierta y paga siguen su actual migración a las plataformas digitales, tendremos una situación que más vale tener en cuenta de antemano.

Market Share de operadores según cantidad de abonados



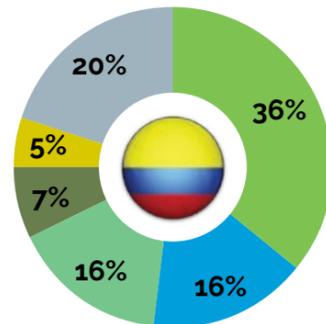
● Cablevisión ● DirecTV ● Telecentro
● Supercanal ● C.C.C. ● Otros



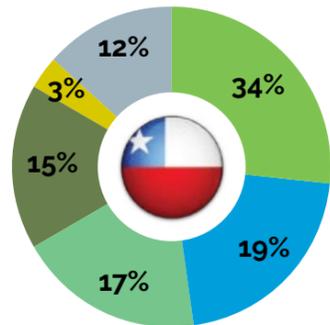
● Net ● Sky ● Claro TV
● Vivo ● Oi TV ● Otros



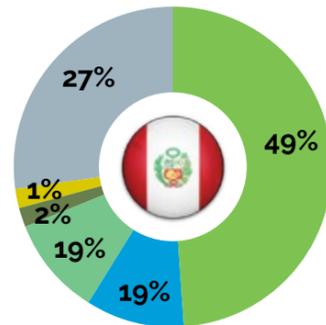
● Sky ● Dish ● Megacable
● Cablemás ● Izzi Telecom ● Otros



● América Móvil ● Una ● DirecTV
● Telefónica ● STV Net ● Otros



● VTR ● Telefónica ● DirecTV
● América Móvil ● Entel ● Otros



● Telefónica ● América Móvil ● DirecTV
● Cable Visión Perú ● Best Cable ● Otros

Fuente: Business Bureau

DHE

SIN CORTES COMERCIALES

AHORA PODRÁS DISFRUTAR DE LAS MEJORES PELÍCULAS Y SERIES EXCLUSIVAS SIN CORTES COMERCIALES

LATINOAMÉRICA

Millicom planea llegar a 12 millones de hogares con su red de fibra óptica híbrida

En los próximos meses, lanzará la solución multiplataforma, NGTV

‘Como venimos comunicando y ejecutando, nuestra misión es ofrecer a los consumidores mejorar su vida, acercándoles los beneficios de un estilo de vida digital, y para ello tenemos una clara estrategia operacional que consiste en la monetización de los datos, tanto móviles como fijos, la construcción de la red fija, crecimiento del negocio de B2B en esta red fija y prepararnos para la convergencia, todo esto soportado en la transformación digital del negocio y poniendo al cliente en el centro de nuestras actividades’, expresó **Mauricio Ramos**, CEO de **Millicom**, a Prensario.



‘En Latinoamérica estamos teniendo un muy buen año, manteniendo el rápido crecimiento de nuestra red de cable de fibra óptica híbrida; ya hemos alcanzando un total de 8,4 millones de hogares, y continuamos aumentando nuestro portafolio de clientes 4G para un total de 4,1 millones’.

Y agregó: ‘Estamos implementando un plan de despliegue de red de fibra óptica híbrida muy ambicioso en todos nuestros mercados, sembrando las bases para las futuras tecnologías 5G, y alcanzaremos los 12 millones de hogares en los próximos años. De hecho, los datos móviles y de cable en Latinoamérica ahora generan

más del 53% de los ingresos por servicios del grupo, lo que fortalece nuestra confianza en que el crecimiento seguirá aumentando en 2017 y a mediano plazo. En conclusión, el objetivo para este año es extender nuestra la cobertura de fibra de última generación a más de 1 millón de viviendas adicionales’.

‘Al mismo tiempo, aseguramos una rápida penetración a través de productos y ofertas relevantes, apoyándonos también en nuestra fortaleza como un operador convergente.

Esto demuestra que estamos capturando las oportunidades que nos ofrecen los mercados en donde operamos, donde las penetraciones están por debajo de los niveles de Latinoamérica’, remarcó Ramos.

Experiencia multiplataforma

‘Un pilar principal de nuestra estrategia en el negocio de cable, además de continuar invirtiendo en ampliar nuestra cobertura y capacidad de red, es continuar diferenciándonos en la experiencia del consumidor a través de la innovación. En los próxi-

“ Los datos móviles y de cable en Latinoamérica ahora generan más del 53% de los ingresos por servicios del grupo ”



Mauricio Ramos, CEO de Millicom

mos meses, estaremos lanzando nuestra solución de **NGTV**, ofreciendo a nuestros consumidores la mejor experiencia multiplataforma de entretenimiento, buscando convertirnos en el mejor agregador de contenido, concepto de supermercado’.

‘Además de asegurar el acceso a contenidos de popularidad universal, reconocemos la importancia del contenido local para nuestros consumidores en la región, en particular el fútbol. A principios de este año 2017, lanzamos nuestro canal **Tigo Sports** en Guatemala, teniendo ya presencia en cuatro de nuestros países (junto con El Salvador, Bolivia y Paraguay). Esto le brinda al consumidor una experiencia

360° donde puede disfrutar del mejor contenido del deporte local no sólo en el canal sino a través de la App en su smartphone, integrando así la convergencia entre el mundo móvil y fijo’.

Concluyó Mauricio Ramos: ‘En Millicom, nuestra idea es llevar una experiencia multipantalla a los clientes a través de la televisión, el internet y del móvil, respondiendo así a la expectativa del consumidor de acceder a contenidos diversos en todas las plataformas posibles, en cualquier lugar y cualquier momento’.

Total de hogares conectados de Millicom, por país			
País	1Q2016	1Q2017	Diferencia 16/17
Colombia	1.677.000	1.624.000	-12,40%
Bolivia	108.000	137.000	26,30%
Paraguay	289.000	320.000	10,80%
Guatemala	267.000	336.000	25,80%
Honduras	126.000	134.000	5,90%
El Salvador	307.000	318.000	3,30%

Fuente: Millicom

PANICO
 /panicomx
 @panicomx

cinemexicano
 /canalcinemexicano
 @cine_mexicano

CINEMA PLATINO
 /canalplatino
 @canalplatino

SOMOS LO QUE VEMOS, SOMOS CINE
 WWW.PCTVCANALES.MX • WWW.PCTV.MX



PANAMÁ

Cable Onda mejora su red y lanza nuevos servicios para los suscriptores

El anfitrión de Tepal prepara novedades para este mercado

En los últimos años, **Cable Onda**, el principal operador de TV paga del mercado panameño que alcanza el 48% de participación (Business Bureau), ha invertido en hacer crecer su estructura para mejorar la oferta y cobertura en video, telefonía e Internet a más suscriptores.

Sumado a eso, desde hace dos años continúa llegando a todo el territorio a partir del lanzamiento de la televisión satelital basada en la plataforma de TuVes HD, y continúa con la tecnología mmcs para complementar todo lo anterior. 'El crecimiento en servicios de banda ancha y empresariales sigue a buen ritmo', completó **Nicolás González Revilla**, gerente general de Cable Onda y anfitrión una vez más en esta 27ª edición de Tepal.

En línea con los nuevos hábitos de

consumo de video por parte de los suscriptores, Cable Onda tiene operativa desde hace años la plataforma de TV Everywhere, **Cable Onda Go**, que ofrece una librería de películas y series, contenidos deportivos, infantiles y música, disponible para sus abonados. En el marco de Tepal, lanzará la renovación de este servicio, con funcionalidades de avanzada y una nueva interfaz de usuario. Destacó el ejecutivo: 'Se trata de una nueva propuesta de TV Everywhere de la mano de **Toolbox**, la compañía tecnológica encargada de realizar el upgrade de nuestra plataforma actual para brindar un servicio superador acorde a la evolución del negocio'.

'En el último año, hemos concretado inversiones importantes en un nuevo Datacenter Tier 3, junto con mejoras en la red para



Nicolás González Revilla, gerente general de Cable Onda

ofrecer Docsis 3.1 y servicios en la nube a clientes. Además, ya están en funcionamiento las pantallas en elevadores', remarcó.

Por último, González Revilla se refirió al contexto actual en el mercado de TV paga y telecomunicaciones de toda la región. 'Veo una industria muy dinámica y cambiante que obliga a los operadores a invertir para estar al día con las necesidades de entretenimiento y lo que los usuarios esperan de nosotros'.



ECUADOR

TVCable Ecuador invierte en conectividad y redes de acceso

Buen desempeño de la banda ancha

Pese al lento crecimiento en un mercado que roza la saturación como lo es la TV paga en Ecuador, la operación de **TVCable** ha alcanzado los 190.000 suscriptores, mientras que en banda ancha llega a 200.000 accesos y en telefonía a los 95.000.

'El mayor incremento tanto en número como en capacidades, ha sido en lo que a banda ancha se refiere. Recordemos que en 2016, Ecuador sufrió de una catástrofe natural como lo es un terremoto que provocó también una disminución en el número de usuarios en las ciudades más afectadas ya sea por destrucción, abandono, etc.', explicó **Jorge Schwartz**, CEO de TVCable.

'Las mayores inversiones están enfocadas en la conectividad y las redes de acceso nacionales e internacionales. Habiendo terminado

la parte internacional, actualmente estamos en proceso de construcción de un anillo nacional redundante de fibra para servir a todas las ciudades en donde operamos', agregó. 'Definitivamente, esta inversión nos permitió aumentar de manera considerable nuestras capacidades y por ende servicios de manera autónoma e independiente sin tener que depender de los proveedores tradicionales de este tipo de servicios'.

En la parte de programación, Schwarz confirmó la incorporación en su servicio básico, el campeonato nacional de fútbol; también incrementó las señales HD convirtiéndose en líder en este servicio con más de 80 señales. 'Además, estamos comercializando con beneficios exclusivos para nuestros suscriptores con ofertas OTT, incluyendo



Jorge Schwartz, CEO de TVCable

plataformas como **Blim** y **Crackle**', completó.

Finalmente, comentó los principales objetivos para este año. 'Completar la infraestructura de anillo de fibra redundante nacional como paso siguiente lógico de la inversión en el cable submarino internacional para poder así brindar en términos de banda ancha las velocidades y capacidades necesarias en vista de la tendencia que se está dando en este campo'.



ES MÍO
Los más grandes y exitosos formatos. Información, deportes, gastronomía, viajes, realitys y mucho más.

LA VIDA QUE SUEÑAS
Las mejores telenovelas de drama, comedia, clásicas y juveniles.

CONECTA TU VIDA
Una propuesta para los que buscan estilo de vida, viajes, música y glamour.

INOLVIDABLE
Contenidos exclusivos y el mejor catálogo de películas del cine de época mexicano, en blanco y negro y a color.

MÉXICO

Megacable lanza nueva plataforma de video interactivo, Xview

'Megacable invierte fuertemente en su red y en tecnología; en los últimos dos años, la inversión total de Capex ha sido de USD 274 millones por año lo que representa 28% de los ingresos de la compañía. El 70% de estas inversiones de capital se aboca directamente a la tecnología y al mejoramiento de la red', expresó Enrique Yamuni, CEO de uno de los mayores MSOs de México.

'Este año, seguiremos invirtiendo en redes y tecnología, montos similares a los del año pasado', remarcó el ejecutivo sobre la empresa que sólo en 2016 dedicó USD 190 millones a ese segmento.

Además, anunció: 'En junio, Megacable lanzará su plataforma de nueva generación de video denominada Xview. Ahora los suscriptores tendrán una experiencia 100% interactiva a través de una nueva interfaz que les permitirá ver sus contenidos en el lugar que quieran, a la hora que quieran en el dispositivo de su preferencia. Con Xview el suscriptor tendrá



acceso a miles de programas en VOD así como nuevas funcionalidades de los canales en vivo como Startover, Reverse EPG y Cloud DVR'.

En el primer trimestre del año, el operador alcanzó los 2.907.994 suscriptores, mostrando una merma del 2% respecto al mismo periodo de 2016. Sin embargo, Yamuni adelantó que para fines del 2017, se espera un crecimiento total cercano al 5% en este segmento de negocio.

Por su parte, el servicio de Internet totalizó 2.303.391 accesos, con un incremento del 19% en el último año, mientras que la telefonía alcanzó 1.198.980 de líneas activas y se espera mantenga incrementos del orden del 20% anual.

Por último, Yamuni compartió su opinión sobre el mercado: 'Los operadores debemos atender las nuevas tendencias de ver televisión y seguir con la forma tradicional a la que estamos acostumbrados, por eso debemos de invertir en nuevas tecnologías y mayores



Enrique Yamuni, CEO de Megacable

velocidades de Internet. 'En Latinoamérica, el reto es mayor por el bajo ingreso de una gran parte del mercado potencial, por lo que tenemos que ser muy eficientes para poder ofrecer servicios de alta calidad y de última generación, similares en calidad a los de los países desarrollados pero a una fracción del precio al público. Esto aplica para los servicios de TV de paga y telecomunicaciones'.

ARGENTINA

Cablevisión Argentina, hacia la producción original



Carlos Moltini, CEO, rodeado por Antonio Álvarez, director de programación, y Gonzalo Hita, COO, de Cablevisión

Los cambios y tendencias en la industria de contenidos comienzan a reflejarse en la de telecomunicaciones: los operadores están invirtiendo más en producciones originales, como es el caso de Cablevisión Argentina que, al lanzamiento de Flow hace menos de un año, le sumó una agresiva estrategia de coproducciones internacionales. Anunció a fines del mes pasado junto al canal de TV paga TNT, la productora Pol-ka y el canal abierto de Argentina eltrece un proyecto de coproducción a 10 años con dos series de alta factura por año, rodada en 4K y en formato

cinematográfico. 'Cambiamos con las tendencias de la industria: mutó el consumo de medios y contenidos, lo que nos obligó a explorar nuevas oportunidades de negocio', señaló Antonio Álvarez, director de programación de Cablevisión.

'Tendremos en total seis series originales por año, sumando otras cuatro desarrolladas con otros players, como el caso de Un Gallo Para Esculapio de Underground y Telefe. El modelo para todas es el mismo: estrena en eltrece, y tras su finalización, se disponibiliza en Flow. Y al día siguiente en TNT para todo Latinoamérica', resaltó. Las series son de entre 8 y 12 episodios. Ambas tuvieron un costo aproximado de USD 200.000 por episodios, aproximadamente.

Álvarez destacó la importancia de contar con la disponibilidad de todo el contenido al mismo tiempo a través de sus ofertas digitales. 'Se trata de un paso natural dentro

de la industria. Poco a poco las pantallas se van segmentando y se va marcando más qué contenido es para qué ventana. Hoy la TV lineal sigue siendo fuerte en deportes y noticias, pero que las series y películas han ganado más terreno en el digital'.

En ese sentido, destacó que el consumo en Flow, que supera los 250.000 suscriptores, sigue esas tendencias: 'Los principales drivers son el contenido en vivo y eventos deportivos. El 70-80% del consumo es contenido lineal, mientras que el 30-40% es contenido que se ve hacia atrás en la grilla. Hay poca grabación', concluyó.



Manuel Martí, head of development de Pol-Ka, junto a Carlos Moltini, CEO de Cablevisión

TELEVISIÓN 100% EN ESPAÑOL MEXICANA FAMILIAR



Programas en vivo para cada integrante de la familia, presentados por los conductores más queridos y populares de las redes sociales en la televisión.



El canal informativo con mayor prestigio y audiencia de la televisión.

Noticias y análisis de periodistas de nueva generación y máxima experiencia.



Para los seguidores exigentes de la música regional mexicana

El único canal generado desde la capital grupera de México: Monterrey.



MÚSICA MEXICANA

ENTREVISTAS
CONCIERTOS
VIDEOS
Y MUCHO MAS...

Contactos

alberto.dominguez@multimedios.com

+521 (81) 1123-0302

Bogotá - Colombia:

Juan Carlos Ocampo Charry - juan.ocampo@tvnet.co

Patricia Charry - patricia.charry@tvnet.co

LATINOAMÉRICA

Eduardo Stigol, Inter/TuVes: 'El DTH ya supera a la TV por cable'

'Ya disponemos en el Satélite Telstar cobertura desde el Caribe hasta Tierra del Fuego, con más de 150 canales, incluidos los canales locales de nueve países y con más de 30 canales en HD, con la capacidad de crecer en los próximos años a más de 220 canales', dijo **Eduardo Stigol**, CEO de **Inter Venezuela** y de **TuVes HD**, compañía que provee servicios mayoristas de DTH a los operadores.

'TuVes se relanzó hace casi tres años con la visión de convertirse en un aliado de los cableoperadores de la región, para que puedan sumar a su oferta de servicios un DTH en las zonas no alcanzadas por sus redes de fibra de una manera rápida y sin inversiones. El modelo comercial es muy similar al costo de la programación para un cableoperador, va a depender de la cantidad de canales que quieran transmitir y es variable por cliente, el operador negocia con los canales el precio del contenido y TuVes le cobra un valor por abonado, ahorrándose el operador la inversión en telepuerto compra de espacio satelital, etc.'

'Gracias a nuestra tecnología, es posible que cada operador personalice la oferta y la guía de canales en el decodificador de sus clientes,

con su logo y de tal forma que cada operación transmite los canales que desea y en el número y orden de grilla que considere más adecuado para su clientela, eso hace posible tener más de una operación en el mismo territorio y frente al usuario se ven totalmente diferentes las ofertas', agregó Stigol.

El ejecutivo explicó que, luego del lanzamiento de este modelo con Inter en Venezuela, nació la idea de expandirlo a toda la región, y hoy ya lo están implementando con éxito varios otros cables miembros de Tepal, como **Cable Onda** en Panamá,

Tricom en República Dominicana, **TVCable** en Ecuador, **Cotas** en Bolivia, **TCC** en Uruguay y desde agosto, lo hará **Click** en Colombia.

'Para todas estas empresas que ya disponen de una marca posicionada en el mercado y cuentan con un callcenter, este servicio de DTH genera un mínimo de estructura adicional y por ser de costos variables, permite llegar a su punto de equilibrio con muy pocos clientes y es eso mismo lo que lo hace tan atractivo, al mismo tiempo que les permite ir a vender en todo el país, dejando de haber zonas sin competencia para los DTH



Eduardo Stigol, CEO de Inter Venezuela y TuVes

dominantes que competían en sus zonas tableadas, ahora el cableoperador puede ir a vender su producto a las zonas de confort de su competidor', remarcó.

'También, tenemos otras operaciones donde el DTH es la única opción de video, en general asociadas a una empresa de telefonía celular que no tiene cobertura panregional como para sustentar un telepuerto y satélite propio, como es el caso de **Personal** en Paraguay, **Viva** en República Dominicana, **Etapa** en Ecuador o las operaciones propias de TuVes en Chile y Bolivia'.

'El DTH sigue creciendo en toda la región, en la mayoría de los países ya supera a los clientes de TV por cable y eso nos da una perspectiva de crecimiento para los próximos años muy interesante', concluyó.

REPÚBLICA DOMINICANA

Tricom y Orange se consolidan bajo la marca Altice

Tricom y **Orange**, que brindan servicios de telecomunicaciones en República Dominicana, comenzarán a operar de manera alineada bajo la misma marca, **Altice**, a partir del primer semestre del 2018, según anunció la firma basada en Luxemburgo. Ahora, deberá esperar la aprobación del ente regulador, **Indotel** para concretar la fusión de operaciones.

El cambio de imagen se da casi cuatro años después de que Altice adquiriera ambas empresas, que en conjunto brindan servicios de telefonía

fija, móvil, datos y video a más de 4,8 millones de suscriptores en el país del Caribe.

La estrategia de contar con una sola marca para todo el grupo empresarial fue revelada de manera oficial por el grupo, que en 2013 confirmó la compra de la telefónica Orange, un mes después de hacer lo mismo con el operador de triple play, Tricom.

La idea es convertir a la empresa en líder en telefonía, contenido y publicidad, brindando servicio a más de 50 millones de clientes alrededor del mundo. En Dominicana, ya ha lanzado



Michel Combes, director ejecutivo de Altice

varias campañas de comunicación para informar la unificación de marcas a sus clientes.

Michel Combes, director ejecutivo de Altice, expresó: 'No es sólo un cambio de logo, es un cambio estructural de la compañía. Esto significa que de ahora en adelante trabajaremos de otra manera'.

TENEMOS MILES DE RAZONES PARA QUE NOS AGREGUES A TU PROGRAMACION

food network

La receta del mejor entretenimiento

www.foodnetworklatam.com © 2017 Scripps Networks, LLC. All Rights Reserved.

@foodnetworklatam

food network

Cable & Wireless Panamá: Paquete Premium Mast3r impulsó el crecimiento de suscriptores

Cable & Wireless Panamá es el segundo operador del mercado de TV paga en su país, con 90.720 suscriptores y un 25% de participación de mercado (Business Bureau). En banda ancha, totaliza 123.178 accesos, mientras que en telefonía móvil, su fuerte, alcanzó superó los 1,8 millones de líneas activas.



Roberto Mendoza, director ejecutivo de asuntos corporativos de CWP, explicó: 'Pese a la naturaleza altamente competitiva de la industria de las telecomunicaciones de Panamá, tuvimos un año sólido, con una demanda creciente de nuestros servicios de datos móviles que continúan aumentando rápidamente y por un avance significativo en los segmentos de televisión pagada y de negocios corporativos.



Roberto Mendoza, director ejecutivo de asuntos corporativos de CWP

Vale anotar que hemos añadido 2.000 unidades de generación de ingresos en el segmento de cable TV en el primer trimestre de 2017, ya que nuestra oferta de valor agregado ganó fuerza a través de las inversiones en redes con nuestro servicio Premium Mast3r. También continuamos incrementando nuestra base de clientes de DTH, agregando 3.000 RGU en el primer trimestre, ya que apuntamos más áreas rurales donde no contamos aún con Red HFC', añadió.

Inversiones en infraestructura

Explicó Roberto Mendoza: 'Cable & Wireless Panamá es una empresa de telecomunicaciones con un enfoque innovador, que reacciona con eficiencia a las necesidades de nuestros clientes. Durante el período 2016, invertido el 14% de sus ingresos en la construcción de nuevas infraestructuras para aumentar la cobertura y capacidad de las redes móvil y fija. Esto ha fortalecido nuestro liderazgo móvil y nuestras estrategias de convergencia fijo-móvil, permitiendo por ejemplo, a los clientes suscritos a nuestro servicio de Mast3r (+TV HD), tener un acceso inmediato a contenidos de televisión de alta calidad al moverse entre dispositivos y ubicaciones'.

'Esto se vio reflejado en el 2016, cuando lanzamos de manera exitosa los servicios de 3D Nation y 3D Calling para clientes corporativos y residenciales, respectivamente. Logramos cubrir el 24% de los edificios comerciales con nuestra tecnología 3D Nation. En septiembre pasado, siguiendo el liderazgo en innovación, lanzamos Mast3r para nuestros clientes residenciales, permitiendo que el entretenimiento, la conectividad y la velocidad transformen sus vidas a través de una mezcla de tres servicios que incluyen +TV HD, +Móvil 3D Calling y +Internet Ultra. Esta nueva plataforma ha logrado una penetración significativa en el mercado desde su lanzamiento'.

SGDG DISTRIBUTION GROUP

Channels listed: BAND 24h tve, BAND NEWS tve, azcine, azclic, azcmundo, azcorazón, star tv HD, MIS, INTI NETWORKS, Rai Italia, MOTORS TV, FASHION, enlace, TRACE SPORT+STARS, PXC, FIBA BROADCASTS TV, XVID, FASHION ONE 4K, ADULTO, NTN24, Novelas, NuestraTele.

Contact: sabrina.capurro@sgdgroup.com • 5411 - 47745127

ENTRENTE TUS MIEDOS

FEAR THE WALKING DEAD

ESTRENO DOMINGOS AMC

Alejandro Kember, VP Affiliate Sales Cono Sur
alejandro.kember@latam.amcnetworks.com

A+E Networks: Lifetime lanza *Project Runway* en Latinoamérica

En el marco de Tepal, A+E Networks anunciará el lanzamiento de la franquicia de *Project Runway* en la señal **Lifetime**, además del estreno de *NCIS New Orleans* en **A&E**, y presentará a los operadores la iniciativa educacional de **H2**, *Aprende Más*, según adelantó a Prensario el SVP de Afiliados y Mercadeo Corporativo para Latinoamérica, **César**



Sabroso. 'Ambas marcas, emergentes de nuestro portafolio, se encuentran en consistente crecimiento debido a su propuesta única de contenido y experiencia de marca', afirmó. Lanzada hace casi tres años, **H2** tiene un alcance en Latinoamérica de 41 millones de hogares, mientras que **Lifetime** llega a 46 millones. Las señales insignia, como **A&E** y **History**, ya



César Sabroso, SVP de afiliados y mercadeo corporativo, A+E Networks

History presentó *Una Idea para Cambiar la Historia* en Colombia

History presentó en Bogotá, Colombia, la cuarta edición de su iniciativa *Una idea para cambiar la historia*, que con una inversión de USD 140.000 en premios, convoca a emprendedores latinoamericanos a presentar proyectos que permitan transformar la sociedad.



César Coletti y el jurado de *Una Idea* 2017

César Coletti, SVP de Mercadeo de **A+E Networks Latinoamérica**, destacó: 'Nos sentimos muy orgullosos de poder anunciar la 4ta edición de una *Idea para cambiar la historia*, porque su continuidad en el tiempo nos da la posibilidad de llenar un espacio vacío de promoción de la innovación y la creatividad en nuestra región a través de nuestras diversas plataformas'.

El cantante y compositor colombiano **Fonseca** será el nuevo portavoz del programa. El jurado estará compuesto por el médico argentino **Daniel López Rosetti**; la diseñadora industrial **Alejandra Mustakis**; el científico colombiano y presidente de la ACAC, **Eduardo Posada Flórez**; la físicoquímica mexicana **Tessy María López**; y el ganador de *Una Idea...*, **Diego Aguinosa**.

cuentan con una distribución de 65 millones y 63 millones, respectivamente.

Sabroso compartió su opinión sobre las nuevas formas de consumir televisión. 'La postura de **A+E Networks Latin America** está directamente relacionadas a la experiencia complementaria que le ofrecemos a nuestros usuarios a través de las pantallas secundarias. Somos conscientes de que, más que nunca, nuestros usuarios consumen contenido televisivo, aunque no necesariamente en la pantalla tradicional'.

Y concluyó: 'La estrategia no lineal de las marcas que conforman nuestro portafolio es participativa, complementaria, de continuo crecimiento y diseñada para satisfacer y deleitar a nuestros usuarios con la mejor experiencia de contenido y marca.'



PARA VER Y VOLVER A MIRAR.

En exclusiva y en todas las plataformas, como lo desean tus suscriptores.



DISTRIBUIDO POR:



© 2017 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. Criminal Minds © ABC Studios. Hawaii 5-0 © CBS Studios, Inc. All rights reserved.

AZ TV de Paga, fuerte en Perú

'Perú, como mercado para nuestras señales, sigue mostrando un crecimiento constante; tenemos ahora entre ocho y diez clientes nuevos que van a recibir concesiones', señaló **Jorge Gutiérrez**, de **AZ TV de Paga**, a Prensario en la Cumbre APTC de Lima.

Con **Hortensia Espitaleta**, su representante en la región andina, Gutiérrez coincidió en que 'Perú es muy fiel a nuestras señales, y las garantías de calidad que les damos nos hacen más fácil la distribución'.

'En la zona andina, Perú y Colombia son nuestras grandes gestiones, y ello nos alienta a seguir lanzando novedades y apoyando a



la industria', completaron y destacaron los programas presentados en la Cumbre: *Pan Chic*, de moda y tendencias, *Hoyo 19*, de estilo de vida alrededor del mundo, y *TecnoTag*, donde se ofrecen las novedades en gadgets.

'En materia de programación para el corazón, acompañamos el reestreno de *Nada Personal*, que está siendo relanzada en México, y tuvimos la segunda temporada de *De Telenovela*, con entrevistas y anécdotas de los principales artistas y estreno de películas en **AZ Cinema**.

Nuestra filosofía es fortalecer mes a mes cada uno de nuestros canales'.

Espitaleta añadió que se está trabajando



Jorge Gutiérrez, de AZ TV de Paga; y Hortensia Espitaleta, de Signal TV

para desarrollar la presencia en Bolivia, Ecuador y Argentina, así como también en el sector comunitario de Colombia, 'para tener crecimiento en ese sector', acompañando la expansión en los otros mercados.

Zee Mundo: El éxito de los contenidos indios en Latinoamérica

El contenido de Bollywood crece en la región

A meses de su lanzamiento en Latinoamérica, el canal de películas de Bollywood, **Zee Mundo**, ya cuenta con distribución en México, Centroamérica, Ecuador y algunas ciudades de Perú. 'Seguiremos avanzando en la región', afirmó **Rolando Figueroa**, head of marketing.

El ejecutivo se refirió al éxito de los contenidos indios en esta región. 'Si bien el contenido proviene de otro hemisferio, las historias contienen elementos culturales muy en común con Latinoamérica como son los valores familiares, el esfuerzo en común y la unión entre las personas. Los estudios de mercado realizados concluyen en la fuerte empatía que causa el perfil físico de los actores y actrices con el promedio de la audiencia latina. A su vez, el colorido, la alegría y las contagiosas coreografías hacen del deleite de la audiencia latinoamericana en conjunto con el alto valor de producción y



realización cinematográficas', agregó. En cuanto a las novedades de programación, adelantó el lanzamiento de dos series en junio: 'Jodha Akbar: Romance Real es un drama que se remonta al S.XVI y cuenta el nacimiento de un romance que impacta en el destino de India; además, llega la serie *Begusarai: Tierra de Nadie*, una ficción contemporánea en la que una familia marca territorialidad en una ciudad al norte de India con el afán de establecer orden y justicia a su parecer'.

'En conjunto, las películas y series difundidas en Zee Mundo equivalen a más de 650 horas dobladas meticulosamente al español cerciorando que cada voz calce con el perfil de cada personaje en escena. Si bien el 80% de la programación son películas, hemos apostado por la inclusión de series con el afán de generar continuidad entre la audiencia. La idea es generar interactividad entre los



Rolando Figueroa, Head of Marketing

espectadores a través de las redes sociales y nuestro nuevo sitio web', remarcó Figueroa.

Por último, se refirió a los planes de producción original. 'Zee Mundo es uno de 43 canales internacionales creados por **Zee Entertainment Ltd.**, uno de los recopiladores y distribuidores más grandes de contenido a nivel mundial. La empresa también está presente en la producción de programas y películas en donde muchas veces coproduce con estudios de occidente. Todo el material que se exhibe es producto de la empresa matriz', finalizó.

DHE: 5 millones de hogares en Latinoamérica

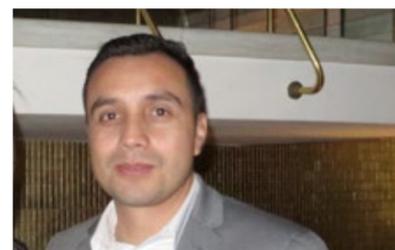
OTT y nueva temporada de *Del Crepúsculo al Amanecer*

En un año de grandes cambios, **DHE** ha logrado consolidar su lugar en Latinoamérica, llegando a 5 millones de hogares y trabaja fuertemente en su ingreso a México, como su meta a mediano plazo. Además de su renovación de imagen y del lanzamiento de una nueva estrategia sin cortes comerciales para sus contenidos, la empresa concretó el lanzamiento de su plataforma **DHE Play**, con los mismos contenidos



que el canal lineal, pero disponibles en VOD. Esto significó un 'complemento en el proceso de expansión que la empresa quiere manejar en todas las plataformas', según expresó el CEO, **Julio César Gómez** a **PRENSARIO**. Todos los cambios permitieron a los clientes y espectadores sumar más fidelidad al canal, lo que también ayudó al crecimiento de la distribución en la región.

En la parte de programación, la señal anunció el estreno de la segunda temporada de la serie de **Robert Rodríguez**, *Del Crepúsculo al Amanecer* en exclusiva para Latinoamérica. 'También traemos estrenos ganadores de Oscar como *Slumdog Millionaire* y *El pañuelo amarillo* protagonizada por **Eddie Redmayne**, ganador al premio a mejor actor', agregó y comentó que DHE planea incorporar



Julio César Gómez

producciones originales, aunque todavía no compartió más detalles.

Finalmente, remarcó de cara a Tepal: 'Invitamos a todos nuestros clientes y seguidores a no perderse esta segunda temporada de *Del Crepúsculo al Amanecer*, que viene con mucha más fuerza, acción, romance y mucha pero mucha sangre. A partir del 9 de julio, todos los domingos en la noche con repetición los jueves'.



Del Crepúsculo al Amanecer 2



SE ABRE A NUEVAS REGIONES

EL CANAL INTERNACIONAL PARA LOS VENEZOLANOS



- **Novelas:** Las más recientes y emblemáticas historias de la renombrada casa productora **RCTV**.
- **Deportes en Vivo:** En exclusiva más de **370 horas al año** del Béisbol Venezolano. Además, la liga Profesional de Baloncesto.
- Contamos con más de **2.100 horas** de contenido original exclusivo para **IVC**:
 - **Conciertos:** Los artistas más aclamados.
 - **Informativos:** Todo el acontecer diario.
 - **Estilo de vida:** Te mostramos el gusto del Venezolano. ... conducido por los talentos más reconocidos de Venezuela.

UNIMOS EMOCIONES, ACORTAMOS LA DISTANCIA.



Claxson apuesta a HotGo para crecer en Latinoamérica

Oferta multiplataforma para clientes de banda ancha

‘Claxson sigue creciendo y expandiendo sus negocios en Iberoamérica; su división HotGo Media sigue apostando a su plataforma de contenidos HotGo y cerrando acuerdos con todos los operadores de televisión paga en la región para la distribución de su oferta para clientes de banda ancha’, afirmó **Esteban Borrás**, VP de ventas Cono Norte de HotGo Media.

‘HotGo Media se apoya en una estrategia de multiplataforma con su HotPack que incluye una oferta lineal y no lineal para múltiples dispositivos, lo que le permite al suscriptor de televisión acceder de manera lineal y no lineal a la oferta líder y más completa de la industria. Si bien notamos un gran crecimiento en el consumo de HotGo ya sea a través de smartphones o computadoras, todavía la oferta lineal sigue siendo el formato que más se consume en Latinoamérica’, agregó.

Para la programación, dio que en mayo se renovó el on air de **Playboy TV** ‘con una propuesta moderna y simplificada. Basada en una gráfica limpia y con recursos gráficos sencillos, buscamos generar un ritmo más dinámico en las piezas, manteniendo algunos lineamientos que se venían trabajando como la utilización del logo como elemento principal’.

‘En cuanto a producciones específicamente, nuestra compañía siempre se caracterizó por la apuesta fuerte a la producción original dentro del territorio. Creemos que es un diferencial importante, por esto, estaremos



realizando durante el segundo semestre, una producción original que incluirá talentos locales. También seguimos apostando a los realities y series para parejas estrenando capítulos de programas exitosos que nuestro público ya está acostumbrado a disfrutar. Algunas de las series que vamos a estrenar son: *Triple Play*, *The Rub*, *Girls of MetArt*, *The Tryst List*, *Groundbreakers*, *Encounters* y *Cyber Crush*. Estas series incluyen

Entretenimiento, Reality, Portfolios de Chicas Playboy, TVfor2 (temáticas para parejas) y Contenido Amateur’, agregó.

Previo a Tepal de Panamá y Convergencia Show de México, Borrás se refirió a dichos mercados. ‘Acabamos de lanzar HOTGO en la plataforma de Dish OTT, que estará disponible para cualquier cliente de México que quiera adquirir HotGo, independientemente del operador de TV que tenga contratado. Esto se suma a la oferta que lanzamos hace un tiempo en Sky México y Centroamérica ofreciendo una suscripción mensual a sus clientes’.

‘Por otro lado, cerramos varios acuerdos en diferentes países de Latinoamérica y estamos trabajando para lanzar nuestros productos en varias operaciones pequeñas y medianas que están digitalizando y pueden utilizar nuestro producto para aumentar su ARPU. En las operaciones más grandes, seguimos acompañando al operador para aumentar la penetración del HotPack, trabajando en planes de comunicación, acciones de marketing, capacitaciones, incentivos a la



Esteban Borrás, VP de ventas Cono Norte, HotGo Media

fuerza de ventas, call centers, entre otras cosas’, añadió.

Vanguardia en contenido y distribución

Afirmó Esteban Borrás: ‘Hot Media tiene la misión de estar a la vanguardia en cuanto a la oferta de contenidos y sus formas de distribución. Estamos permanentemente invirtiendo en tecnología y contenidos para dar la mejor experiencia a nuestras audiencias. Nuestra plataforma HotGo es vanguardista y estamos lanzando una nueva versión donde los usuarios podrán encontrar más y nuevos contenidos’.

‘Sumamos producciones latinas, nuevos cortos en cada marca, nuevas sex stars. Además, todos los contenidos tienen habilitados cue points, marcando momentos dentro de las escenas donde comiencen distintas acciones, para quien está mirando la secuencia pueda ir directamente al momento que le interesa. Los contenidos cuentan con subtítulos disponibles en las marcas **Venus**, **Playboy** y **Sextreme**. Y todos los contenidos tienen la posibilidad de ser enviados al SmarTV a través de Chromecast, para disfrutar de los contenidos directamente en la TV’.

‘Desde el punto de vista de las marcas y contenidos, hemos consolidado la oferta más importante del mundo lideradas con marcas como **Brazzers**, **Venus**, **Playboy**, **Penthouse** y **Sextreme**. Por otro lado, nuestra nueva marca **Vextremo** sigue creciendo en México de la mano de Sky’, concluyó.



Las mejores producciones de Bollywood
dobladas al español y en HD
Una experiencia única para tus suscriptores

f | t | i | You Tube | www.zeemundo.com

• PARA MÁS INFORMACIÓN •
ventas@zeemundo.com

Fox Networks Group lanza Nat Geo Kids

Desde el 1 de julio, reemplaza a Mundo Fox en la grilla

En el marco de Bolivia Media Show, **Fox Networks Group** anunció el lanzamiento de la nueva señal infantil **Nat Geo Kids**, que desde el 1 de julio, ocupará el espacio de **Mundo Fox** en la grilla de programación.

‘Nat Geo Kids es una señal destinada a despertar la curiosidad de los más chicos, con contenido seguro que acompañará el crecimiento de los niños y en un formato multiplataforma, con contenido lineal y no lineal’, afirmó **Juan Massuh**, gerente de marketing de afiliados de FNG.

Enfocada en un público infantil de 5 a 7 años, la señal se apoyará en los mismos pilares de la marca **National Geographic**, que también marcarán sus cuatro bloques de programación. Así, tendrá programas de exploración, ciencia, aventura y con-



servación del ambiente, con producciones originales y contenidos locales y de la región, adaptando formatos del canal NatGeo en su versión para los más pequeños, como el caso de *La ciencia de lo absurdo*.

‘Fox no estaba en el género infantil y NatGeo era la marca que daba para entrar en este segmento por la confianza y la seguridad que despierta entre los adultos. El nuevo canal está pensado en un target infantil y aportará contenido novedoso, diferente’, agregó Massuh sobre el canal que desde el 1 de julio NatGeo Kids reemplazará en la grilla a Mundo Fox.

Acuerdo con la UFC

Otra de las recientes novedades de Fox para Latinoamérica fue el acuerdo con la UFC para la adquisición de los derechos de transmisión



Juan Massuh y Sergio Silva, de Fox Networks Group

exclusiva de 160 horas de contenido en vivo de los campeonatos de artes marciales para toda la región, a partir del 13 de mayo.

El acuerdo a largo plazo incluye todos los eventos numerados de UFC, *UFC Fight Nights* y el reality *The Ultimate Fighter*. Los combates podrán verse a través de **Fox Sports** y **Fox Premium** en su app y en televisión, llegando a más de 44 millones de hogares en Latinoamérica; en México los derechos estarán disponibles a partir del 1° de enero de 2019.

AMC Networks adelantó los estrenos de sus canales

AMC Networks participó en los screenshots de Bolivia Media Show, la expo convención organizada por **Isos** que tuvo lugar el 23 y 24 de mayo en Santa Cruz de la Sierra, donde presentó las novedades de programación de todas sus señales.

El canal **AMC** es la pantalla de muchas de las producciones de **AMC Studios**, ‘fuente inagotable de producciones’, remarcó **Christian Vanzini**, ejecutivo de cuentas para Latinoamérica. Este año, el canal insignia del grupo estrenará la segunda temporada de *Into the Badlands* y la tercera de *Fear the Walking Dead*. Además seguirá con los talk shows luego de cada episodio donde se ven entrevistas a actores de la serie. Además el 26 de junio llega la segunda temporada de *Animal Kingdom*, y trae *Hap and Leonard* e invita a recorrer distintos lugares en moto en *Ride with Norman Redus*, protagonizada por el actor de *FTWD*. **Sundance TV**, el canal que tiene como ícono



el festival de cine independiente, estrena *Deep Water* y anunció para el tercer trimestre de este año la nueva serie *Striking Out*, además de la quinta temporada de *Rake*, el juego de la ley.

Film&Arts trae contenido de alto nivel para una audiencia amplia y en los próximos meses tendrá el estreno del documental de Katy Perry, *Una parte de mí*. También tendrá *Later with Jools Holland*, en su 37° temporada. En julio llegan los Premios Tony y presenta también la segunda temporada de *The Graham Norton Show*, y nuevos espectáculos del *Cirque do Soleil*. **Europa Europa** continúa con el cine europeo, apuntando este año especialmente a España, Francia e Italia, con estrenos como *Punta Escarlata* el 14 de junio, nuevos episodios de la serie número 1 en Italia, *Comisario Montalvano* y nuevos episodios de *Call the Midwife*.

El canal gastronómico **elgourmet** llega



Christian Vanzini, ejecutivo de cuentas de AMC Networks para Latinoamérica

con *Sazón Casero*, *Los clásicos de Gross*, *La repostería con Virginia Sar* y *Abuelita Linda*, con **Verónica Zumalacárregui**. Por último la señal de lifestyle enfocada en la mujer latina, **Más Chic**, presenta programas como *Mi vestido de novia*, *Cuerpo en armonía*, *Viste tu fiesta* y *De Sin a Con*, ambos de decoración. Este canal cuenta con un 70% de producción original, todos sus programas en español y 70% de talento local dirigido a un público masivo.



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.



HBO: Nuevas series con estrellas de Hollywood y *Game of Thrones* 7

Las nuevas producciones de HBO están dando que hablar luego de que el grupo de contenidos Premium anunciara la producción de una miniserie protagonizada por **Julia Roberts**, al mismo tiempo que contratara a **Al Pacino** para otra ficción. Al mismo tiempo, confirmó los estrenos de *El Jardín de Bronce* y la séptima temporada de la aclamada *Game of Thrones*.

Today Will be Different será el nombre de la miniserie cuyos guiones acaban de ser encargados por HBO, y que tendrá a Julia Roberts como productora y protagonista. Basada en la novela de **María Semple**, la miniserie transcurrirá en un único día y buscará retratar de manera alegre el



El Jardín de Bronce se estrena el 25 de junio



desesperado intento de una mujer por navegar los riesgos complejos y la gracia astuta de la vida moderna.

Por su parte, Al Pacino dará vida al famoso entrenador de fútbol americano de la universidad Penn State, Joe Paterno, en la nueva cinta original de HBO Films dirigida por Barry Levinson. Paterno es mundialmente reconocido como el mejor entrenador universitario de todos los tiempos. Sin embargo, su legado se vio impactado por el escándalo de abuso sexual de su asistente, Jerry Sandusky, cuando salió a la luz un reporte que concluía que Paterno y otros funcionarios de la universidad eran conscientes de las acciones de Sandusky, pero optaron por mirar hacia otro lado.

Game of Thrones y *El Jardín de Bronce*

Desde el 25 de junio, la pantalla de HBO en Latinoamérica tendrá la nueva serie original realizada junto a la productora argentina Pol-ka, *El Jardín de Bronce*, basada en la novela homónima



Game of Thrones regresa el 16 de julio

de **Gustavo Malajovich**. Realizada íntegramente en Argentina, este drama reúne a actores como Joaquín Furriel, Luis Luque, Julieta Zylberberg y Gerardo Romano, y contará con la actuación especial de Norma Aleandro y Daniel Fanego. La trama sigue la lucha de un arquitecto por recuperar a su hija, quien ha desaparecido de forma inexplicable sin dejar rastro. Finalmente, y después de meses de espera, HBO confirmó el estreno de la séptima temporada de *Game of Thrones* para el 16 de julio de 2017. Además, durante una transmisión de Facebook Live, lanzó un misterioso teaser sin imágenes de los nuevos episodios, pero sí con las voces de sus protagonistas.

EL MEJOR ENTRETENIMIENTO EN ESPAÑOL



15 AÑOS 2002-2017

abitronix

VOICE

DATA NETWORKING

AUDIO

VIDEO

WIRELESS

SURVEILLANCE

Somos su Distribuidor Global con más de 15 años de experiencia, atendiendo las necesidades de Operadores de Cable Televisión, Operadores Satelitales, al igual que ISP's y compañías afiliadas a la Industria.

Televisión

VIAVI HOLLAND

JONARD TOOLS

RIPLEY

PDI

PICO DIGITAL

ARCOM DIGITAL

PERFECT VISION MANUFACTURING

KLEIN TOOLS

Multilink

DCT

PVI

TRILITHIC

info@ABITronix.com | 973.584.7550 | www.ABITronix.com



www.atresmediainternacional.com

Turner firmó acuerdo de coproducción por 10 años



Mariano César, VP y Gerente de TNT y TNT Series

Turner, el MSO Cablevisión y la productora argentina Pol-ka Producciones rubricaron un acuerdo de coproducción por 10 años y presentaron el primero de los proyectos: *La Fragilidad de los Cuerpos*. El objetivo es desarrollar dos series originales por año. La próxima será *El Maestro*, con Julio Chávez.

Compuesta por ocho episodios, la serie está basada en la novela homónima de Sergio Olguín y podrá verse desde el miércoles 7 de junio a las 22.30 horas en TV abierta a

través de **eltrece**, y una vez que finalice el primer capítulo, la serie completa estará en *Flow* y Canal 1 HD en **Cablevisión**. En TV paga se emitirá desde el jueves 8, a las 22, a nivel panregional por TNT.

Mariano César, VP y Gerente de TNT y TNT Series, comentó:

‘Empezamos hace dos años a apostar por el contenido original y sabíamos que para crecer era necesario asociarnos con players no sólo que cuenten con expertise en el rubro, sino que nos aporten algo que se distinga del promedio. Somos reconocidos a nivel global por los shows en vivo y las películas, pero ahora el foco está en crecer también en contenido

seriado’. Además el ejecutivo adelantó que ya se encuentran trabajando en la nueva serie que se espera se estrene a fines de este año, y otros nuevos proyectos como *Un Gallo para Esculapio*, junto a *Underground* y *Telefe* (Argentina), y *Pacto de Sangre*, filmada en Brasil para *Space* y dirigida por *Adrián Caetano*. ‘También es-



La Fragilidad de los Cuerpos

tamos analizando proyectos relacionados con biopics, un género que está muy de moda en la región y con el cual ya tuvimos la experiencia de la mano de *Hasta que te Conoció*, completó.

Adrián Suar, director de programación de *eltrece* y director artístico y fundador de Pol-ka, remarcó que ‘los tiempos cambiaron, la audiencia cambió y la forma de ver el contenido ya no es la misma que era hace unos años’. ‘No importa tanto la plataforma en dónde se emita un programa sino la calidad. Lo importante es que el nivel de producción sea impactante, y *La Fragilidad* combina una historia sólida y contundente; actores de primer nivel y los mejores recursos profesionales y técnicos a su servicio’, subrayó.

Viacom se potencia con Telefe para generar valor de proyección global

En un evento realizado en los estudios de Martínez, en Buenos Aires, Viacom convocó a sus clientes y socios –operadores de TV paga, anunciantes y agencias de medios– para mostrar que la integración con **Telefe** ya es un hecho, y adelantó sus novedades de programación en todo el portfolio de señales.

‘Viacom Telefe representa una nueva fuerza integrada. Nuestra meta es multiplicar el poder del alcance que ambas empresas ya tenían por separado, y así potenciar el valor que le damos a agencias, anunciantes y nuestros socios en distribución’, comenzó **Pierluigi Gazzolo**, presidente de VIMN Américas. ‘Telefe es una máquina de contenido’, afirmó Gazzolo. ‘Este año planeamos invertir más de 3000 millones de dólares en contenidos que llevaremos a todo el mundo en más de 150 lenguajes. Viacom Telefe es más que la suma de sus partes’,

resumió. **Darío Turovelzky**, director de contenidos globales, dijo: ‘Nos propusimos tres objetivos; llevar a Telefe a otro nivel como marca global, desarrollar contenidos multiplataforma e impulsar el crecimiento de todos los canales de

Viacom. La audiencia de Telefe aporta la masividad de la televisión abierta, que se complementa con los canales para públicos más específicos’.

Turovelzky destacó la retroalimentación de las señales del grupo que se potencian entre sí, como ocurre con Nick Jr. y Telefe, donde la franja de programación de la señal



Pierluigi Gazzolo, presidente de VIMN Américas; Rita Herring, SVP de distribución; Carlos Moltini, CEO de Cablevisión; Darío Turovelzky, director de contenidos globales de Telefe Viacom; y Guillermo Campanini, COO

infantil en las mañanas de Telefe se ha posicionado en el primer lugar, mientras que en TV paga la audiencia creció un 17%. Con MTV ocurre algo similar ya que, el ciclo *Despedida de Solteros After Hours*, una continuidad del programa de Telefe, en TV paga hizo aumentar en 190% el share en su franja horaria y en 50% el share de toda la señal.



PRIVADO,
SEGURO Y **24HS**
DISPONIBLE

HOTGO ▶ **hotgo.tv**

PLAYBOY TV VENUS PENTHOUSE SEXTREME BRAZZERS

- LA MAYOR VARIEDAD PARA ADULTOS EN UN SOLO CLICK
- MÁS DE 1000 CONTENIDOS FULL HD DE LAS MARCAS MÁS RECONOCIDAS
- PRIVADO Y SEGURO
- DISPONIBLE DESDE CUALQUIER DISPOSITIVO MÓVIL



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

Food Network estrena producción original, *Los Ángeles de la Cocina*

Con Carola del Bianco y Silvia Barredo

Food Network lanzó en junio la nueva producción original, *Los Ángeles de la Cocina*, que se emite de lunes a viernes a la tarde para toda Latinoamérica, y cuenta con la conducción de la chef **Silvia Barredo**, y la modelo y conductora **Carola del Bianco**, quienes celebran, a través de una propuesta, cálida, familiar y divertida, recetas clásicas, deliciosas y a la vez sencillas, que animan hasta a los más inexpertos a darse una oportunidad en la cocina.

Los Ángeles de la Cocina proviene de un sólido lazo de amistad entre Silvia y Carola. Ellas son una dupla refrescante y entretenida; Silvia es la voz de la experiencia, y Carola la disciplinada aprendiz que no perderá oportunidad para sumar su encanto y creatividad a cada encuentro.

Silvia Barredo es una chef apasionada de la buena comida. Su carrera gastronómica comenzó en París, donde incorporó técnicas y presen-

taciones que le brindaron las herramientas necesarias para abrir con su esposo el restaurante *Ángelo* en el año 1995, el cual llamó la atención de las voces gastronómicas del momento. Previo a su llegada a Food Network, Silvia se destacó como chef y conductora en distintos programas de cocina como *Las Redonditas* y *Cocina Fácil*, que la llevaron a convertirse en una estrella reconocida tanto en la televisión argentina, como en el resto de la región.

Silvia ama crear platillos deliciosos y compartir el secreto con sus seguidores, tanto a través de sus redes sociales como de los 4 libros editados hasta el momento, de los cuales dos fueron nominados como mejor libro de pastelería en los premios Gourmand World Cookbook Awards.

Por su parte, Carola del Bianco, es modelo y madre. Ama comer bien y preparar a sus hijas sus platillos favoritos, por lo que encontró en Silvia un



Carola del Bianco y Silvia Barredo protagonizan la nueva serie

verdadero "ángel" que le enseña trucos para llevar a casa y mimar a su familia. Carola fue descubierta por Pancho Dotto, con quien empezó su carrera de modelaje y se convirtió en una de las top models más reconocidas de Argentina. En su carrera como modelo ha realizado campañas publicitarias para reconocidas marcas como Falabella, Caro Cuore y Ripley, entre otras. Actualmente dedica su vida a hacer felices a sus hijas y a disfrutar con familiares y amigos, agasajándolos con platillos deliciosos y compartiendo su nuevo estilo de vida.



Hemisphere: CineLatino y Pasiones crecen en Latinoamérica

Ya se distribuye en Megacable, Claro y plataformas TuVes

Hemisphere Media Group anunció que sus señales para Latinoamérica, **CineLatino** y **Pasiones**, continúan llegando a más hogares en la región, con acuerdos de distribución en algunos de los principales operadores, como se concretó meses atrás con **Megacable**, el tercer operador del mercado mexicano. Por parte de CineLatino, la negociación la llevó adelante **MVS Televisión**, su representante para México.

Para Pasiones, esto significa un paso más en su expansión agresiva en América Latina, que

incluye su distribución en la plataforma DTH y en toda la oferta de Claro en Perú, al igual que en Paraguay. El canal también puede encontrarse en **TuVes** Chile y Bolivia, y seguirá incrementando su penetración en territorios adicionales con dicho operador de TV de paga.

Estos lanzamientos llegan justo a tiempo para que los televidentes puedan disfrutar de las ficciones más destacadas de Pasiones, como *Flor del Caribe*, la emocionante historia de amor brasileña, y



Fernanda Merodio, directora senior de distribución de Hemisphere Media Group

Triunfo del amor, la novela mexicana protagonizada por William Levy y Maité Perroni, *La Guerrera*, o el reciente estreno de la serie coreana, *Contrato para una boda*.



Christian Dior, La France

LA MEJOR PROGRAMACIÓN EN FRANCÉS
CON SUBTÍTULOS EN ESPAÑOL

TV5MONDE

EL CANAL EN FRANCÉS PARA TI

@TV5MONDELATINA

CSK MEDIAS - MAURICE CHAPIRON
THINKSTOCK - GAUMONT - ROGER DO MINH

Atresmedia Internacional se enfoca en Latinoamérica y US Hispanic

Llegó a 50 millones de hogares en todo el mundo

Tras llegar a los 50 millones de abonados en todo el mundo, **Atresmedia Internacional** sigue incrementando su distribución y trabajando junto a sus afiliados para llegar con sus tres señales a nuevos territorios. En línea con esas metas, el grupo participará en esta edición de Tepal. 'Es un buen momento para hacer balance de lo que llevamos de año y encarar la segunda parte con la mejor disponibilidad', afirmó **Mar Martínez Raposo**, directora general de Atresmedia Internacional.

'Este año, estamos muy enfocados en el mercado de habla hispana de Estados Unidos y confiamos en poder anunciar en breves resultados de todo el trabajo realizado en esa línea. No obstante, no dejaremos de profundizar y seguir desarrollando relaciones con operadores de Latinoamérica, donde tenemos aún margen en todas las señales, pero especialmente las más jóvenes', remarcó.

Una de sus señales, **Atreseries**, acaba de

lanzar su primera campaña de branding *Vivela en español*, en la que se resalta la importancia de compartir el mismo idioma con la audiencia, lo que evita las traducciones y facilita la comprensión. 'En las próximas semanas, estaremos anunciando nuevos acuerdos que nos permitan seguir acercando el mejor contenido en español', agregó.

En cuanto a la distribución, Martínez Raposo comentó que el año pasado 'fue espectacular en términos de distribución en Latinoamérica' y completó: 'Se destaca especialmente el mercado mexicano con mucho potencial, donde **¡Hola! TV** fue la gran protagonista con importantes acuerdos. Pero todas las señales han crecido en abonados, incluso **Antena 3**, pese a los años que lleva presente en la región'.

'El objetivo es seguir ofreciendo una oferta exclusiva en nuestros tres canales internacionales. Así, en Antena 3 mantenemos la apuesta por la información y programas de entreti-



Mar Martínez Raposo, directora general de Atresmedia Internacional

miento. En **Atreseries** continúan los estrenos exclusivos de grandes producciones del grupo Atresmedia – como la tercera temporada de *Allí Abajo* y *Gavilanes*, la adaptación española de *Pasión de Gavilanes* ambas en parrilla– y **¡Hola! TV** seguirá abordando la actualidad y el entretenimiento como mucho estilo y elegancia. Junio, por ejemplo, estará dedicado a las bodas que más han destacado, incluyendo los análisis de las últimas tendencias y colecciones en trajes de novia'.

Bloomberg TV: Contenidos traducidos para Latinoamérica

Bloomberg TV incorporó subtítulo en vivo en español para sus señales de habla hispana en Latinoamérica, que los espectadores podrán ver todos los días de 6am a 10pm. La señal está disponible en Argentina, El Caribe, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela.

'Nos complace ofrecer a nuestra audiencia en Latinoamérica traducciones en vivo para enriquecer su experiencia en Bloomberg TV y atraer a nuevos espectadores en la región. Consideramos que esto agregará un mayor valor para nuestros asociados distribuidores y anunciantes en la región', señaló **Josh Rucci**, jefe global de Bloomberg Media Distribution. 'Bloomberg Media busca ser el proveedor líder en información de negocios y financiera a nivel global a través de todas las plataformas; expandir su audiencia y crecer sus

alianzas en América Latina es un componente crítico para alcanzar esta meta'.

La programación entre semana que ahora tendrá la opción de traducción en vivo incluye *Bloomberg Daybreak: Americas*; *Bloomberg Markets: Americas*; *Bloomberg Markets: European Close*; *What'd You Miss?*; *Bloomberg Technology*; *Charlie Rose*; *Bloomberg Daybreak: Asia*; y *Bloomberg Markets: Asia*.

La opción para traducción simultánea al español también está disponible en El Financiero|Bloomberg, el asociado de Bloomberg en México. El Financiero|Bloomberg produce ocho horas de programación de negocios, finanzas y política en español todos los días entre semana, enfocándose a noticias relacionadas con México, y transmite la programación de Bloomberg TV durante jornada de mercado.

Bloomberg Television es un canal de noticias globales de negocios y finanzas, disponible en más de 437 millones de hogares alrededor



Josh Rucci, jefe global de Bloomberg Media Distribution

del mundo en más de 200 países y lugares. Bloomberg TV también se transmite a través del servicio Profesional de Bloomberg (La Terminal), la cual guía a los líderes de los negocios y las finanzas con información indispensable en tiempo real, noticias y análisis. Tomando ventaja de su contenido, recursos e infraestructura de Bloomberg TV, Bloomberg también es una fuente líder en videos digitales de negocios a nivel global.



LAS VOCES DEL MUNDO

En español y otros 13 idiomas



© PHOTOGRAPHIE : GALLERMO LEGARRA / AFP

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

En junio, el fútbol local e internacional está en TyC Sports

La programación de junio en TyC Sports trae los principales torneos de fútbol, tanto a nivel local para el territorio argentino, como los torneos que enfrentan a más países en la región, siguiendo con las ligas nacionales de básquet y vóley, la Diamond League de atletismo y todo sobre automovilismo.

Luego del partido Argentina-Brasil el 9 de junio y de las Eliminatorias Sudamericanas donde participó la selección nacional contra Singapur como visitante, el 13 de junio, llega la Copa de las Confederaciones del 12 de junio al 2 de julio, con la transmisión de los partidos más destacados, relatos y comentarios de **Rodolfo Depaoli** y **Ariel Senosiain**.

Además, durante todo el mes, la Copa Argentina tendrá a los equipos más convocantes del país todos los martes, miércoles y jueves, disponible para todos los países donde llega TyC Sports. Al mismo tiempo,

TyC Sports

el Torneo Nacional define los dos ascensos de primera división y los cuatro descensos a la tercera categoría en un final de campeonato atrapante, que se transmitirá los viernes y sábados para toda la región. La Primera B Metropolitana también podrá verse en este canal.

La Liga Mundial de Voley tendrá a los 12 mejores equipos del mundo, con la selección argentina entre ellos, peleando por llegar a la fase final, del 16 al 18 de junio en Córdoba, con la ronda final a partir del 28 de junio, sólo para el territorio argentino.

Además, la Liga Nacional de Básquet consagra al nuevo campeón de la temporada en la serie final de play-off entre el ganador de la Conferencia Sur y el de la Conferencia Norte. TyC Sports televisa todos los partidos de la definición del certamen todos los miércoles y sábados.

Por su parte, la elite del atletismo se



Fútbol

reúne en Roma, Oslo y Estocolmo para competir en tres nuevas etapas de la Diamond league, la serie anual más importante del calendario de la IAAF que convoca a los mejores atletas del planeta en tres fechas: 8 de junio en Roma, 15 de junio en Oslo y 18 de junio en Estocolmo.

Finalmente, toda la adrenalina y la pasión de los fierros se vive en la pantalla de TyC Sports junto al equipo *Carburando* con la clasificación y la final de cada una de las principales categorías que hacen vibrar los autódromos nacionales y brindan grandes espectáculos semana tras semana.

MIC TV: Conexión entre programadores y operadores

La empresa representación de señales satelitales internacionales, MIC, lanzó MIC TV, un servicio para que los sistemas de cable que contratan esas señales puedan acceder a información relacionada con la programación ofrecida.

Katia Sagastizábal y **Patricia Uribe**, de MIC, comentaron: 'Queremos darle valor agregado a nuestro servicio, generando una interacción entre los programadores y los cableoperadores a través de las redes sociales'.

MIC TV consta de un portal web, actualizado 30 veces al mes con noticias destacadas de la programación de los canales, un newsletter, MIC TV Plus que resalta el contenido de valor de las señales y marcas en particular, un mailing a la base

MIC
Manager Interactivos Conos



Katya Sagastizábal y Patricia Uribe, de MIC

de suscriptores, publicación en las redes sociales, reportes acerca del impacto de cada campaña realizada y más. MIC lleva diez años en la región andina, con cobertura de los mercados de Perú, Ecuador y Bolivia, habiendo incorporado recientemente a su portafolio de canales la representación de **Clan**, el canal infantil de RTVE con énfasis en la programación preescolar; **Star TVE**, de RTVE en HD, **Zee Mundo**, el canal de películas de Bollywood dobladas al español y **Cine Latino** (exclusivamente para Perú).

Luego de su paso por la Cumbre APTC de Lima, la empresa estuvo en Bolivia Media Show, donde Patricia Uribe comentó que Zee Mundo está entrando en ese país, luego de la gran acogida que tuvo en Perú, donde se dio mucha difusión a la señal. En Ecuador, ya está en TVCable y en Bolivia se inició la negociación con Cotas. Patricia señaló también la representación de **Inti Network**, señal ecuatoriana que busca el bienestar holístico de sus espectadores y otros contenidos lifestyle que distinguen la señal y le aseguran una audiencia fiel y participativa.

BAND INTERNACIONAL. LA IMAGEN DE BRASIL.



JORNAL DA BAND

Con toda la credibilidad y el mejor equipo de periodistas y comentaristas, el Jornal da Band lleva a los brasileños por todas partes en el mundo los hechos más importantes de Brasil y las principales noticias del planeta. La noticia ya que pasó, sin máscaras y con el aspecto del verdadero periodismo.

X-FACTOR

El talent show musical exito en mas de 170 paises, conquista en cada una de sus etapas al buscar al nuevo talento musical de Brasil, con muchos hits e invitados especiales.



O MUNDO SEGUNDO OS BRASILEIROS

Rutas turísticas del mundo presentadas por los brasileños que viven en países increíbles de todo el planeta. Cada destino es una nueva aventura, narrada por las personas reales como un film casi autobiográfico.

FÓRMULA TRUCK

La categoría del automovilismo que reúne la mayor audiencia en cada corrida. La Formula Truck es un campeonato sud-americano con disputas en Brasil y Argentina.



DIRECCIÓN GENERAL • Silvia Jafet • sj@band.com.br
VENTAS • Marcelo Assumpção • +55 11 3061-0884 • marcelo@interactivbrasil.com

ARGENTINA, URUGUAY, PARAGUAY Y CHILE
Sabrina Capurro • +54 11 4774-5127 • sabrina.capurro@sgdgggroup.com

COLOMBIA, PERU, ECUADOR Y BOLIVIA
Juan Carlos Ocampo • +57 1 629-3991 • juan.ocampo@tvnet.co

band.com.br/internacional

facebook.com/bandinternacional



Discovery cumple 20 años apoyando la educación en Latinoamérica

Discovery Networks Latin America/US Hispanic, celebró los 20 años de su proyecto educativo, **Discovery en la Escuela** (DEE) que, pionero en su clase, brinda de forma gratuita, en colaboración con operadores de TV de paga, una selecta gama de contenidos didácticos del acervo de Discovery, así como guías de estudios a instituciones educativas en América Latina, enriqueciendo así el currículo de escuelas públicas y privadas de la región.

Lanzado en Costa Rica en mayo de 1997, Discovery en la Escuela está disponible en 17 países de América Latina: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Curazao, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Con el aval de ministerios y secretarías de educación de la región, el proyecto ha contribuido al desarrollo profesional de casi 100.000 maestros y



fortalecido el currículum de más de 3 millones de estudiantes en más de 40.000 planteles educativos de la región con el apoyo de operadores de cable y de satélite de cada lugar.

Enrique R. Martínez, presidente y gerente general de Discovery Networks en la región, dijo: 'Discovery en la Escuela es uno de los proyectos que más me llena de orgullo ya que a través de él hemos podido llevar una diversa gama de nuestros mejores contenidos de ciencias, tecnología, historia natural y cultura para enriquecer y fomentar la educación a millones de maestros y niños en casi todos los confines de nuestra región, desde la Antártida hasta la frontera entre México y EE.UU.'

'Discovery en la Escuela es el mejor ejemplo de cómo la TV paga puede realizar un aporte positivo a la educación, apoyando el desempeño académico de estudiantes y facilitando el trabajo de los maestros en América Latina.



María Teresa Velasco, fundadora de Discovery en la Escuela

Tras 20 años de llevar adelante esta iniciativa, puedo afirmar que Discovery en la Escuela no sólo se ha mantenido vigente y al día con los cambios tecnológicos que el mundo está viviendo; también ha sido un factor contribuyente al rendimiento académico de sus beneficiarios generando altos índices de efectividad. La innovación tecnológica y didáctica que caracterizan a Discovery en la Escuela, van a la vanguardia educativa', finalizó **María Teresa Velasco**, gerente de educación y relaciones institucionales de DLA/USH y fundadora de Discovery en la Escuela.

Cisneros Media Distribution presenta VePlusGo

La plataforma OTT de VePlus

Cisneros Media Distribution participó en Bolivia Media Show para mostrarle a ese mercado de operadores la nueva imagen de la señal **VePlus**, que se lanzó formalmente a la industria en febrero de este año. Además, **Carlos Cabrera**, director de ventas afiliadas en TV paga, adelantó que entre junio y julio estará disponible el nuevo servicio OTT, **VePlus Go**.

El servicio se ofrecerá a través de los operadores e incluirá programación en vivo, catch-up TV de las novelas en pantalla y el último mes emitido en todos los contenidos de variedades. 'Los suscriptores del "Nivel Max" podrán acceder a más de 2000 horas de telenovelas', detalló Cabrera.

En cuanto a la programación del canal, el 29 de mayo VePlus estrenó la nueva telenovela producida por **Cisneros Studios**



en Miami, *Voltea pa' que te enamores*. En TV paga habrá más estrenos, como el reality de transformación *Te tocó a ti*, o el formato de corte judicial *Palabra final*.

Distribución

La señal venezolana cuenta con un buen nivel de penetración en Bolivia, donde tiene acuerdos con las asociaciones de operadores y cooperativas, además de Tigo Star y está creciendo. En el resto de Latinoamérica, está bien posicionada en Colombia, República Dominicana, Panamá, Ecuador y Centroamérica. 'La meta para este año es fortalecer la presencia en Chile, Perú y Argentina', completó el ejecutivo.

En este sentido, Cisneros se apoya en un producto de calidad para generar valor a los



Carlos Cabrera, director de ventas afiliadas TV paga

operadores. 'Es necesario contar con una oferta fuerte porque ya no existe la programación de relleno en las grillas de los cableoperadores. Toda la oferta tiene que ser relevante', afirmó.

Por último, Carlos Cabrera adelantó que estará en Tepal de Panamá para el mercado de Centroamérica, irá a Convergencia Show para México y también participará en Jornadas Internacionales de Argentina y Chile Media Show.

CONECTANDO AMÉRICA LATINA

Imagine tener las capacidades de ancho de banda perfectas para entregar el contenido adecuado al público adecuado en el momento adecuado, en cualquier lugar de América Latina.

El satélite SES-10, diseñado exclusivamente para Latinoamérica, le conectará con las principales tendencias que están dando forma al consumo de video hoy.

Póngase en contacto con nosotros

www.ses.com

SES
beyond frontiers

IVC: El canal internacional para los venezolanos

Actualidad, béisbol local, novelas de RCTV y grandes conciertos

Tony Salanova forma parte del grupo Ole Communications desde hace más de 20 años y, desde 2015 está a cargo de IVC (International Venezuelan Channel), un canal con contenido venezolano para el mundo. En Venezuela, ya está en Inter, DirecTV, Asotel y en la mayoría de los sistemas independientes con un 90% de penetración, donde las ventas publicitarias se manejan a través de VC Multichannel.

En el área internacional, IVC está al aire desde finales del 2015 en Estados Unidos a través de DirecTV y prevé una etapa de fuerte crecimiento que busca llevar la señal a los venezolanos dispersos por todo el mundo y que, con los acontecimientos actuales del país, potencia aún más la riqueza del canal para este segmento.

El canal está dirigido a las colonias de venezolanos residentes en el exterior, que desde hace 18 años se han ido conformando y que hoy representan más de 3 millones de venezolanos en Estados Unidos, Colombia, Panamá, República Dominicana y más paí-



ses de la región. Solo en Estados Unidos, son cerca de 1 millón y en Colombia, más de 1,2 millones de venezolanos; en este último, muchos son de padres colombianos que habían migrado a Venezuela durante los años 70 y 80.

En segundo lugar, IVC se dirige al público en general con las noticias del día a día que puede interesarle a ciudadanos de cualquier país, lo que convierte al canal en una buena alternativa para los operadores, con quienes se encontrará en Tepal.

‘IVC es un canal internacional de entretenimiento general que cuenta además con noticieros y programas de actualidad conducidos por un equipo de destacados analistas y formadores de opinión’, comentó Salanova.

Dentro del entretenimiento, el ejecutivo mencionó la producción de conciertos exclusivos con los artistas venezolanos más relevantes de la escena musical. Otros con-



Beatriz O'Higgins, directora de programación, y Tony Salanova, EVP y general manager, de IVC

tenidos destacados incluyen el béisbol venezolano en exclusiva, con cerca de 95 juegos al año –temporada regular, Play offs y la Serie Final–, alcanzando los mejores ratings porque el béisbol es el deporte favorito en Venezuela. Lo mismo con el baloncesto que es el segundo deporte nacional y por ello también transmite en exclusiva la Liga Profesional de Baloncesto.

Las novelas son otro de los pilares del canal, ya que es uno de los géneros principales en Latinoamérica y han hecho de Venezuela un ícono en producción de dramáticos. La señal cuenta con las nuevas producciones de RCTV como *Piel Salvaje* y el estreno para el público latinoamericano de *Corazón Traicionado*.

NHK World estrena miniserie sobre el cambio climático

NHK World anunció su programación para junio, destacando la miniserie sobre el cambio climático, *Zero Carbon Ahead*, que se emitirá los sábados 10 y 17 de junio. El ciclo examina cómo el acuerdo de París sobre el cambio climático ha afectado a las empresas en el mundo.

El primer episodio se centra en el área financiera. En Wall Street, y la falta de inversión en combustibles fósiles, considerados como bienes abandonados. El programa echa un vistazo a lo que la fundación de los hermanos Rockefeller y otras, están haciendo. El segundo episodio habla de la energía eléctrica. La mayor compañía eléctrica alemana enfrenta serios desafíos, al caer el precio de la energía renovable. La serie documenta



además, los esfuerzos por descarbonizar la economía, incluyendo actividades en Japón.

Además, el viernes 16 de junio emitirá *At Home with Venetia in Kyoto Spring 2017*. Desde que se mudó al área de Ohara, Venetia Stanley-Smith está viendo su primavera 21, en Kioto.

Hornea un panque con artemisia y semillas de soja negra, y visita el mercado para comprar objetos hechos a mano, llevándose una tasa elaborada por un ebanista. Venetia visita un taller de bordado en la prefectura de Hyogo, y aprende sobre una puntada que dicen protege a los niños del mal. De regreso a casa, para en el estudio de artesanos de ranma transom en Osaka. Encuentra sus diseños bellos, intrincados y funcionales.



Zero Carbon Ahead

Finalmente, entre los destacados de junio, NHK World presenta *A Gardening Magician*, que se emitirá el viernes 23 de junio. Un hombre, a quien la Reina Elizabeth llama un ‘Mago del Jardín’, aceptó un reto. Kazu-yuki Ishihara es reconocido en el mundo por sus diseños. Ha ganado ocho importantes premios en varias categorías en el show anual de Londres Chelsea Flower Show. En 2016, recibió el premio President’s Award, un honor dado a trabajos en varias categorías. Este año, Ishihara compite otra vez, y espera ser el primero en recibir el President’s Award dos veces seguidas. Síntonice y vea su magia en el jardín.

LO MEJOR DEL DEPORTE ESTÁ EN TyC SPORTS

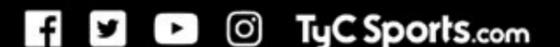


La mejor programación polideportiva, la transmisión de los principales eventos de la región y toda la pasión del fútbol argentino y latinoamericano, con el estilo característico del canal líder de deportes de Argentina.

Visítanos en nuestro stand en Tepal 2017

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.



Caracol Internacional lanzó su señal HD en Latinoamérica y España

Llega a 10 millones de hogares

Caracol Internacional anunció que desde el 1 de junio, la señal de TV paga llegará a las pantallas de América Latina y España en alta definición. Reafirmando el compromiso con sus audiencias, clientes y anunciantes, la empresa hace este lanzamiento para los 10 millones de hogares que ahora recibirán el canal colombiano con la mejor calidad de imagen y sonido.



La telenovela *La Suegra* se emite por Caracol Internacional

Alejandro Bernal, gerente de nuevos canales de **Caracol Televisión**, comentó: 'Es muy importante este paso para Caracol Internacional porque demuestra el compromiso con nuestros millones de suscriptores de América Latina y España, con los operadores de TV quienes aumentarán el valor de su oferta de televisión con un canal de la más alta calidad de contenido y tecnología, y finalmente con los anunciantes quienes a través de los dos feeds que comenzamos a operar pueden ser más eficientes en su inversión publicitaria'.



Desafío Super Humanos Cap Cana

Actualmente, la señal llega a más de 23 países con una importante acogida gracias a su parrilla de programación que enlaza más de 65 horas semanales con los más destacados programas de Caracol Televisión en Colombia.

La programación de **Caracol Internacional**

nal incluye, entre otras producciones, formatos de entretenimiento como *Día a Día*, el reality de aventura *Desafío Súper Humanos Cap Cana*, novelas como *La Suegra*; programas de humor como *Sábados felices* y en materia de informativos, de lunes a viernes, cuatro ediciones diarias en vivo de *Noticias Caracol*.

Nombramientos en la productora

Como parte de la estrategia de internacionalización de la productora de **Caracol Televisión**, la empresa anunció el nombramiento de **Catalina Porto** como nueva gerente ejecutiva de la vicepresidencia de producción, y a **Alejandro Toro** como director de nuevos negocios de producción.

Con los dos nombramientos se busca fortalecer esta división del canal que viene ofreciendo, con altos estándares de calidad y con la experiencia de más de 50 años en el mercado, servicios de producción a terceros que incluyen proyectos de inversión para televisión y cine que no necesariamente se emiten por la pantalla de Caracol Televisión.

Catalina Porto tendrá dentro de sus funciones el desarrollo de nuevos proyectos de la productora, incluyendo la estrategia internacional y de negocios



Catalina Porto, nueva gerente ejecutiva de la vicepresidencia de producción



Alejandro Bernal, de Caracol (derecha), con Eduardo Stigol, de Inter/TuVes y Enrique Yamuni, de Megacable, en Natpe Miami 2017

digitales. Adicionalmente, llevará a cabo el acompañamiento de la dirección de arte de las producciones, operaciones de entretenimiento y la realización de eventos de entretenimiento en vivo. Reportando a ella, Alejandro Toro estará a cargo de las coproducciones de cine y televisión, la producción de películas nacionales con terceros, y los servicios de producción de la productora en cine y televisión.

'El negocio de la televisión ha pasado a formar parte de un entorno global, en el que se vuelve clave atender las necesidades de múltiples audiencias. Por eso, nuestro reto en Caracol es producir contenidos relevantes tanto a nivel nacional como internacional, y que a la vez sean compatibles con el universo digital', dijo Porto.

Con la designación de estos dos cargos, se ratifica el posicionamiento de Caracol Televisión en el ámbito internacional donde es considerado como uno de los distribuidores y generadores de contenidos más importantes del mercado.



Alejandro Toro, director de nuevos negocios de producción



CINE - MODA - MÚSICA - INFANTIL - NOTICIAS - NOVELAS - INTERNET - DEPORTES - TELEVISIÓN
 FARÁNDULA - ESTILO DE VIDA - ESPECTÁCULOS - ENTRETENIMIENTO - VENTAS DE PUBLICIDAD - CINE DE EPOCA MEXICANO

SEÑAL TV
 Representantes de Señales de Televisión por Cable

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



Bolivia Media Show se instala en la agenda regional

Del 23 al 24 de mayo, tuvo lugar en Santa Cruz de la Sierra la segunda edición de Bolivia Media Show que, con organización de **Grupo Isos**, reunió a 200 participantes y contó con la presencia de operadores, programadores, proveedores de tecnología y el regulador local, **ATT**.

En el marco de conferencias, **Fox Networks Group** reiteró el acuerdo con la **UFC** para la transmisión de las peleas en Latinoamérica, y anunció el lanzamiento de la nueva señal **NatGeo Kids** que, desde el 1 de julio, ocupará el lugar de **Mundo Fox** en la grilla de programación.

“Tenemos el portfolio de señales más completo de Latinoamérica, con cinco opciones de entretenimiento, dos factual y una marca líder en deportes, que es **Fox Sports** y que desde hace pocos días recuperó a la **UFC** que se emite dentro del segmento premium **Fox Fight Club**”, afirmó **Sergio Silva**, director ejecutivo de ventas afiliadas.

Más tarde, **AMC Networks** tuvo su segmento de Screenshots donde **Christian Vanzini**, ejecutivo de cuentas, contó lo más destacado de cada canal del grupo



Washington Melo, de CUTA; Juan Carlos Machicao, de ATT; Wilfredo Tolaba Torrico, de Cotes; y Maria Soto, de Isos

y los estrenos de programación para los próximos meses, con contenidos como las nuevas temporadas de *Into the Badlands*, *Fear the Walking Dead* y más novedades en **AMC**, **Sundance TV**, **Film&Arts**, **Europa Europa**, **elgourmet** y **Más Chic**.

Estrategias de digitalización

Por su parte, **Network Broadcast** ofreció su workshop sobre digitalización y la evolución a OTT, con **Eduardo Ruiz**, ingeniero de desarrollo de negocio. Sostuvo que el mercado boliviano está en un periodo de transición y que los operadores deben tomar las decisiones correc-

tas para mejorar la oferta porque los costos operativos son altos, al igual que los riesgos.

En este contexto, la digitalización aparece como un valor agregado para mejorar los ingresos, teniendo como beneficios la eliminación de la piratería, la segmentación de clientes con la opción de ofrecer diferentes paquetes, una mayor eficiencia en el uso de la red y la reducción de los costos operativos, al tiempo que mejora la calidad de audio y video.

Mencionó las diferentes estrategias para implementar la digitalización y explicó que desarrollos tecnológicos como el **Middleware** integran todo en una única interfaz configurable. Sus **STB** funcionan se basan en **Android** generando un producto más flexible y accesible que los basados en **Linux**. Esto se traduce en ingresos para el operador a través de la publicidad dirigida, al ser el dueño de la interfaz.

La conferencia de **Juan Carlos Machicao**, director de telecomunicaciones de la **ATT** de Bolivia, sobresalió por la calidad técnica y nivel especificación del ingeniero quien habló de las ventajas de la **TDT**, incluyendo la posibilidad de tener alta definición, **TV digital móvil**, **interactividad** y **datos**. Además, explicó cómo se da el aprovechamiento del espectro ampliando la oferta de canales en los **6MHz**.

La tarde del primer día cerró con la charla distendida junto al gerente general de **Tigo** en Bolivia, **Leandro Lagos**, quien dijo que la empresa desarrolló **Tigo Star** como negocio del segmento fijo para complementar al



Rubén Méndez, Cristina Paz y Jorge Vespa, de Cotas, con Jorge Meza, de Sun Channel



Juan Massuh, de Fox Networks Group, y Leandro Lagos, gerente general de Tigo Bolivia



Boris Murillo y Paul Santos, de Cotel, con Christian Vanzini, de AMC Networks (centro)

Ve
PLUS

Más que un Canal

Nueva oferta integral de contenido
Ve Plus SD + Ve Plus HD + Ve Plus Go

Date el Gusto

CISNEROS
MEDIA DISTRIBUTION
#tuhistoriaaquí

Carlos Cabrera
ccabrera@cisneros.com
+1 (305) 442.3450

Bolivia Media Show se instala en la agenda regional

móvil. Entre otras cosas, dijo que ha logrado unas importantes tasas de crecimiento y que ha desarrollado y entendido el mundo OTT mediante el lanzamiento de Tigo Play y sobre todo con la alianza con Netflix de la que se beneficiaron ambas empresas. Luego creció con Tigo Sports Play que todos los fines de semana convoca a 50.000 usuarios viendo contenido en vivo desde la app móvil.

La muestra comercial

Grupos de programadores internacionales,

así como los distribuidores y señales regionales estuvieron en la expo comercial de Bolivia Media Show mostrando el gran apoyo a Isos y dando cuenta de la avidez por llegar a este mercado con uno de estos eventos. Se destacaron Fox Networks Group, que auspició la fiesta de bienvenida en el restaurante Jardines de Asia, y AMC en las conferencias y con stands de los más grandes, al igual que TyC Sports, Disney/ESPN, Discovery Networks y Turner como los grandes grupos.

También estuvieron los distribuidores

regionales como MIC TV con DHE, Cisneros, Signal TV o Royal Media con stands. También estuvieron EWTN, María Visión, Sun Channel, Canal U, la presencia de ejecutivos de MBA, Castalia y Scripps Networks.

En la parte de tecnología, Sonotec, Network Broadcast, Gatel y Grupo Z, que aportó la tecnología para la transmisión en vivo vía streaming. Estuvieron también Rosa y Edgar Carrasco del distribuidor peruano Scientific Satellite y otras marcas como Furukawa, Comtec, Broadpeak y más.



Sergio Cuevas y Jorge González, de Comtec, con Hortensia Espitaletta, de Signal



Edgar y Rosa Carrasco, de Scientific Satellite



Percy Durán y Gregorio Flores, de Cotap, con Ariel Vargas, de Comtec



Juan Tarifa, Víctor Untiveros, René Maldonado y Larry Flores, de Comteco



Mónica Espitia, de MBA, Ariel Alexander Vargas Flores, de Comtec, y Mónica Rivero, abogada



Carlos López Gutiérrez, director internacional de María Visión



Claudio Isolani, Account Manager ventas afiliadas Cono Sur, Discovery LA/USH



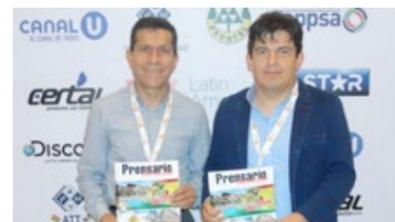
Juan Manuel Betancor, ejecutivo de ventas afiliadas Sr de TyC Sports



Patricia Uribe, de MIC TV, y Viviana Gómez, de DHE



Mariano Fagúndez, Gonzalo Hernández, Washington Melo, Luis Fernández Zunin y Marcel Latorrac, de CUTA Uruguay



Wilson Villamil y Nielsen Wilder Poma Larrea, de Entel Bolivia

La más alta tecnología de pruebas para logística reversa



STBTP: Set-Top Box Test Platform

Con capacidad para diagnosticar decodificadores DVB-x y DAC de cualquier marca y modelo.

CMTP v2: Cable Modem Test Platform

Pruebas de diagnóstico completo de Cable Modems, EMTAs y Gateways inalámbricos. La nueva versión v2 incluye gabinetes blindados para pruebas precisas de ancho de banda, sin interferencias de señales WiFi del ambiente sobre los equipos bajo prueba.



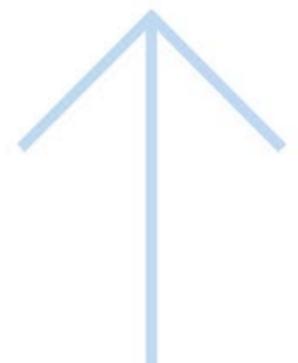
WRTP: Wireless Router Test Platform

Para probar ruteadores inalámbricos, puntos de acceso, ruteadores 3G-4G, módems xDSL y terminales ONT (GPON)

Promptlink ofrece una familia de probados bancos automáticos para pruebas funcionales completas y masivas -incluyendo la actualización automática de firmware, de todo tipo de terminales de video, voz y datos. Gracias a su procesamiento en paralelo, todos los bancos Promptlink realizan pruebas con muy alta velocidad y precisión. Sus poderosas bases de datos aseguran una completa trazabilidad de los resultados y permiten efectuar una variedad de análisis y estadísticas.

Promptlink: Desde 2004, el proveedor líder de soluciones optimizadas para logística reversa y recuperación de terminales, en alto volumen de producción.

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



Bolivia iniciará el apagón analógico en 2019

Primero se hará en las ciudades más pobladas; concluirá en 2024

El gobierno de Bolivia anunció que el proceso para apagar las emisiones de televisión analógica comenzará en 2019 por las áreas metropolitanas de los departamentos más poblados, La Paz, Cochabamba y Santa Cruz, se desarrollará en tres etapas y culminará en 2024.

Juan Carlos Machicao, director de telecomunicaciones de la ATT de Bolivia, estuvo en Bolivia Media Show esta semana, donde detalló cómo será el procedimiento para el apagón analógico. El 30 de noviembre se concretará en las ciudades mencionadas, pasando luego a la segunda etapa, el 30 de noviembre de 2021, con las restantes ciudades capitales con población superior a los 40.000 habitantes. Por último, en 2024, se avanzará en el territorio restante.

Además, confirmó que en marzo de 2018, estarán los primeros canales digitales privados al aire. Se refirió también a la situación mediática de Bolivia, donde la oferta de canales analógicos es muy alta, teniendo localidades con hasta 22 canales analógicas cada una. 'Esto dificulta la implementación de la TDT' afirmó.

Durante su conferencia, Machicao se refirió a las ventajas de la Televisión Digital Terrestre, destacando la oferta HD, la TV digital móvil, interactividad y los datos. Además, destacó que aumentará la oferta de canales gracias a la banda UHF. 'La TDT es una nueva plataforma de telecomunicaciones que permite un mejor aprovechamiento del espectro radioeléctrico, que es un bien escaso', explicó.

Explicó que las transmisiones digitales permiten una mejor y más permanente calidad con menores recursos y que esta tecnología es 'inmune a las interferencias'. Explicó que el usuario sólo asume el costo del Set-Top-Box o el televisor integrado.

El plan de implementación de la TDT se inició en 2009 cuando se conformó la comisión para establecer el protocolo de adopción del estándar japonés-brasileño ISDB-Tb. Luego, se avanzó en la definición del espectro de banda, su comercialización, el apagón analógico y la normativa técnica. El Decreto 3152 establece dicho plan de implementación con dos tipos



Juan Carlos Machicao, director de telecomunicaciones de la ATT

de gestión de la TDT: la gestión exclusiva de los operadores, que son quienes aportan la infraestructura, tendrá un contrato con renovación cada 15 años. Por su parte, está la gestión compartida entre operadores y proveedores, que son las empresas que se alojan en el canal y tendrán contratos renovables cada cinco años.

La distribución de las frecuencias de TDT será en un 33% para el Estado, 33% para operadores comerciales, 17% para los comunitarios y 17% para las comunidades indígenas de Bolivia.

Tigo Star apuesta al Docsis 3.0 para hacer crecer su negocio fijo

Tigo confirmó que seguirá haciendo crecer su negocio en el segmento fijo en Bolivia, donde opera bajo la marca Tigo Star, aunque descartó el despliegue de FTTH; 'Apostamos al Docsis 3.0', afirmó su gerente general, Leandro Lagos, en Santa Cruz de la Sierra.

En el marco de Bolivia Media Show, el ejecutivo dio una entrevista para todos los presentes, donde explicó que el grupo seguirá desarrollando las redes fijas en HFC. Si bien el grupo tiene algún despliegue de fibra al hogar en la región, no es el camino que seguirá en Bolivia.

'Con la tecnología Docsis 3.0 estamos dando velocidades que nos dejan tranquilos, de hasta 4,0 Mbps. Hoy y en el mediano plazo no vemos un incremento de la demanda que justifique cambiar el rumbo. Tenemos potencial de crecimiento y seguiremos impulsando lo que tenemos', agregó. Tigo llegó a ese país hace ya varios años como un operador de telefonía celular y, en los últimos tiempos ha incurrido

nado en el segmento fijo para complementar el móvil. 'Hemos desarrollado una gran red fija. Fuimos a buscar el segmento de mercado que creímos estaba faltando. Hoy operamos en los departamentos de La Paz, Santa Cruz de la Sierra y Cochabamba y planeamos llegar próximamente a más departamentos'.

Además, Lagos destacó las importantes tasas de crecimiento dentro del mercado boliviano y afirmó: 'Buscamos generar un espacio diferente. Hemos interpretado y desarrollado el servicio de Tigo Play gracias a que entendimos el mundo OTT. Generamos un ambiente y luego lanzamos esa plataforma para que el cliente pueda elegir qué, cuándo y dónde ver el contenido'.

En este sentido, mencionó la alianza con Netflix, que ya lleva un año, y que según él 'fue positiva para ambas empresas' y permitió al OTT estadounidense impulsarse en Bolivia, donde no era un servicio generalizado.

Tigo ha sabido diversificarse con cuatro uni-



Leandro Lagos, gerente general de Tigo para Bolivia, y Mario Bossolasco, de Grupo Isos, en Bolivia Media Show

dades de negocio. 'Estamos conformes con la potencialidad de convergencia. En la parte móvil la sustitución de la voz al dato fue absoluta y lo canalizamos con el lanzamiento hace ya varios años de LTE; en el fijo, nos hemos acomodado a lo que venía. Tenemos una red de 1 Giga para soportar el streaming', completó el gerente.

Por último, cerró su participación: 'Llevo cuatro años en Bolivia y más en el mercado regional. Bolivia se está dinamizando; es un mercado maduro'.

TU SOCIO GLOBAL EN CONTROLES REMOTOS Y ACCESORIOS.



Tania Melissa Cordero Gutierrez
Cell: +52 1 (33) 1313-2621
tania.cordero@dconsulting.mx

DIGITAL CONSULTING
Key Account Representative, Mexico and Central America
Authorized by Universal Electronics Inc.



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

Por Paola Alexandra Zapata, Corresponsal Colombia

Foro Asotic 2017 discutió en Bogotá la irrupción de los OTT

La sexta edición del Foro Asotic, organizado por la Asociación de Operadores de Tecnologías de Información y Comunicaciones en Bogotá, reunió a la industria para discutir la irrupción de los OTT en el mercado de la TV paga.

Galé Mallol, presidente de **Asotic**, planteó la necesidad de que el Estado avance en una regulación acorde a los tiempos que corren: que se defina 'un solo regulador convergente, equilibrio de cargas tanto económicas como administrativas por la llegada de nuevos operadores al mercado, revisión de la compensación que se le paga a la ANTV, y una política pública clara de contenidos audiovisuales y de TV por suscripción'.

Además del foro, el evento contó con una amplia muestra comercial y con la participación del Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), **David Luna**, los directores de la ANTV, **CRC** y expertos nacionales e internacionales.

El ministro Luna presentó la propuesta del nuevo régimen de contraprestaciones del servicio de televisión por suscripción, que la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) expedirá el próximo mes, destacando que 'la propuesta del nuevo régimen flexibilizará las cargas regulatorias y disminuirá las asimetrías entre los operadores, debido a la disminución de las barreras de entrada'.

En el panel de reguladores, participaron **Ángela María Mora**, directora de ANTV; **Germán Darío Arias**, director de la CRC; **María del Pilar Bahamón**, asesora del ministro TIC; **Paola Andrea Bonilla**, asesora Subdirección de Telecomunicaciones del DNP; y **Juan Andrés Carreño**, ex director de la CNTV, quien actuó como moderador. El tema principal fue la regulación convergente y la inclusión de nuevos agentes en el mercado de la TV, y todos estuvieron de acuerdo en que se debe modificar el régimen de televisión por suscripción buscando regulación convergente, donde será de gran

importancia eliminar las barreras de entrada como lo son los valores de las concesiones.

En el panel sobre OTT vs TV paga, afirmaron que la única forma para que los agentes del sector sobrevivan es que la regulación sea igual para todos. Coincidieron en que las plataformas que transmiten contenidos audiovisuales deben tributar en Colombia, tener presencia física en el país y cumplir con una serie de exigencias que se le hace al cable operador, como tener oficinas de atención al usuario y, como mínimo, la protección de bases de datos.

Eduardo Chomali Palacio, director regional para los países andinos de **ASIET**, comentó que los OTT 'han sido percibidos como complemento. Más allá de eso, estas plataformas sobre Internet van ganando cada vez más terreno y se nota en las diferentes preferencias que tienen los usuarios a la hora de consumir contenidos audiovisuales'.

Natalia Guerra, directora de regulación de **Telefónica**, señaló que 'nosotros vemos que las OTT llegaron para consolidarse dentro del mercado colombiano, el reto está presente; es importante considerar el abandono de los servicios de la televisión



Henry Reyes, de HV Televisión y Junta Directiva de Asotic, Galé Mallol Agudelo, el ministro David Luna, y Ángela Mora, directora de ANTV

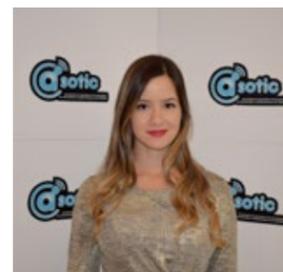
tradicional. Hemos podido ver que en Colombia todavía no hay una sustitución total'.

Santiago Pardo, VP de asuntos corporativos y relaciones con gobierno de **Claro**; **Teresa Isabel Hoyos**, exgerente de regulación de Claro; **Sergio Octavio Valdés**, gerente de regulación de **DirecTV**, y **Sadi Contreras**, experto en telecomunicaciones y moderador del panel, insistieron, además, en que la compensación debe ser igual para todos los que emiten contenidos audiovisuales y que debe haber un solo regulador convergente. Creen que hoy en día las OTT y la TV por suscripción son complemento pero que, si no se adoptan medidas inmediatas, llegará a ser competencia.

'Las nuevas tecnologías no pueden acabar con los contenidos locales. La televisión es un medio para difundir la cultura y la idiosincrasia de los países. En lugar de convertirse en una plataforma para darnos a conocer ante el mundo, estamos viendo que lo nuestro está quedando relegado', concluyó Mallol.



José Luis Batista, Hernán Darío Villa Vanegas, y Juan Camilo Vélez de TCA Latinoamericana.



Valentina Cárdenas

ARRIS

EXISTING CUSTOMERS | ACTUAL | OPTIMAL

PRELIMINARY

- RESEARCH COSTS
- REVENUES \$
- TRENDS
- CHALLENGES
- OBJECTIVES
- BUDGET
- DISAGREEMENT
- COMPETITION
- PRODUCT MAPPING

DURING

AFTER

GROUP 5

MARZOTTA

PABLO GONZALEZ

GAME CHANGERS

Detrás de cada gran solución de ARRIS hay un equipo de expertos, todos trabajando hacia un objetivo común: el éxito de nuestros clientes. Es por esto que los proveedores de servicios alrededor del mundo nos confían sus activos más preciados: sus redes de video, voz y datos que son la columna vertebral de su negocio. En conjunto, el equipo de ARRIS ha estado innovando soluciones para la industria de las comunicaciones y entretenimiento durante más de 60 años - y solo estamos comenzando...

LA GENTE DE ARRIS – INVENTANDO EL FUTURO



Abrint realizó su noveno encuentro nacional en Brasil

La mayor convención de América Latina de proveedores de Internet, **Abrint**, se realizó en mayo en Brasil y tuvo un gran éxito reflejando el crecimiento del mercado brasileño con los pequeños proveedores aumentando considerablemente debido a las licitaciones públicas realizadas por el gobierno en 2016, que autorizaron la entrada de nuevas empresas para la distribución de banda ancha en la banda de 2,5 Ghz.

La exposición se realizó, por primera vez, en dos pisos del Centro de Convenciones Frei Caneca, en el centro de la capital Paulista, y recibió más de 4.000 visitantes llegados de todos los estados brasileños y algunos países



Erich Rodrigues y Basilio Pérez, presidentes saliente y entrante de Abrint, respectivamente

de la región.

Erich Rodrigues, hoy ex presidente de ABRINT, afirmó en la ceremonia de apertura del encuentro que el sector crece a pesar de la crisis del país, pero que sufre una fuerte presión competitiva de los grandes operadores de telecomunicaciones. 'En el ambiente competitivo brasileño este sector esta exageradamente reglamentado porque fue pensado para las grandes empresas. Necesitamos reglas claras para continuar creciendo. Pensamos que Abrint y sus socios, los pequeños proveedores de internet, son fundamentales para la universalización de la internet de banda ancha en el país'.

Los corredores de la exposición y sus expositores fueron optimistas y unánimes al referir que, si bien el país sufre una de las mayores crisis económicas de los últimos 50 años, el sector crece "contrariando" el mercado brasileño, y las expectativas de negocios para lo que resta de 2017 y el próximo año son de un importante aumento de ventas, que en algunos casos puede llegar a los dos dígitos. Los directivos de Abrint afirmaron que los pequeños proveedores ya son

líderes de mercado en más de 1240 ciudades de pequeño y medio porte porque 'los proveedores están cada vez más capacitados y llevan internet de banda ancha de forma ágil y rápida'. Participaron también representantes del Mi-

nisterio de Comunicaciones y de Anatel, quienes confirmaron la apertura de nuevas líneas de crédito para aquellos emprendedores interesados en ampliar los servicios y la ampliación de la oferta de bandas para incrementar los servicios de banda ancha en aquellos lugares donde los operadores no están ofreciendo servicios.

El 31 de mayo, Abrint eligió a su nuevo presidente, Basilio Pérez, quien afirmó a Prensario que la industria 'está creciendo en todos los

sentidos', desde el punto de vista de suscriptores, de los proveedores, del área cubierta y hasta de profesionalización de los servicios. También señaló que siguen trabajando por desarrollar aún más estos temas: '4,6% de las nuevas activaciones de 2016 fueron hechas por proveedores regionales; en el primer cuarto de 2017, el 76% de las nuevas activaciones fueron hechas por estos proveedores.

La demanda es tan grande que los proveedores sólo tienen que tener el dinero para hacer la inversión necesaria' y Erich Rodrigues agregó: 'El sector tiene que profesionalizarse aún más, tenemos que mejorar la calidad del servicio y por eso estamos generando iniciativas como con el plan de educación a distancia, llamado Abrint Educa'. 'En los dos años de gestión de Erich se hicieron muchas cosas, y ahora nos tenemos que encaminar hacia nuevos desafíos, pero por los menos los dos pilares principales en la defensa del sector fueron observados; por ejemplo, seguimos muy atentos el nuevo proyecto de ley que cambia las reglas y puede ser perjudicial para los proveedores', señaló Pérez.



La inauguración del encuentro nacional Abrint 2017



Andre Martins, de Angola Cables



Ana Claudia Leite, de Rdex

'El problema principal de mudar las licencias de "otorgada" a concesionada no es la mudanza en sí, sino cómo va a ser hecho ese cambio; esas obligaciones deben estar bien señaladas en la legislación, porque puede implicar que el dinero utilizado sea invertido en ciudades donde ya hay proveedores pequeños, que competirían en forma desleal con dinero del gobierno que estaría perjudicando a los que ya hicieron una inversión. Esto sería un cheque en blanco para las reguladoras para que ellas definan lo que va a ser hecho y pueden surgir pensamientos encontrados dentro de la agencia y puede salir algo errado, por eso queremos algo más definido dentro de la ley', indicó Pérez.

Otros de los temas que llaman la atención de la Asociación es el de los postes, que es algo que sucede en todos los mercados, pero desde la regulación se ha establecido un modelo de arbitraje que lo que hace es demorar aun más la implementación del sistema que permite

Juntos podemos brillar

Grey Juice Lab crea soluciones de Contenido a medida para 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

Abrint realizó su noveno encuentro nacional en Brasil

compartir los postes. Otro tema importante para la asociación es el fondo garantizador, sosteniendo que es necesario que se controle bien cómo será el manejo de esos fondos y a dónde serán aplicados.

Muestra comercial

En el área de exposición, los pasillos se mostraron saturados de clientes en busca de soluciones; como destacaron varios expositores, Abrint es una muestra muy

particular: 'Aquí los clientes vienen a cerrar negocios, no es una muestra en la que uno se lleva contactos para después seguirlos, aquí cerramos los negocios que se venían gestionando desde antes y en muchos casos vienen con el dinero para llevarse los equipos que tenemos en exposición', comentó **Wanderlei Rigatieri**, de WDC.

Muchos expositores, como VoIP, están acompañando la exposición desde su primera edición hace ocho años, y no pueden creer lo que ha crecido la muestra no sólo en tamaño, sino en la cantidad de proveedores del interior que se acercan a hacer negocios. 'El primer año que vinimos entrábamos todos en un cuarto de 6 x 6, hoy esto es una locura de gente y de tamaño, y creemos que esto sólo puede seguir creciendo, porque el sector de telecomunicaciones y en especial el de provisión de Internet va a seguir teniendo demanda', destacó **Alfredo Belagamba**, de VoIP. Dentro de las soluciones que se pueden encontrar en la exposición, se ven proveedores de equipamiento para FTTH, proveedores de servicios de valor agregado como video, seguridad, voz sobre IP, servicios de conectividad, mayoristas de banda ancha, proveedores de conexión de fibra, proveedores de televisión, banca privada, consultoría de impuestos, por mencionar solo algunos.



Jose Carlos Menezes y Luis Oscar Samacotis, de Itcom



Wanderlei Rigatieri de WDC Networks



Filipe Santos, de YouCast



Carlos Reis, de MultTV



Silvio Luis Canale, de MPT



Guilherme Borges, Fernanda Cominski y Gabriel Ferraud, de Cianet

MaxCell: Conductos flexibles para redes de telecomunicaciones

Como fabricante y proveedor de conductos flexibles para la construcción de redes de comunicación, **MaxCell** lleva instalados más 120.000 kilómetros en todo el mundo y distribuidos en América, Europa y Asia. La empresa está presente en diversos sectores de la industria, entre los que se destacan la TV por cable, redes de entorno inalámbricas, electricidad, municipios, campus universitarios, empresas, hospitales,



instalaciones militares y gubernamentales, pero principalmente, en empresas de telecomunicaciones, sobre todo a partir del crecimiento explosivo de las redes de fibra óptica para FTTH.

Patricio Díaz, Regional Brand Manager de **MaxCell** para Sudamérica, comentó: 'Todo el equipo humano está enfocado en seguir generando nuevas oportunidades en beneficio de las inversiones que

nuestros clientes realizan en obras civiles. El nuevo foco para Sudamérica, además de seguir atendiendo los mercados señalados, es introducir nuestro sistema en la minería, energía y edificios corporativos'.

'MaxCell no tiene competencia directa, puesto que no existe en el mercado un producto similar. Al momento de optimizar los espacios, MaxCell permite instalar desde un 300% hasta un 600% más de cables en ductos subterráneos dependiendo de su diámetro'.



TU PARTNER DE TV PAGA
DA VIDA A TU NEGOCIO. TENEMOS EL PRODUCTO PARA TI.

¿QUIERES SER OPERADOR EN TELECOMUNICACIONES?

DTH TV SATELITAL MAYORISTA

MÁS DE 200 CANALES SD/HD + SERVICIO Y EQUIPAMIENTO

Participa del mundo de la TV de pago, sin invertir en infraestructura.

- DTH con tu propia marca.
- CAS con seguridad avanzada.
- Asesoría y soporte garantizado.

¿ERES PROGRAMADOR O SEÑAL ABIERTA?

TDC TRANSPORTE DE CANALES

DISTRIBUCIÓN CONFIABLE Y DE EXTENSA COBERTURA

Distribuye tu señal de TV HD / SD y de audio en todo tu país o la región vía satélite.

- Señales encriptadas.
- La más avanzada tecnología satelital.
- Monitoreo y soporte técnico 24 x 7.

CONTACTO: mayorista@tuves.com (+56 2) 2756 5501

tuves.net

Solicita tu asesoría gratuita en: mayorista@tuves.com

Por Roberto Suzuki, ingeniero de integración de sistemas, CALA

Arris: Integración de sistemas, un reto para los proveedores de soluciones

Ver la televisión en la actualidad es una experiencia que ha cambiado radicalmente de cómo se hacía hace algunos años. Por un lado existe la proliferación a nivel mundial de un mayor número de dispositivos móviles que ofrecen la posibilidad de ver la televisión en ellos, una mayor penetración de fabricantes que ofrecen soluciones OTT frente al producto de los operadores de cable regulares y una creciente base de consumidores que buscan servicios 'a la carta' que no necesitan suscripción y no dependen del cable. Es parte de un nuevo paradigma que es totalmente distinto, y los proveedores de servicios tienen que adaptarse a eso, tienen que proveer o tener ofertas que sean adecuadas para esta nueva generación.

Como innovador global en IP, en tecnología de vídeo y de banda ancha, Arris tiene las condiciones para ofrecer soluciones finales (end to end) a los clientes. El cliente normalmente quiere una solución completa, no una parte, no un componente, quiere que se solucione un problema que le permita ofrecer un nuevo servicio, y precisamente la belleza de la integración de sistemas es brindar esta parte, que sería integrar productos de Arris o productos de terceros y así entregar una solución completa al cliente.

Uno de los retos está en la confianza depositada en la empresa que brinda el servicio. En el mercado hay una gran cantidad de compañías que se presentan como integradores de sistemas, pero hay diferentes tipos de integración, principalmente cuando se habla de integración de tecnología de telecomunicaciones y de entretenimiento. Ahí es donde está el mayor reto: que los clientes, aparte de querer trabajar con compañías que sí puedan garantizar el servicio final o el producto final, quieran conversar o lidiar con empresas que conozcan el mercado, que conozcan tecnología y conozcan las necesidades que tienen.

Es allí donde entramos nosotros. No to-

dos pueden ofrecer eso, porque se requiere una experiencia anterior en el mercado, y también conocimiento tecnológico para poder ofrecer una determinada solución, de acuerdo con las tendencias tecnológicas del momento. No es solamente integrarlas, sino también ayudar al cliente hacia su solución estratégica futura.

El papel de los dispositivos móviles

Comparando un poco el ambiente dentro del hogar de hace 20 años, o quizás algo menos, lo que se ve hoy es muy distinto. Si se quería ver una película, sólo había que encender el televisor. Todos los sistemas y los servicios estaban en función de cómo entregar mejor la película para que la persona la viera en la televisión. Ahora, justamente con la llegada de los aparatos móviles, incluso con las computadoras, se puede escoger lo que se quiere ver, y cada miembro de la casa puede escoger,



no sólo un contenido diferente, sino también una plataforma diferente, como pudiera ser una PC, una tableta, un teléfono inteligente; son equipos distintos. Estamos hablando de televisores

de 50 pulgadas y de alta definición, así como teléfonos celulares con pantalla de 7 pulgadas y diferentes resoluciones; uno que usa señal que entra por el aire, por cable, mientras que el caso del celular es por una red inalámbrica, normalmente no conectados con ningún cable. Además, existen otros retos, como la influencia del microondas dentro de la casa para recibir una señal, eso en el pasado no era importante, ahora sí lo es. Tenemos personal en muchas de las tecnologías que están siendo implementadas, tenemos ingenieros PhD que fueron incluso autores de la tecnología, gente que está involucrada desde el principio en cómo armar, cómo permitir que estas nuevas soluciones lleguen al mercado, no solamente por la parte de la implementación



Roberto Suzuki, de Arris

de la ingeniería de campo, sino también contamos con el personal que ha creado la tecnología en sí. Eso nos permite decir que sabemos cómo implementarla porque fuimos parte de su creación.

Cartera de servicios. Ciclo de vida

Arris cuenta con más de 1.100 profesionales técnicos en todo el mundo con experiencia, listos para ayudar a transformar la red de los operadores y ofrecer servicios de entretenimiento y comunicaciones avanzadas. Cuenta para ello con una variedad de servicios que dividen en cuatro etapas: planificación, diseño, implementación y operación.

La compañía proporciona servicios de consultoría basados en las aspiraciones del cliente y se les recomienda la mejor opción tecnológica, en dependencia de lo que ya tienen instalado.

Pongamos el ejemplo de que un cliente nos diga que quiere cambiar el servicio de vídeo que está ofreciendo para brindar un nuevo servicio de alta definición, pero su red no tiene la capacidad suficiente para ofrecerla. Nuestros servicios de análisis nos permiten analizar el comportamiento de la red y luego del análisis poder explicarle lo que necesita para alcanzar la velocidad y calidad de servicio que está buscando, como pudiera ser ampliar su capacidad y agregar nuevos equipos en la red.

Pasa a la pág. 60

www.prensario.net



NC4000 Series

SFP 1310-1550-DWDM

Digital Tranceiver

Aurora Optical Platform

Digital Return

MUX/DEMUX

Tulsat
An ADDvantage Technologies Company
01-918-251-2887
tcameron@tulsat.com

FTTH OTT HFC CATV

Por Roberto Suzuki, ingeniero de integración de sistemas, CALA

Arris: Integración de sistemas, un reto para los proveedores de soluciones

Viene de la pág. 58

La implementación es la tercera parte del ciclo de vida del portafolio de servicios de Arris. Una vez que el cliente decide hacer una implementación de un nuevo servicio, o de un nuevo producto, nosotros apoyamos con ingeniería para hacer toda la parte de diseño de esta solución, de una nueva solución, que puede incluir tanto la parte de diseño de lo que sería la red externa, o sea lo que está en la calle, como de la red interna, que es lo que está en los equipos que están dentro de las instalaciones del operador, así como dentro de la casa del cliente. Ahí es donde efectivamente se instalan los equipos, se instala el software, donde realmente se da la integración, se interconectan los diferentes componentes, para de ahí crear los componentes que juntos forman el sistema, y este sistema es el que brinda el servicio final.

Y, finalmente, está el proceso de manejar la operación. Hemos tenido algunos casos donde el cliente nos dice que no tiene personal, ni conocimiento técnico en su equipo de trabajo para manejar, o para operar la solución, y prefiere que nosotros la operemos y le enseñemos cómo funciona, para luego de cierto tiempo poder transferirle toda la información y responsabilidad a su equipo de trabajo; cuando pueda hacerlo crecer en cuanto a número y conocimiento, para poder absorberlo todo y manejar la operación independientemente.

Trabajar con terceros

Arris tiene la capacidad de integrar equipos de terceros para ofrecerle una solución al cliente. Suzuki nos comentaba que tuvieron un cliente que escogió un ecosistema donde ninguno de los equipos era de Arris.

Sin embargo, la división de servicios de la compañía no tuvo ningún reparo en trabajar con ellos. La función de nosotros aquí es de integrador y aunque no sean equipos nuestros, conocemos la tecnología, conocemos el objetivo, el producto final, el servicio que nuestro cliente quiere brindar y garantizamos que vamos a entregarle este servicio en tiempo y forma. Contamos con

el conocimiento tecnológico para decirles a sus clientes que saben cómo funciona la tecnología de los diferentes fabricantes de la solución, porque la tienen funcionando ya en otros lugares. En un proyecto como éste de integración de sistemas, el operador, el cliente, nos pone como encargado de todos estos fabricantes y nuestra función ahí es manejarlos a ellos para que cada quién entregue la parte de lo que se programó y estableció en el plan de trabajo. De la misma manera, hay otros terceros que no están directamente involucrados en el proyecto, pero igual Arris se pone como facilitador para permitir que la solución camine. En este ejemplo específico, la solución que brindamos en este proyecto fue permitir que se tuviera la misma experiencia de vídeo en celulares y tabletas.

Por qué los clientes eligen a Arris

La capacidad de Arris de colaborar con el cliente desde el principio hasta el final de todo el proceso de integración es un as a su favor. El proceso se inicia con un proceso de venta.

Una vez que está decidido, se arranca con el proyecto, la llaman 'la fase descubierta'. Nosotros nos sentamos como integradores, y conversamos con el cliente y con todos los fabricantes que tienen una parte en la solución. Nos unimos para saber qué necesitan, hacemos un diseño de alto nivel de cuál o cómo debería ser la solución y empezamos a definir los requisitos. Hay que definir tiempo de respuesta y todo el comportamiento. Si la solución funciona de la forma en que la diseñamos, entonces se acepta. Eso es justamente lo que hacemos durante esta fase, vamos punto a punto.

Desde el momento en que el cliente, el suscriptor, acaba de ingresar al sistema, nos damos a la tarea de precisar cómo es el proceso de suscripción, cómo puede navegar por los menús, cuál tiene que ser la calidad del vídeo, cómo tiene que ser la

atención al cliente, todas esas cuestiones las decidimos con el operador. Si todos estamos de acuerdo, entonces precisamos cómo debe operar la plataforma. Esa es la experiencia que espera el usuario final, todos los involucrados en la solución firman, y en este caso Arris como integrador es quien va a ejecutar el proyecto; de ahí sale un plan de trabajo, con fechas, y con eso es que empezamos la parte de integración y ejecución del proyecto.

Aparte de hacer toda esta integración que solicita el cliente, otro elemento importante durante la primera fase es que pueden ayudar al cliente a cubrir cualquier 'hueco' que tuviese en su ecosistema.

Se nos presentó un proyecto donde estábamos viendo cómo sería el diseño de la red, sus requerimientos y nos dimos cuenta de que el cliente necesitaba también un elemento que ellos inicialmente no habían identificado en el mercado; no había ese componente, no estaba presente en la solución; entonces, Arris hizo el desarrollo de la solución para el cliente, a su medida, apoyándonos en nuestro equipo de desarrollo global, tanto de la región de América Latina como de otros países. Este equipo desarrolló las funciones que ellos necesitaban para completar la solución final.

La compañía tiene presencia en toda la región de América Latina y eso ayuda mucho. Tuvimos un caso en que el cliente había escogido para formar esta solución a fabricantes que no tenían presencia local, y nosotros, aparte de hacer toda la gestión, actuamos como un puente entre el cliente y el fabricante en su idioma, muchos ni siquiera tenían personal que hablara español, por eso es importante el tema de estar presente y conocer el mercado local; una cosa es conocer la realidad mundial de la industria de televisión por cable, y otra es conocer la realidad de cada país donde se está implementando la solución porque los clientes tienen diferencias en cada país.

“La experiencia, la cercanía con el mercado, el conocimiento de las necesidades de los operadores en ese área y el dominio tecnológico son algunos de los aspectos clave de por qué los clientes eligen a Arris para la integración de sus sistemas”

Liderando el futuro del video.

Obtener ganancias de las operaciones de video no ha sido una tarea fácil, pues mientras sus suscriptores demandan mas accesos desde multiples dispositivos, los costos de adquisición y distribución de contenidos siguen subiendo. No cabe la menor duda de que hay mucho por hacer.

Es así como a nivel mundial nuestros clientes: tanto proveedores de servicios de televisión, como propietarios de contenido, utilizan nuestro software abierto para innovar en el negocio del video, agregando economías de escala que sólo SeaChange puede proporcionar.

Nuestra rapidez y flexibilidad para soportar distintos tipos de implementación, nos permite soportar varios modelos de negocio.

Exploraremos tópicos vitales incluyendo:

- Content Management
- Video Back Office
- Advertising
- User Experience



COMUNÍQUESE CON SU REPRESENTANTE LOCAL DE TVC CALA PARA OBTENER MÁS INFORMACIÓN. tvclatinamerica.com

ABITronix: 15 años en la industria de las comunicaciones

Para el mercado de TV paga, ISPs y más

ABITronix celebra sus 15 años en la industria de las comunicaciones, liderada por su fundador, **Hugo Almeida**, quien tiene una amplia experiencia en la industria y previamente ocupó altos cargos ejecutivos en Matsushita, Lucent Technologies y Avaya.

En diálogo con Prensario, Almeida contó: 'En 1994, ABI (Almeida Barragán International) inició sus operaciones como una empresa exportadora dedicada a cuentas empresariales en América Latina. A comienzos de los noventa, la era del fax y del télex, era aún complicado para las compañías latinas conseguir equipos con precios competitivos en Estados Unidos. Vi la oportunidad de poder actuar como un puente entre los departamentos de suministros de estas empresas y los fabricantes de equipos en el exterior, permitiendo transacciones comerciales más eficientes en tiempo y forma'.

Mientras la empresa crecía, aumentaba las ventas de equipos electrónicos a grandes compañías de comunicaciones, proporcionándoles desde el material de instrumentación hasta los equipos y herramientas de campo. En 1998, nació ABITronix como filial de ABI enfocada estrictamente a servir a la industria de las comunicaciones y, en el 2002, se constituyó legalmente como ABITronix LLC.



Importantes representaciones

'Este año marca la celebración de los 15 años de ABITronix como una empresa independiente que sirve a cuentas en más de 43 países en seis continentes, y se mantiene a la vanguardia de las tendencias tecnológicas globales, buscando siempre mejorar su servicio al cliente en una industria que cambia a un ritmo acelerado', agregó el ejecutivo.

ABITronix es reconocido como un distribuidor global de tecnología de audio, video, redes inalámbricas, voz, datos y vigilancia, sirviendo a operadores de televisión, ISPs, integradores e instaladores, en diversos sectores de la sociedad como salud, hotelería, educación, organizaciones religiosas y agencias gubernamentales. **Arcom, Multilink, Viavi, Holland Electronics, Klein Tools, PCT International, Trilithic, Ripley, Pico Digital y PerfectVision**, son sólo algunas de las marcas que actualmente la compañía representa.

Poderosa ventaja competitiva

'Hoy en día contamos con una poderosa ventaja competitiva ya que nuestra experiencia atendiendo a múltiples mercados supera los 15 años. Además, invertimos continuamente en la capacitación y educación de nuestro equipo. Siendo aún pequeña, la empresa ha



Hugo Almeida

adoptado una estructura tipo corporativo y ofrece una extensa línea de productos en cada mercado, lo cual se traduce en confiabilidad y eficiencia. Desde sus orígenes, ABITronix se ha caracterizado por dar prioridad a sus relaciones comerciales y siempre buscar que estas sean permanentes, manteniendo un firme compromiso con todos sus clientes', completó.

'ABITronix seguirá creciendo como un distribuidor global enfocado en brindar servicios exclusivos de valor agregado. En tanto que el Internet de las Cosas (IoT) se propaga rápidamente, la empresa se posiciona como un jugador dinámico en el mercado de tecnología wireless. Así mismo, seguiremos fortaleciéndonos tanto en la distribución de video, como en el área de iluminación arquitectónica profesional, comercial, e industrial, y también buscamos ofrecer paquetes de servicios en el campo de vigilancia', concluyó.

Tulsat en América Latina

'Nuestra principal ventaja es que ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de recibir de inmediato el equipamiento que adquieran, y con ellos evitar la necesidad de tener inventario para compensar las demoras'. **Tony Cameron**, de Tulsat, dijo a Prensario que eso es posible porque 'tenemos un amplio inventario de productos de distintas marcas, y podemos despachar sin pérdida de tiempo lo que se nos solicite'.

Citó, como ejemplos, un amplio stock de productos "de acceso" de las marcas **Scientific-Atlanta/Cisco** y la línea de

productos RF de **Arris/Motorola**, así como transmisores y receptores ópticos. Entre las nuevas líneas de producto ahora disponibles, Cameron destaca lo fabricado por Arris con la marca **Aurora**, con las mismas ventajas.

'La otra ventaja es que prestamos atención a cada uno de nuestros clientes, no importa que sean grandes, medianos o pequeños. Muchas veces los fabricantes caen en que no tienen tiempo para atender debidamente a los clientes pequeños, y ello se refleja en el servicio que les prestan; nosotros sí tenemos, tanto el tiempo como los recursos'.



Tony Cameron, de Tulsat



Excelencia en Integración de soluciones convergentes



Verspective Operator Analytics

Proporciona una plataforma integral de recolección de datos que permite a los operadores maximizar los datos de la red y monetizar los servicios de video. El aprovechamiento de métodos de agregación de datos sólidos y seguros permite a los operadores hacer que el conocimiento sea factible.

<http://www.verimatrix.com/solutions/verspective-operator-analytics>

Propuesta de valor:

- Optimización de la entrega de servicios (QoS/QoE)
- Optimización del contenido y promoción del contenido
- Optimización de la experiencia de la interface del suscriptor



www.trekte.com

Promptlink lanzó nueva versión de su plataforma CMTP

Promptlink Communications anunció el lanzamiento de una nueva versión de su tradicional plataforma CMTP para el diagnóstico funcional de cablemódems, EMTAs y gateways inalámbricos.

El proveedor de herramientas avanzadas de software para la gestión integral de redes HFC, conocido por sus bancos de prueba para la recuperación de equipos terminales en logística reversa, presentó la CMTP-v2, cuyo script de software CMTP-v2 realiza pruebas en paralelo para todos los equipos simultáneamente, aumentando notablemente la capacidad de producción.

Además, el nuevo banco CMTP-v2 permite probar los equipos dentro de cajas metálicas individuales, aisladas de toda interferencia externa de señal de RF, y así es posible realizar pruebas con alta precisión del ancho de banda WiFi. El CMTP-v2 ya está preparado para poder soportar los nuevos estándares DOCSIS 3.1, IPv6 y MoCA. Su nuevo bastidor de

renovado diseño, presenta importantes mejoras para el mantenimiento preventivo de todos sus equipos de red y los elementos pasivos de RF.

Promptlink continúa mejorando también sus herramientas de software para el monitoreo, aprovisionamiento y gestión de firmware de redes de video, voz y datos sobre cable. Particularmente, su sistema de monitoreo CPM -Cable Plant Monitoring (para monitorear Cable Módems, EMTAs, fuentes de energía y nodos ópticos), incorpora ahora la nueva funcionalidad para el mantenimiento proactivo de la red ("Proactive Network Maintenance - PNM"). El sistema CPM se vuelve así una aplicación aún más poderosa, pues permite realizar un eficiente monitoreo proactivo y reactivo de todos los componentes de la planta de cable, desde los CMTS hasta los equipos CPE de los abonados, generando alarmas, notificaciones, reportes, ofreciendo visualización geo-referenciada,

y permitiendo conocer de antemano las áreas de la red con degradación creciente de sus parámetros críticos, a fin de tomar acciones correctivas antes que ocurran cortes del servicio.

La empresa continúa consolidando su presencia internacional, con base instalada de clientes en 21 países del mundo. A través de sus 22 años de experiencia en la industria, Promptlink mantiene el liderazgo en el desarrollo de productos y sistemas de alta especialización, junto a un servicio de excelencia en el soporte técnico de sus soluciones.



Mediamorph proveerá plataforma en la nube a Hulu

Hulu eligió para su servicio de streaming de video Premium, la plataforma de software basada en la nube de Mediamorph, que permitirá administrar mejor los costos de contratos y contenidos, mientras expande su amplio portafolio de contenidos.

En un contexto en el que las estructuras de contenidos crecen y se desarrollan cada vez más sofisticadamente, la plataforma flexible y escalable de Mediamorph proveerá a Hulu una aproximación mejorada de la utilización y costos del contenido, ayudándolo a tomar decisiones para las inversiones futuras.



El módulo de contratos o acuerdos da a los clientes el poder para administrar, controlar y analizar contratos de una forma centralizada. Soporta elementos de acuerdos financieros complejos y cambiantes, que son cada vez más comunes dentro de los acuerdos de distribución de contenido. Los módulos de contabilidad y analíticas permiten a los clientes obtener una mirada introspectiva a sus costos de contenidos, calculando agendas de amortización, generando reportes acumulativos y produciendo registros de los pagos a proveedores.

Rob Gardos, CEO de Mediamorph, comentó: 'Estamos entusiasmados de trabajar con



Tim Rottach, VP Marketing & Partnerships de Mediamorph

Hulu, un pionero y líder en la TV por streaming. Los contratos, títulos y derechos han explotado en la era digital. Nuestra plataforma provee a los clientes un entendimiento superior de los costos y drivers de ingresos de su activo más valioso, el contenido. Esperamos ayudar a Hulu mientras su servicio crece de manera exponencial en los próximos años'.



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

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

Toolbox agrega valor, suma negocios

Toolbox sigue expandiéndose en dos vías, mientras suma más operadores y proveedores de contenidos a nivel regional, revaloriza su oferta con nuevas aplicaciones de sus productos que permiten generar nuevos negocios a sus clientes.

De cara a Tepal, donde asistirá su CTO y cofundador, **Mauro Peluso**, y su directora comercial, **Macarena Dellazuana**, presentará junto al operador líder de Panamá **Cable Onda** un nuevo upgrade a la oferta de TV Everywhere, **Cable Onda Go**.

Dellazuana explicó: 'Es un servicio disponible como app (iOS y Android) y en web, donde proveímos nuestra solución *Unity, Cloud Pass* y *Cloud Experience*, además de 50 señales en live streaming y equipos para mejorar la experiencia del usuario en la visualización. Trabajamos con el operador durante seis meses para migrar Cable Onda Go, logrando una propuesta superadora y más acorde al mercado, los usuarios y la evolución del negocio', completó.

Invitado por **Gonzalo Hita**, COO de **Cablevisión Argentina** y director de Tepal,

Peluso participará en la sesión académica sobre desafíos, aprendizajes y soluciones de la TV Everywhere, que tendrá lugar el 21 de junio a las 11.30am, con Hita como moderador. Otra gran noticia es el trabajo realizado para **Turner** y **Fox** por el fútbol argentino, que podría comenzar a comercializarse desde agosto. 'Estamos listos para soportar la alta demanda que supone este proyecto, trabajando junto a Turner y Fox en las implementaciones necesarias', dijo Dellazuana.

La compañía participó en junio en **NexTV South America**, donde Peluso también formó parte de un panel. 'Creemos que la diferencia entre OTT/VOD/TVE cada vez es más indetectable por los usuarios. Para ellos, todos estos términos no significan nada. Estamos en una etapa donde se puede ver **Netflix** en un STB o VOD en un teléfono u otros'.

Comentó: 'Los operadores seguirán siendo lo que fueron siempre: la gran tienda donde toda la oferta de contenido se agrupa.



Mauro Peluso, CTO y co-fundador de Toolbox

El cambio actual es que el usuario tiene la posibilidad de comprar cada contenido por separado, pero al final prevalecerá la facilidad y practicidad de comprar todo en un único lugar'.

Ante este nuevo escenario de más competitividad, los operadores 'tendrán que ser mejores vendedores targetizando mejor a su cliente'. Peluso consideró que 'prevalecerá la agregación, siempre y cuando se mantenga en la misma calidad de experiencia y servicio que ofrece usar cada plataforma por separado'. Y concluyó: 'Pero será una agregación superadora y el suscriptor comprará todo el contenido que le resulte relevante'.

Grey Juice Lab: el agregador de mayor catálogo

Grey Juice Lab expuso por primera vez en la NAB de abril con el objetivo de llegar a los operadores estadounidenses, pero además ofreciendo sus servicios al importante número de visitantes extranjeros que asisten a la muestra en Las Vegas. Su CEO, **Mihai Crasneanu**, habló con **PRENSARIO** sobre los próximos pasos.

'Abrimos una nueva oficina en Los Ángeles, la razón es simple pero quizá no tan evidente para el mercado: hemos crecido mucho en estos últimos años y para atender mejor a los clientes debemos tener oficinas y ejecutivos cerca de ellos con el objeto de brindarles un mejor servicio', subrayó Crasneanu.

'Hoy somos el agregador con el mayor catálogo en el mundo, llegando a tener más de un millón de títulos, con 300 proveedores de varios países. El merca-

do estadounidense es el más moderno en contraposición con el 50% del mercado internacional de VOD que, por más que hoy esté mejorando, sigue siendo obsoleto, al menos en los operadores chicos'.

'En Latinoamérica nuestra competencia se está enfocando en otros temas y nosotros más en contenido y en cómo monetizarlo. Es actualmente la región de mayor crecimiento para nosotros' aseveró.

'Otra tendencia que vemos, y en la que estamos muy atentos, es que cuando **Amazon** o **Netflix** abren un nuevo mercado, se ejerce una mayor presión para los operadores locales, que se tienen que poner más competitivos para no perder su porción del mercado.

Si dejan el negocio en manos de estas empresas, se les acaba el negocio, porque



Mihai Crasneanu, CEO, Grey Juice Lab, en la NAB

el contenido pasa a ser un commodity', señaló. 'Ahí es donde nosotros podemos demostrar dónde reside nuestro valor agregado, que pasa por planificar, construir y gestionar servicios exitosos de televisión OTT. Desde la estrategia de servicios de VOD y adquisición de contenido hasta su procesamiento y entrega, ofrecemos un conjunto completo de servicios gestionados para ayudar a lanzar una oferta de entretenimiento que se destaque entre la multitud', concluyó.



HEMOS MOBILIZADO NUESTRA PLATAFORMA DE SEGURIDAD CONECTADA

Los dispositivos conectados están revolucionando el panorama de la protección más allá del video. A la hora de buscar nuevas oportunidades a través de servicios en la nube, analytics y IoT, su estrategia de seguridad debe ser redefinida.

¿Y usted, en quién va a confiar para proteger su futuro conectado?

www.verimatrix.com/es

verimatrix
Securing the Connected Future™

Lindsay: Megacable desplegó nodos WiFi en México

Más de 6.000 gateways LBDG

Lindsay Broadband, fabricante y proveedor de soluciones para el transporte en la industria de la TV por cable, anunció que Megacable ha completado un despliegue masivo de nodos WiFi en diversas ciudades de México.

El despliegue se inició a finales de 2014 y se corresponde con una nueva oferta de servicios del cableoperador, que ofrece servicios de acceso inalámbrico gratuito a todos sus clientes como un servicio complementario.

El proyecto contempló el despliegue de más de 6.000 gateways LBDG fabricados por Lindsay Broadband que le permiten utilizar sus redes

HFC-DOCSIS para el backhaul y energizado POE de la tecnología WiFi seleccionada. El LBDG es un equipo muy robusto que fue diseñado para soportar

las peores condiciones climáticas (temperaturas desde -40 hasta +65 Grados Centígrados), completamente sellado contra el ingreso de agua y protegido contra interferencias electromagnéticas. Esto lo hace único en su estilo y perfecto para despliegues de tecnología en exteriores.

Soportado en esta tecnología, Megacable ofrece el servicio de WiFi que se presenta como un complementario exclusivo para sus clientes. De esta forma los clientes podrán conectarse a internet en miles de sitios a lo largo de su país sin costo adicional.

David Atman, presidente de Lindsay Broadband, comentó: 'Esperamos poder seguir ayudando a Megacable a ofrecer soluciones tecnológicas in-

novadoras para el disfrute y beneficio de su base de clientes. Estamos muy contentos de que los clientes de Megacable puedan disfrutar de una conexión rápida y de alta calidad en los principales restaurantes, centros comerciales, plazas, universidades y parques identificados con el logo Zona Megacable WiFi'.



David Atman, presidente de Lindsay

Lindsay Broadband: Pequeñas celdas LTE, desplegadas con energía HFC

Lindsay Broadband anunció que un MSO inició el despliegue a gran escala de pequeñas celdas LTE energizadas con la red HFC utilizando los gateways de Lindsay Broadband para convertir el voltaje de la red HFC y entregárselo a la celda LTE.

David Atman, presidente de Lindsay Broadband, dijo: 'Este es el primero de muchos MSO con los cuales Lindsay Broadband se ha asociado para hacer pruebas y ahora despliegues reales. Esperamos que este operador tenga mucho éxito y que pronto otros se sumen a este tipo de despliegues LTE'.

Los MSOs quieren ofrecer más soluciones de negocio rentables utilizando el Strand HFC y Lindsay ha estado trabajando con muchos de ellos para que puedan utilizar la infraestructura existente con nuevas soluciones que requieran energía con voltaje (AC o DC) y/o Backhaul (DOCSIS u Óptico) como en el caso de las pequeñas celdas LTE, WiFi, IoT o tecnologías futuras. La solución de Gateways para pequeñas celdas, desarrollada por Lindsay Broadband en los últimos tres años, tiene diversas opciones de instalación (Strand, Bóveda,

Poste o Pared) y puede entregar hasta 400 Vatios de potencia a la pequeña celda de preferencia. Esto permite al MSO mayor flexibilidad a la hora de instalar los equipos aprobados por el operador de servicios móviles (MNO). Al utilizar la infraestructura HFC, los MSOs tienen la capacidad de ofrecer una solución muy competitiva en comparación con las empresas comerciales de energía eléctrica ya que puede ofrecer voltaje AC o DC estable y con el típico respaldo de 8 horas que se utiliza en las redes HFC.

Para completar esta solución Lindsay empareja sus Gateway con los "Power Inserters" para pequeñas celdas los cuales incorporan filtros de avanzada permitiendo tener un aislamiento de frecuencia adecuado hasta los 1.22 GHz. Esto garantiza que los despliegues de pequeñas celdas no causarán interferencia en las redes DOCSIS 3.0 y 3.1 del MSO. Además los gateways pueden ofrecer múltiples puertos de salida lo cual permite conectar más de una pequeña celda a un solo Gateway. Las primeras celdas han sido desplegadas a finales del 2016 y el MSO continuara con un despliegue muy agresivo durante el 2017.



LINDSAY BROADBAND

TOUGH TECHNOLOGY.

www.lindsaybroadbandinc.com

2035-2 Fisher Dr. Peterborough, ON K9J 6X6 • 1-705-742-1350



- WiFi Access Points
- LTE Small Cell
- Traffic IP Camera
- Digital Signage
- Information Kiosk
- Security IP Camera

The Leading manufacturer of HFC based Business Services connectivity and powering solutions

Verimatrix suma nuevas capacidades al Luminato Headend de Teleste

Verimatrix anunció un acuerdo con Teleste, proveedor de tecnologías para video y banda ancha, por el que integrará el componente de seguridad en software ViewRight dentro del Luminato Headend.

Esta integración permitirá una des-criptación masiva de múltiples corrientes de contenido de video protegido en un único módulo receptor Luminato, evitando la exposición externa de cualquier contenido descriptado y previniendo posibles baches de seguridad y puntos de falla.

‘Las soluciones de seguridad están en el centro de todas las estrategias de monetización clave para los servicios de video de avanzada. Nos complace trabajar con Teleste para proveer a los operadores con opciones flexibles para tener un rol proactivo en la distribución del servicio mientras combate las amenazas a sus ingresos y habilita oportunidades de negocio’, dijo Petr Peterka, CTO de Verimatrix.



Los propietarios de contenidos y los productores usualmente requieren que el contenido sea transmitido en un formato encriptado para prevenir el uso sin autorización y la piratería. Muchos operadores de video utilizan la solución de seguridad de Verimatrix, VCAS, para lograr una mayor protección en sus desarrollos. Impulsada por el sofisticado software de cliente ViewRight y su descriptación masiva de flujos de video IP encapsulados, Teleste Luminato crea una solución poderosa e inteligente para des-criptar el contenido protegido sin smart cards. Puede proveer una descriptación controlada de hasta 300 canales de TV protegidos y permite a los operadores agrupar los canales de manera flexible según sus necesidades de distribución.

‘Estamos presentando esta nueva alternativa para la protección del contenido en nuestro headend Luminato. Para los consumidores actuales, los servicios de



Petr Peterka, CTO de Verimatrix

TV todavía sostienen su posición entre las más confiadas formas de entretenimiento, y la creación de servicios atractivos agrupados es vital para los operadores que quieran competir por la lealtad de los consumidores. Se necesitan herramientas versátiles y confiables para responder a las expectativas de contenido de los clientes. Empoderado por las capacidades de Verimatrix, nuestro headend Luminato ofrece a los operadores una opción de alta performance para dar mayor valor a nuestros servicios de TV’, completó Julius Tikkanen, VP de plataformas de servicio de video en Teleste Corporation.

Skyworth crece en México y Brasil

Skyworth, uno de los fabricante de STBs líderes en el mundo y el de estructura más grande de oriente, estuvo presente en NAB con su director de marketing, Darrell Haber y responsables de ventas para Latinoamérica, Víctor Méndez, ex SA y Cisco que se ocupa de todos los cableoperadores y telcos. También estuvo Diego Carrera, que se ocupa del sector gobierno y los apagones analógicos en los distintos países.

En la parte de TV Paga, Méndez destacó el trabajo con Megacable y Televisa, con lo que logró sumar a los clientes más grandes de México en un año, además de América Móvil y Tigo para demás mercados.

La instalación de una nueva fábrica de producción en Guadalajara, México, le



ha permitido incrementar su trabajo en Latinoamérica al cerrar acuerdos con grandes proveedores. Ahora anunció la apertura de oficinas comerciales en la misma ciudad.

Mientras tanto, promocionan otros productos que tiene en el portfolío para la parte de broadband, cablemódems y LTAs, ahora que las plantas de HFC se están mudando a fibra. Skyworth también apuesta fuertemente al Fiber-To-The-Home (FTTH).

Darrell Haber se refirió al desempeño del negocio en la región. ‘Esperamos ver, para fines de este año, los resultados de producción de la nueva fábrica instalada en México, que tiene establecidas dos líneas de producción y la posibilidad de ampliar a una



Darrell Haber, Jason Ye, director comercial para las Américas, Víctor Méndez y Diego Carrera

tercera a medida se expanda el negocio en el país. Ya estamos iniciamos negocios con Dish y Megacable’.

Además, de México, el ejecutivo destacó a Brasil como otro mercado de crecimiento, donde también tiene una fábrica de producción de Set-Top-Boxes. Otros mercados que están en su radar son Colombia y Centroamérica.



New Services?

More Customers?

No Problem.

Proudly billing over 7 million customers in Latin America

AWS Elemental: Soluciones definidas por software para operadores de TV paga

Los proveedores de video están operando en un ecosistema de rápida evolución. Con el comportamiento del usuario final de video moviéndose para abarcar opciones de streaming, como adjuntos o reemplazos al Broadcast de televisión lineal tradicional, la competencia se está incrementando en el espacio de TV paga.



Elemental ofrece muchas soluciones dirigidas a los desafíos que los operadores de TV paga independientes tienen que enfrentar en la región. Elemental Live procesa video en tiempo real para formatos de transmisión tradicional y multipantalla. Así los operadores pueden unificar los flujos de video y reducir la infraestructura requerida.

Elemental Live permite tener disponible

contenido en vivo y localizado como deportes, noticias o el clima para los consumidores en cualquier dispositivo y ofrece una funcionalidad de playout de canal en vivo, además de proveer medios para alcanzar a los clientes con anchos de banda más ajustados. Por su parte, Elemental Server procesa video basado en archivo para crear cualidades VOD y procesa contenido de manera más rápida que en tiempo real.

Hansen Technologies: Sistemas de facturación para servicios convergentes

En el marco de servicios convergentes y con los operadores de TV paga ofreciendo servicios de comunicaciones y viceversa, Hansen Technologies destaca sus soluciones para la administración de los usuarios y la facturación de los servicios contratados, permitiendo el empaquetamiento, ofertas y nuevas formas de maximizar los ingresos a partir de la combinación de opciones.



Entre sus productos, se destacan las soluciones de facturación para operadores de redes digitales que están expandiendo el rango de servicios que ofrecen para incluir todo el espectro de ofertas desde TV paga, cable, móvil, banda ancha, etc. Hansen es proveedor de algunas de las redes virtuales móviles más exitosas y broadcasters panregionales. Las soluciones convergentes habilitan cada aspecto de los paquetes multiplay, proveyendo una mirada unificada del consumidor.

La marca permite dar una única facturación de toda la oferta de servicios, pudiendo generar descuentos en productos cruzados y empaque-

tamiento. Así, se puede hacer crecer la oferta de nuevos productos y paquetes, desplegando campañas enfocadas y apuntando a nuevos mercados.

Hansen permite la suscripción y el cobro basados en el uso para todos los tipos de servicio en todos los productos de telecomunicaciones, permitiendo maximizar los flujos de ingresos para cualquier tipo de clientes, oferta de servicios y métodos de pago. La solución modular permite el despliegue de nuevos y ofertas empaquetadas de manera rápida y sencilla. Eliminando la necesidad de cambios grandes al sistema del operador, se puede estar a la vanguardia del mercado y ganar la ventaja competitiva.

Alpha ahora también es FTTH, Wifi y Small Cells Powering

Antonio Gálvez, director regional de Alpha Technologies, acompañado de Agnaldo Trúccolo, se reunió con Prensario para detallar sus nuevas áreas de negocios y que lo lleva a otros mercados más allá de su expertise en el campo de la energía y las fuentes de poder para telecomunicaciones.



Algunos de los proyectos que se están ejecutando en fines de 2016 y que tendrá muchos recursos puestos para la comercialización según es la de High Density Fiber Management, con fibra y FTTH que está creciendo en todo el mundo y la región, sin afectar que muchos clientes siguen con HFC y se trabaja mucho con ellos.

Otra área que Alpha ahora tiene soluciones es el del Wifi, qué podemos decir que está en el ojo de la demanda de los operadores e ISPs. Se tiene una solución externa en la calle con los cableros montando gateways de coaxial,



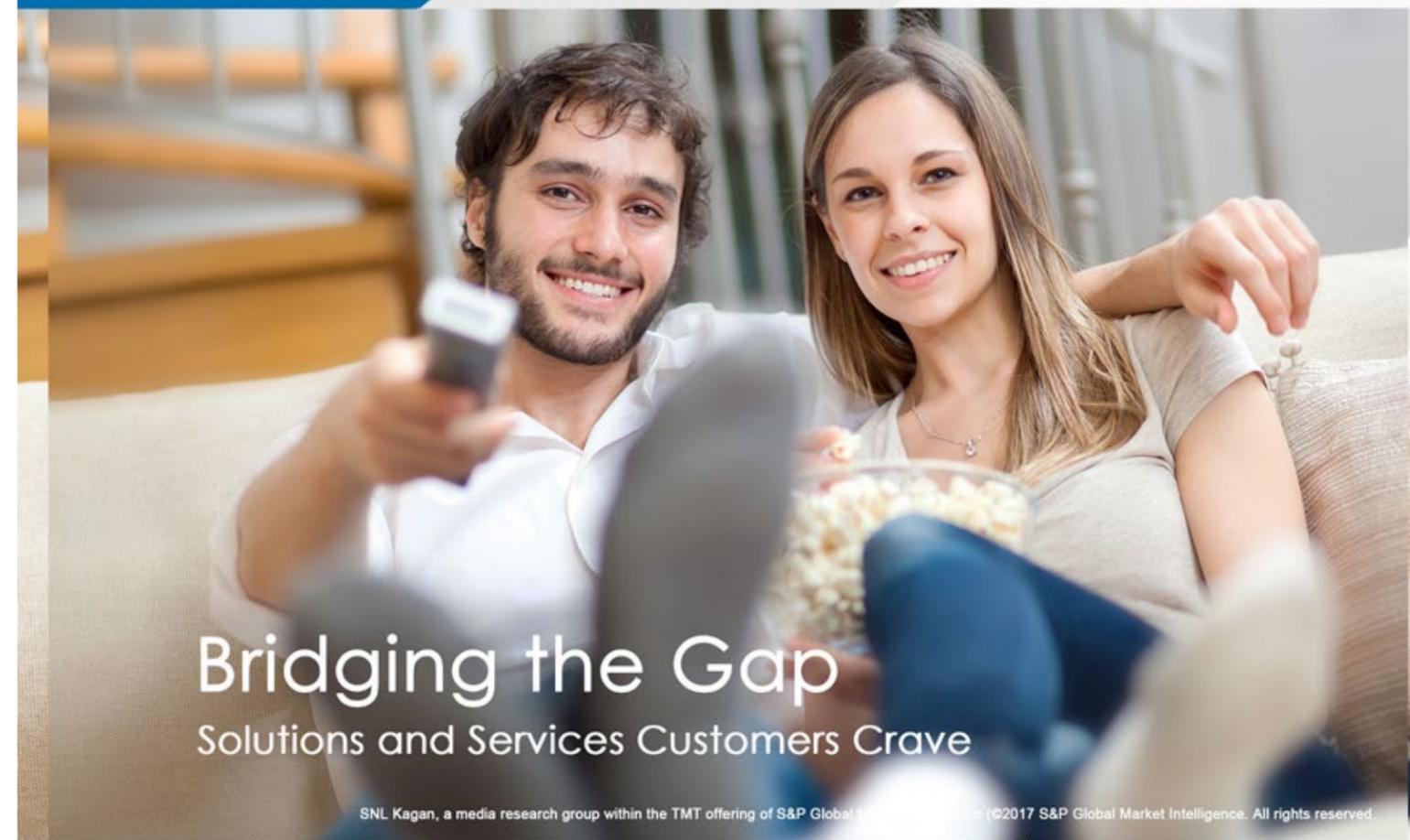
Antonio Gálvez y Agnaldo Trúccolo

con suministro de energía y bajada al equipo IP con cámaras o Access Point HFC.

Y el último pilar, donde se vuelca todo el expertise de la parte de energía y con todo el bagaje wireless, es la alimentación o powering de los equipos Small Cells para Telcos.

Skyworth

S&P Global Market Intelligence Ranks Skyworth #2 in the World



SKYWORTH DIGITAL MEXICO OFFICE
Lago Zurich 219-P12 Torre Carso II, Col. Ampliación Granada
11529 MEXICO CITY DISTRITO FEDERAL, Mexico
Find Our Local Representatives at:
DelgoCarrera@skyworth.com / Mendezv@skyworth.com
Website: en.skyworthdigital.com

TrekteL: Monitoreo de la experiencia de usuario en tiempo real

Nuevamente presente en TEPAL

TrekteL volverá a estar presente en Tepal con un stand ratificando su relación con los principales operadores del mercado. Ricardo Simpson y Ángel Barrios comentaron: 'Tepal permite una cercanía con algunos de los operadores más importantes en Latam, por lo que la posibilidad de reunirse con el nivel ejecutivo de estas empresas es una cualidad muy valorada por nosotros'.

'Creemos que hoy los operadores están preocupados por la calidad de experiencia de los suscriptores y que buscan crear vínculos con los usuarios para diferenciarse de la competencia. Esto no parece sencillo, dada la presión continua por mayores velocidades o cantidad de datos por un valor igual o menor. Otro aspecto es en-



tender el potencial de monetizar información del comportamiento de los suscriptores y colaborar con otros jugadores en el mercado en el área de marketing', agregaron.

'En TrekteL estamos trabajando en un dos líneas, una orientada a complementar el monitoreo en tiempo real de la calidad de experiencia para los servicios broadband, y otra que gira en torno a los analytics para ayudar al operador a maximizar data en la red y monetizar servicios de video'.

En cuento a servicio al cliente y post venta, destacaron: 'Año con año, el servicio al cliente y post venta es un tema cada vez más relevante, dado el creciente estándar de servicio de la industria, así como las posibilidades y aplicaciones que están disponibles para usuario.



Ricardo Simpson y Ángel Barrios

Todo esto hace que un tema crítico sea por ejemplo, la autogestión y aplicaciones que permitan al usuario auto aprovisionar nuevos servicios de una manera confiable y segura'.

Concluyeron: 'Nuestra expectativa para Tepal es tener la oportunidad de actualizar nuestro entendimiento de las principales iniciativas de los operadores para la segunda mitad del año y visión para el 2018'.

EKT convierte la desventaja inicial en ventaja a futuro

EKT estuvo en la NAB de Las Vegas, donde presentó todos sus modelos de set-top-boxes, de tamaños más reducidos y con nuevos diseños. Allí, la empresa concretó reuniones con sus partners en las diferentes regiones y con sus clientes.

Jill Mulder, VP de Marketing de EKT, remarcó entre los principales productos que estuvo exhibiendo en la expo, la nueva edición de Operator TV, una versión de smarttv con el set-top-box incluido dentro del televisor, que no necesita contar con una caja instalada de manera independiente. 'El crecimiento del IPTV y la expansión del apagón analógico en todo el mundo están dando un gran impulso a los dispositivos conectados y las soluciones híbridas', afirmó.

Convertir la desventaja en ventaja

EKT trabaja de manera conjunta con diversos jugadores clave en el mercado para distri-



buir una soluciones end-to-end para operadores de todos los tamaños. Sus productos hechos a medida según las necesidades de cada mercado han ayudado a transformar el negocio de los proveedores de servicios y crear valor a largo plazo.

En este sentido, la empresa sostiene que en muchas áreas, para poder progresar hay que atravesar ciertas dificultades o falta de estímulos, pero lo que antes parecía una desventaja, más adelante puede convertirse en una ventaja sobre los demás. En el caso de los cableoperadores, muchos de los tradicionales con tecnología analógica no han convertido aún sus redes para pasar a digital. Mientras los mayores operadores han invertido en headends digitales (primero SD, luego HD), otros han permanecido con sus sistemas existentes. Ahora, ellos tienen un cambio



Minjonng Kwon, Gerard Kim, Jill Mulder y Richard Smith, de EKT, en la NAB

para saltar a la competencia y distribuir un sistema basado en IP como la próxima solución. Superando todas las inversiones en TV por cable digital tradicional, ahora convierten su red de cable en una red IP.

Con esta inversión, serán capaces de entregar acceso a Internet, IPTV con capacidades para OTT e incluso telefonía, transformándolos instantáneamente en un jugador multinivel. Y como no tienen que preocuparse por el legado de la estructura de cable digital, serán capaces de ofrecer esto con un costo más eficiente y con mayores funcionalidades.



Televisión Digital

Soluciones llave en mano para sistemas de CATV y DTH

- Cabeceras Digitales
- Modulador IPQAM
- Set Top Box (STB)
- Encoders HD / SD
- CAS / SMS / EPG
- Mini CMTS



REPRESENTA Y DISTRIBUYE
ACS INDUSTRIAL Y COMERCIAL

Tel. Paraguay: +595-21-334302

Tel. Argentina: +54-11-6385 0281

info@acsicsa.com

www.acsicsa.com

GOSPELL CHINA

Oficina Principal

Tel: +86 13113672858

zhouyong@Gospell.com

www.gospell.com

CNA, el cable coaxial con más prestaciones del mercado

CNA es una organización multinacional con oficinas en Latinoamérica, Europa y América del Norte, que desarrolla soluciones de cable para redes, aportando nuevas prestaciones para las infraestructuras actuales y las de nueva generación en TV paga.

Argentina es un mercado clave, donde según los últimos datos disponibles, hay 11 millones de abonados en sistemas de cable y 81% de penetración, siendo el tercero en la región detrás de Brasil y México.

El equipo de ingenieros de CNA trabaja para determinar las alternativas que mejor se adapten a las necesidades de los operadores con el fin de generar nuevas oportunidades de negocio, en este entorno en el que surgen nuevos usos de las redes de cable y de los sistemas DTH.

Las líneas de productos coaxiales de CNA son fruto del trabajo de su equipo de ingenieros con el de fabricación y clientes.



La empresa utiliza los procesos tecnológicamente más avanzados de la industria para la confiabilidad, durabilidad y mayor facilidad de uso.

Una de las tecnologías más innovadoras desarrolladas por la empresa ha sido *Dry Shield* que proporciona protección para el conductor central y los blindajes externos, asegurando que se elimine la corrosión debido a la penetración de humedad. Los nuevos cables *CNA LTE Safe* ofrecen una avanzada tecnología de blindaje con una triple capa interna de aluminio unida al dieléctrico. Además, se aplica una cinta externa de triple blindaje sobre una cobertura de trenzado del 77% que también está unida a la envoltura exterior del cable. Estos tres factores garantizan el cable LTE de clase A ++, con una eficiencia del blindaje de 110 dB.

Todas las líneas de cable coaxial de CNA están desarrolladas con materiales de alta calidad en todos sus componentes. Así



soluciones como la tecnología *LTE Safe* han demostrado un excelente rendimiento en entornos de flexión extrema, manteniendo al mismo tiempo los niveles de atenuación. La eficacia de blindaje es superior a 105 dB después de 30.000 flexiones, de acuerdo con los requisitos de SCTE.

Todas estas nuevas alternativas que alargan la vida útil del cable y aportan mayores capacidades son muy relevantes a la hora de minimizar intervenciones técnicas allá donde los operadores tienen un menor acceso, "El hogar de los clientes". En un mercado donde de manera estable, más de seis de cada diez argentinos están suscritos a televisión paga.

ACE, presente en Tepal

ACE está haciendo una gran apuesta este año a Latinoamérica y espera estar presente, luego de Andina Link, en Tepal, Costa Rica y la SCTE.

La empresa siempre se ha dis-



tinguido por su capacidad de bodega, cuatro estructuras para equipos refurbished y 1 millón de equipos CPE, CMTS, GPon y fibra óptica. Apuesta a una todavía mayor capacidad y variedad.



José Flores

Gospell, abriendo mercados

Rolando Ojeda y Carlos Saldívar, de ACS Industrial y Comercial, representante del fabricante chino de equipamiento *Gospell* en el Cono Sur, señalaron: 'Tenemos ingenieros jóvenes que aportan la posibilidad de insertarnos más en América Latina y en particular en Perú, donde hay hoy tres operaciones en instalación conjuntamente con Evelyn SAC'.



Se está proveyendo una 'solución integral de digitalización de cabeceras, desde la recepción satelital hasta el STB'. El grupo de ingenieros, dirigido por Saldívar, estuvo presente en la convención en Lima: 'Estamos integrando Perú, Paraguay y Argentina', señaló Ojeda. Gospell provee soluciones llave en mano para sistemas de CATV y DTH, además de ISPs.



Rolando Ojeda, Carlos Saldívar, Ariel Bordón.

The Future is Now

La más completa oferta de productos para la construcción de redes de fibra óptica

- CABLES DE FIBRA
- SPLITTERS
- NODOS
- CAJAS DE CONEXIÓN
- FUSIONADORAS Y HERRAMIENTAS



SOLICITE INFORMACIÓN
+1 (954) 312-1200



CableNetwork Associates, Inc.

4800 N Federal Highway Suite E300 Boca Raton, FL. 33431 Tel: +1 (954) 312-1200 sales@cablenetwork.net



cnatechnology.com

PREMIUM QUALITY
MADE IN USA

Encuentro Regional de Telecomunicaciones: FTTH y OTT en el centro de la escena

Del 28 al 29 de junio, tendrá lugar en el Centro de Convenciones Ros Tower de Rosario, Santa Fe, una nueva edición del Encuentro Regional de Telecomunicaciones que, a lo largo de dos jornadas, ofrecerá todo tipo de capacitaciones técnicas, workshop y paneles de discusión. Este año, dos de los temas principales serán el despliegue de fibra al hogar y las plataformas OTT.

Con organización de **Jorge Jacobi**, el Encuentro Regional de Telecomunicaciones retoma su lugar habitual en Rosario, luego de su realización en Córdoba el año pasado, y su importancia a nivel regional para los proveedores que buscan llegar a los operadores del interior del país, y para los operadores del interior que buscan capacitarse y conocer lo nuevo de la industria. Este año, 74 empresas confirmaron su participación como expositoras.

Foros y capacitaciones

El miércoles a las 10 am, tendrá lugar el talk show “Los OTT’s recalientan las redes de acceso”, con el objetivo de plasmar las visiones y necesidades de cada uno de los sectores, para que todos los asistentes puedan llevarse una imagen más clara del



Hernán Seoane, de Cabase



Emiliano Bonansea, Raúl y Eduardo Malisani, de Interlink

escenario a futuro. De acuerdo a la organización, ‘hoy en día ya no es ningún secreto que los servicios de contenidos por suscripción a través de Internet (también conocidos como

OTT) obtienen mayores réditos que los operadores. Esto básicamente se debe a que tienen un nivel de inversión mucho menor, ya que son los ISP quienes proveen el acceso al usuario’.

Según algunos especialistas, ‘el crecimiento de los servicios OTT como Netflix, iTunes Movies y Spotify, entre otros, se debe a que no invierten en tecnologías antiguas. Sostienen que están canibalizando la plataforma de los operadores, generando valor con un modelo de suscripciones continuas que les da ingresos, mientras que los operadores necesitan invertir mucho más para mantener sus redes’.

Con este escenario planteado, los organizadores convocaron a representantes de cada área para ofrecer la visión más amplia posible: Marcelo Ruggiero, VP de Tecnous, abrirá la actividad con su presentación “Fortaleciendo los cimientos para una sólida arquitectura HFC”; Sebastián Rossi, director comercial para Latinoamérica de Network Broadcast, seguirá con “El impacto OTT y las soluciones híbridas en las redes de los operadores”, mientras que Juan García Bish, gerente de ingeniería



Alejandro Cubino, CEO de Network Broadcast



Inauguración del Encuentro 2016: Jorge Olocco, Marcelo Tulicci, Jorge Jacobi, Ariel Graizer y Nicolás Piloni



El Ros Tower de Rosario, sede del Encuentro Regional 2017

en el Gigared, cerrará con la presentación “DOCSIS hasta el infinito... y más allá!”.

Por la tarde, Nahuel Garaviglia, de Syncom, y Jorge Furiasse, de Twoway, expondrán sus puntos de vista en lo que respecta a “Redes de comunicación para la próxima década”, donde tratarán temas como la fibra óptica al hogar y la comparación de las redes FTTH vs. HFC.

El jueves, se realizará el foro/debate titulado ¿Sentencia de muerte para la tarifa plana de Internet?, con moderación de Mariana Rodríguez Zanni, y la participación de Patricio Seoane, VP de NAPS Cabase, Marcelo Massatti, director de asuntos corporativos del Grupo TVSA y Juan García Bish.

El mismo día, Patricio Seoane, Ariel Graizer, de Cabase, junto a Franco Cecchini, de Catip, serán protagonistas del formato talk show para disertar sobre temas como las capas de valor en la red nacional de IXPS Cabase, el quinto operador móvil, OTT y contenidos Premium e IoT.

Entre las presentaciones, se destaca Interlink sobre su producto Flowdat para el control de tráfico y fraude, radio online, periodismo multimedia y más talleres de capacitación sobre redes pasivas ópticas (FTTx, POLAN, GPON/EPON).

BCD®

Innovación & Tecnología

FTTH GPON

SOLUCIONES GPON COMPLETAS CON SISTEMA DE APROVISIONAMIENTO INCLUIDO

CONTROL DE LA EXPERIENCIA WIFI DEL ABONADO, RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DESDE EL CABEZAL CON HERRAMIENTAS DE SOFTWARE CALIX SIN COSTOS DE IMPLEMENTACIÓN

SOPORTE TÉCNICO 24 HORAS Y PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DICTADO POR EXPERTOS CERTIFICADOS

DISEÑO, ASESORAMIENTO TÉCNICO Y PROYECTOS CON MÚLTIPLES TECNOLOGÍAS DE ACCESO: GPON, DOCSIS, VDSL, G.FAST

GAMA COMPLETA DE CABLES ÓPTICOS Y PASIVOS PARA REDES FTTH



BCD®

3 DE FEBRERO 312
S2000BKH ROSARIO, STA FE. ARG.
TEL. +54 341 425 0040
INFO@BCD.COM.AR

HTTP://
BCD.COM.AR

Por Juan Marcelo Juárez, gerente de programación de Supercanal

Siempre es posible negociar

“¿Qué necesitas?” debería ser la primera frase sustancial en la comunicación que se produce en un proceso de negociación, luego del cordial saludo y presentación, claro. De la observación de la realidad, se advierte que –a menudo– al negociar cualquier cosa, con cualquier persona, que represente a cualquier institución, es difícil. Muy difícil. Y se empieza con posiciones –atención a esta palabra– que están muy, muy lejos. Y se hace muy difícil. Lo vemos a diario en las noticias, en la política, en los sindicatos, en la economía, en la familia, en el trabajo, en la escuela, etc. Y se nos hace cuesta arriba.

“¿Cuáles son tus deseos?” debería ser la segunda frase. A diario, vemos que las partes –atención a esta otra palabra– no se conocen, no se reconocen, se desconocen y entonces no sabemos de qué hablar, pues hablamos de cualquier cosa, menos de lo sustancial. Cabe aclarar que no está mal, a priori, hablar de cualquier cosa, pero sólo cuando hay que

romper el hielo; después es perder el tiempo –y... el tiempo es oro, dicen–.

“¿A qué le tenés miedo?” Debería ser la tercera pregunta en esa conversación. Ofrecemos lo que no nos piden. Pedimos lo que no necesitamos. Nos ofrecen lo que no pedimos. Nos piden lo que no desean. Negociar así, es complicado, ¿no? Cuando se complica, podríamos preguntar simplemente “¿Querés negociar?” Y luego de tanto luchar y luchar, nos cansamos y llegamos a la conclusión de que no es posible negociar cualquier cosa, con cualquier persona, que represente a cualquier institución, sino que, por el contrario, sólo se puede negociar con los que piensan como nosotros, actúan como nosotros, comparten nuestros valores. Hay miles de ejemplos que tenemos la oportunidad de ver (y analizar) a diario de situaciones de “conflicto” (otra palabra clave) permanente que no se pueden resolver. Bueno, luego de describir lo que aparentemente sucede en la realidad, la



Juan Marcelo Juárez

buena noticia es que si las partes (quienes tienen intereses significativos en el caso) conocen sus necesidades (propias y ajenas), rompen el hielo, se preguntan y responden lo sustancial, entonces (sea quien sea, con los valores que sea), si necesitan algo mutuamente, entonces sí, es posible negociar cualquier cosa, con cualquier persona que represente cualquier institución. Sí y solo sí.

El autor es contador, Lic. en administración, gerente de empresa y profesor universitario de negociación.

VideoSwitch

DIGITAL INNOVATION



MATRICES DIGITALES

ASI SDI-SD/HD/3G

MXD041 MXD084 MXD164

www.VideoSwitch.tv

ENCUENTRO REGIONAL TELECOMUNICACIONES
 28 y 29 DE JUNIO 2017 ROSARIO **STAND N° 27**



OBTENGA Y GESTIONE SU RED FTTH CON TECNORED.

Obtenga en solo 3 pasos.



Mediante un convenio firmado entre Tecnored, Entidades Financieras Y Furukawa, una mayor cantidad de clientes podrán disfrutar de las grandes ventajas de contar con una red FTTH.

1. 

Diseñamos tu red y planificamos su ingeniería sin costo.

2. 

El banco aprueba tu crédito en 48hs.

3. 

En 120 días tendrás tu red FTTH 100% Furukawa con 10 años de garantía.

Gestione y optimice su tiempo.



 **APROVISIONAMIENTO**

- Aprovisionamiento basado en perfiles de configuración: Alta/Baja de clientes, habilitación/suspensión del servicio (CATV, datos y telefonía).
- Carga de perfiles (anchos de banda, IP fija/dinámica, servicios, etc).
- Configuración remota de redes inalámbricas de los abonados.

 **MONITOREO**

- Centralización de la información.
- Georeferenciación: Ubicación real de las cajas de empalme/NAPs/ONT.
- Visualización con Google Street View.
- Traza de zonas para delimitar nodos.
- Esquema de conexiones de FO por caja de empalme/NAP/cajas pasantes.

 **MANTENIMIENTO**

- Alta/baja de clientes, ante corte físico, indicando tipo de error y lugar.
- Controlar todos los parámetros vinculados a la ONT y su correcta conexión física y lógica.
- Interfaz configurable en tiempo real de todos los logs: OLT, ONT, Radius (O.S. Mikrotik), DHCP, FTP.

Argentina - Córdoba
 Av. Circunvalación Agustín Tosco Noroeste 980
 info@tecnoredsa.com.ar
 +54 351 569 3003

Chile - Santiago
 Doctor Manuel Barros Borgoño 71 of. 806 Providencia
 ventas@tecnoredsa.cl
 +56 2 2755 1336

InterLink: La evolución de Flowdat

Flowdat, el sistema de aprovisionamiento desarrollado por InterLink que se expande en la región, ha incorporado nuevos módulos que permiten, entre otros servicios, medir el tráfico acumulado por cada usuario y detectar la existencia de fraude en su red.

Uno de los nuevos módulos incorporados en el software es S.T.A.R (Subscriber Traffic Analysis and Reporting) que permite medir el tráfico acumulado por cada usuario. Esta información permite al operador encarar nuevas acciones comerciales, generando por ejemplo, paquetes de servicios a medida, o realizar el cobro de excedentes, permitiendo monetizar mejor los servicios de banda ancha ofrecidos a los usuarios.

Además, el módulo Anti-Fraude permite al operador detectar la existencia de fraude en su red, dando lugar a las acciones preventivas sobre las que InterLink además, podrá asesorar y acompañar para su correcta ejecución.



Estas nuevas funcionalidades complementan las ya existentes como Gestión de Incidencias y el Generador de Estadísticas, transformando a Flowdat en un completo sistema de aprovisionamiento y monitoreo de redes, disponible para ser utilizado tanto en redes FTTH como HFC.

Workshop en Encuentro Regional 2017

Los organizadores del Encuentro Regional de Telecomunicaciones confirmaron que su edición Rosario 2017 incluirá una actividad patrocinada por Interlink, destinada a divulgar los nuevos módulos que incorporó recientemente su software de aprovisionamiento, Flowdat. Se trata de las herramientas Anti-Fraude y S.T.A.R. (Subscriber Traffic Analysis and Reporting).

A cargo de la presentación estará el Ing. Emiliano Bonansea, quien ha fo-



Eduardo Malisani, Emiliano Bonansea y Alberto Vanderbossch, de Interlink

calizado su actividad en el diseño y administración de redes utilizando tecnologías Wireless, HFC y FTTH; principalmente en el desarrollo de sistemas orientados a las telecomunicaciones.

Consultado respecto a las posibilidades que acercan estos nuevos módulos, Bonansea afirmó que: 'esta información es fundamental para estructurar el negocio a futuro, ya que puede ser utilizada con un enfoque comercial para vender más servicios, o monetizar los servicios de banda ancha con tarificación por consumo'.

Fyco Telecomunicaciones: La distribución "glocal" llega a México

Fyco Telecomunicaciones ha expandido su presencia, ganando experiencia y reconocimiento en más de cinco países de Latinoamérica y el Caribe, incursionando en el universo de la globalización como muestra proactiva que implica una acción a nivel local, garantizando entregas en tiempo record al mejor precio posible en todos sus productos. Este, llevó a México su servicio exclusivo de Fibra Express, aplicando así, su filosofía "glocal", mientras ofrece planes de financiamiento accesible con ventajas interesantes para todos sus clientes para la ampliación de sus redes.

'Nos estamos posicionando como el principal proveedor de la industria de las



telecomunicaciones en la región, ya que mantenemos un amplio stock de cables de fibra óptica ubicado estratégicamente en la Zona Libre de Colón en Panamá', explicaron desde la empresa.

Fyco Telecomunicaciones cuenta con soluciones en redes HFC, DTH y FTTH, que junto a sus socios estratégicos, le han permitido consolidar una amplia cartera de clientes; una especial mención de este hecho es la alianza con PerfectVisión Manufacturing, fabricante de productos de alta calidad para redes HFC (cables coaxiales, conectores, pasivos y herramientas) certificados y homologados por los principales operadores de telecomunicaciones de la región.



Jaime Rey de Perfect Vision, Luis Eduardo Peña de Claro y Edwar Juárez de Fyco

Con el objetivo de seguir estableciendo la marca en Latinoamérica y acercarnos cada vez más a nuestros clientes, Fyco estará participando junto a PerfectVision en Convergencia Show 2017 del 11 al 13 de julio, en México.

LATPOWER

EXPERTOS EN ENERGÍA



ENERGÍA HEADEND



ENERGÍA DE RED



ENERGÍA DOMICILIARIA



HERRAMIENTAS



Fuente Standby MYERS

Escalable de 2 a 18 Amp en la misma fuente.

- ⊕ Más fácil de instalar
- ⊕ Mayor eficiencia
- ⊖ Menos baterías
- ⊖ Menor costo total

Lo que el mercado siempre esperó llegó a Latinoamérica.



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.

www.latpower.com | +5411 4545-1555

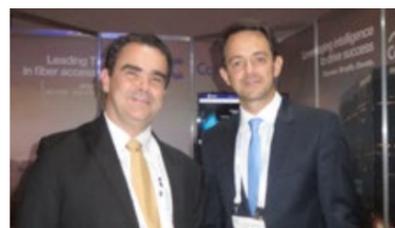
BCD con Calix y Sumitomo Electric

BCD tuvo una activa presencia en FTTH Latam junto a Calix y Sumitomo, marca que representa en todo lo que no es instrumentación.

Calix fue protagonista del FTTH con participación en varias conferencias. Tiene sede en California y fuerte presencia regional desde Brasil con **Guilherme Fuhrken**, que lleva un año y medio de trabajo con BCD en Argentina, pero está creciendo en todos los países en un promedio del 50% anual, por encima del mercado de FTTH que está en un 20% de crecimiento. Su solución incluye el software de captación y servicio al cliente. Calix tiene clientes grandes en Centroamérica, como



Cable & Wireless y el ICE de Costa Rica. **Nicolás Molinari** de BCD está viendo la oportunidad para el sur. **Julio César Bertin**, de Sumitomo, destacó que el objetivo es desarrollar toda la parte de FTTH a partir de la primera importación de productos que llegó en el primer trimestre del año. Remarcó la calidad de los productos con su pelo de fibra único y BCD tiene el compromiso de contribuir a una buena experiencia de los compradores argentinos. Nicolás Molinari agregó que es un producto especialmente bueno para los pequeños y medianos operadores por la relación calidad-precio.



Guilherme Fuhrken y Nicolás Molinari



Satoru Takagi, Julio César Bertin, Nicolás Molinari y Gabriel López

Tecnous: Viavi y Sumitomo en el FTTH LC

Tecnous, representada por **Marcelo Ruggiero**, tuvo stand en la Conferencia FTTH Latam de Buenos Aires, junto a las marcas **Viavi** y **Sumitomo EW**.

Allí, **Lietaert Gregory**, responsable de desarrollo de negocio de **Viavi**, dijo que la meta de sus productos es mejorar la eficiencia, optimizar y hacer más confiables las redes FTTH de los operadores. Esto con herramientas versátiles, flexibles y con la experiencia de muchos años para optimizar el flujo de trabajo a la nube. La marca se diferencia porque permite el trabajo remoto con interacción de smartphones y tablets.

Tecnous también representa a **Sumitomo**



Caio Donega, Marcelo Ruggiero, Lietaert Gregory y Araceli Ruiz



Marcelo Ruggiero con Dwayne Holst y Rogério Lopes, de Sumitomo

Electric Lightwave en la parte de instrumentación, donde está su director regional, **Rogério Lopes**, con **Dwayne Holst**. En FTTH Latam, la marca lanzó la máquina de fusión **Quantum 102-CA**, primer



sistema hecho en **Linux** compatible con iPhone; la cortadora **FC-8R**, con rotación automática del diamante y un contador digital; y conectorizadora para activar clientes FTTH, datacenters y cabeceras de MSO.

Universal Electronics: Gran proyecto con Claro

Universal Electronics concretó un gran proyecto con Claro para toda Latinoamérica, según confirmó **Juan Carlos Ocampo**, director regional para la región andina. 'En 2015 le propusimos a Claro un nuevo y mejorado control remoto unificado para todos los mercados que fuera más amigable con el usuario final. A principios de 2016 entregamos las primeras unidades en Colombia y desde entonces no hemos para-



do de producir para la telco regional. Gracias al trabajo continuado de ambas partes estamos finalizando la homologación en los otros países y acabando producción para suplir las necesidades inmediatas y futuras de cada país', agregó.

Universal Electronics ha crecido de manera sostenida en la región con la conducción de **Giselle Borgo**, que armó un equipo con directores regionales en todas las sub regio-



Giselle Borgo y Juan Carlos Ocampo de UEI

nes, incluido Brasil, además de tener todo el soporte de Estados Unidos.

EN DATOS Y VIDEO,

NOSOTROS TENEMOS LA SOLUCION PERFECTA



LatinoTCA, el partner ideal para soluciones de fibra, TV e Internet

‘Este año, nos hemos centrado en acercar nuestras soluciones y productos a diferentes operadores, para que puedan probarlos en sus cabeceras y redes, comprueben su robustez y denoten su flexibilidad. Es así que a lo largo del país la respuesta que hemos obtenido ha sido muy positiva y avanzamos en la instalación de varias soluciones FTTH, digitales y de EOC’, afirmó **Israel Rodríguez**, gerente comercial de **LatinoTCA**.

LatinoTCA siempre fue reconocida por la calidad de los productos, el soporte y la rápida adaptación a las necesidades actuales, hoy se destaca junto a la empresa, la marca **KT**, especializada en productos de fibra, TV e Internet.

‘En las soluciones EOC o Ethernet over coaxial contamos con un producto sencillo y listo para rápidamente ofrecer servicio de Internet. Permite que el cableoperador pueda maniobrar rápidamente y brindar internet de alta velocidad a bajo costo y sin modificar su

rede actual, permitiendo alargar la vida útil de la misma. Es un propuesta superadora, por sobre un CMTS en cuanto a sus velocidades, costo, mantenimiento y flexibilidad’, agregó. ‘EOC es un sistema tan flexible que permite hacer FTTH sobre la actual red de HFC’.

‘Las redes FTTH son el futuro de las autopistas digitales, LatinoTCA ha trabajado en conjunto con KT para desarrollar hoy una solución muy simple y económica, nos enfocamos en alcanzar a nuestros clientes un sistema que permita ser escalable, amigable, de bajo costo, y lo más importante, que sea interoperable con otras marcas tales como **Huawei** o **ZTE**’.

‘Nuestro renovado sistema de cabecera digital de KT es otro de los grandes productos que presentamos este año y es más sencillo que nunca. Con un sólo equipo es suficiente para brindar hasta 24 señales digitales; esto ha ayudado en gran medida a que el recupero de inversión sea substancialmente menor,



Israel Rodríguez, gerente comercial de LatinoTCA

aumentando la cantidad de subscribers y reduciendo la clandestinidad. Hoy, es importante que el cliente perciba el valor de su TV alta definición y para ello es fundamental ofrecerle un producto en HD y que este a la altura otros competidores’.

Por último, se refirió a la expansión del departamento de ingeniería en respuesta a las demandas del mercado y la necesidad de mantener siempre el mejor estándar de atención y capacitación a sus clientes, acompañándolos desde el diseño preliminar hasta su implementación.

Alpha: Ahora también es FTTH, Wifi y Small Cells Powering

Antonio Gálvez, director regional de **Alpha Technologies**, acompañado de **Aginaldo Trúccolo**, se reunió con **PRENSARIO** para detallar sus nuevas áreas de negocios y que lo lleva a otros mercados más allá de su expertise en el campo de la energía y las fuentes de poder para telecomunicaciones.

Gálvez remarcó que es muy importante que el mercado identifique a la marca con estas nuevas soluciones y no sólo ya con la energía.

Una de esas nuevas tres áreas que surgió a fines de 2016 y que tendrá muchos recursos puestos para la comercialización según es la de *High Density Fiber Management*, con fibra y FTTH que está creciendo en todo el mundo y la región, sin afectar que muchos clientes siguen con HFC y se trabaja mucho con ellos.

Esto para atacar ya no sólo a los operadores de cable que son clientes de la región, sino mucho a las telecoms y datacenters. Con ese objetivo estuvo presente en el DTH Council de Buenos Aires a fines de marzo.

Otra área que Alpha ahora tiene soluciones es el del Wifi, que podemos decir que está en el ojo de la demanda de los operadores e ISPs. Se tiene una solución externa en la calle con los cableros montando gateways de coaxial, con suministro de energía y bajada al equipo IP con cámaras o Access Point HFC.

Y el último pilar, donde se vuelca todo el expertise de la parte de energía y con todo el bagaje wireless, es la alimentación o powering de los equipos Small Cells para Telcos.



Antonio Gálvez y Aginaldo Trúccolo

Antonio Gálvez agregó que si las redes se saturan en tiempos normales hay que imaginar todavía más que pasa en caso de una emergencia o catástrofe. De la red coaxial esa salida va a una central office y de allí a la Nube para los Small Cells. Más allá de estos cuatro pilares, en su innovación Alpha trabaja en otros productos de energía que serán muy fuertes para el futuro, como el *Power One*, un protocolo que permite tocar señales de baja velocidad en un radio de 10 kilómetros con el ahorro de enviar técnicos a cada medidor, entre muchas otras futuristas pero que están cercanas, como contemplar los automóviles que se manejan solos.

pensamos **GLOBAL** actuamos **LOCAL**



El Distribuidor **GLOCAL** de Latinoamérica

FTTH • HFC • DTH • RF • CABLEADO ESTRUCTURADO

www.fycotelecom.com

Venezuela • Colombia • Perú • Ecuador • Centroamérica • Islas del Caribe • México

All rights reserved © Copyright 2009. Todos los derechos Reservados.

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

Sucursal Córdoba:
Boulevard Los Granaderos 2722
Ciudad de Córdoba - Córdoba
Tel.: +54 0351 598 0084
sucursalcordoba@wiretechsa.com.ar

www.wiretechsa.com.ar



diboxOTT



dibox.com.ar

f t You Tube /diboxargentina

dibox

Se realizó el Summit Antipiratería & Contenidos en Buenos Aires

Organizado por Laapip y TodoTVNews

En el Hotel Four Seasons de Buenos Aires se realizó una nueva edición del Summit Tour Antipiratería, organizado por **Laapip** y **TodoTVNews** en diversas ciudades de la región, con la participación de entidades y programadores.

En un panel moderado por **Gustavo Mónaco** sobre piratería online, **Javier Figueras**, de **HBO**, reclamó una rápida y enérgica actuación por parte de las autoridades de los diferentes países, para que la industria pueda afrontar los crecientes costos de programación y se pueda seguir invirtiendo en producción de contenidos. Y, propuso formar un grupo de trabajo para coordinar la labor de las diferentes empresas y organismos afectados. **Sergio Piris**, de **Cablevisión**, enfatizó la necesidad de acelerar la velocidad con que se tratan estos procesos a nivel judicial, citando el caso de **Cuevana**, 'que pasó a ser "el bueno" en tanto los dueños de los derechos intelectuales pasaron a ser "los malos". Falta concientización'.

Rainer Lorenzo, de **Viacom**, pidió 'definiciones que no sean demasiado específicas' para evitar que un cambio tecnológico o de



Ygor Valerio, de la MPAA

modalidad las deje obsoletas. **Jorge Bacaloni**, de **Turner**, pidió 'un avance en la legislación y procedimientos ágiles'. **Daniel Steinmetz**, de **Fox**, se refirió a la necesidad de capacitar a las autoridades judiciales pero también de actuar a nivel de responsabilidad social, para 'proteger el valor de la creación'.

Con respecto al ente regulador en la Argentina, Steinmetz dijo que 'estamos trabajando en Enacom, vemos que le faltan herramientas, hemos propuesto que se



Gustavo Mónaco, Daniel Steinmetz, Rainer Lorenzo, Jorge Bacaloni, Sergio Piris y Javier Figueras

agreguen a través de la Ley de Convergencia'. Bacaloni citó casos en Argentina y Chile donde hubo que explicarle al juez que lo que se pedía era plausible; Rainer Lorenzo dijo que 'no todos los reguladores son iguales, si podemos decir que necesitamos tales cosas, podremos avanzar; de otro modo nos pasaremos la vida quejándonos'. Piris propuso una presentación conjunta de los cableoperadores, incluyendo peticiones de sanciones contra los cableoperadores legales que 'cometen actos ilegales' y la provisión y venta de decodificadores ilegales.

Figueras remarcó 'la gravedad de lo que estamos planteando' y reiteró la conveniencia de 'salir de esta reunión conformando una mesa de trabajo'. Agregó que 'es cierto que el consumidor quiere el contenido aquí y ahora, pero tenemos que proteger esos contenidos. En Argentina hay tres sitios muy populares que difunden contenidos en forma ilegal, y no hemos hecho nada contra ellos'. En la sesión siguiente, **Ygor Valerio**, de la **MPAA**, solicitó que los productores de contenido sean invitados a participar en las discusiones sobre gobernanza de la Web, dado que su producción constituye un alto porcentaje del total de banda ancha consumido en Internet: 'tenemos que lograr que los usuarios de contenidos ilegales migren a los sitios legales, esto es un tema de disponibilidad y precio' y convocó a **Netflix** a participar, dado que los sitios ilegales tienen también disponibles los títulos de esta empresa. 'Estamos todos en el mismo problema, es un problema de los programadores y también de los distribuidores'. Dijo que

en Argentina hay 87 sitios con contenido ilegal que reciben al menos cien mil visitas mensuales, la mayoría de ellos distribuyendo por streaming; sus servidores están en la casi totalidad de los casos fuera de América Latina, 'lo que aumenta el problema de buscar medidas; los cinco sitios más grandes recibieron más de 200 millones de visitas en 2016, con 750 millones de visitas para los 187 sitios detectados por la MPA. Perú 'es, dentro de la región, un lugar preferido para su localización, por su falta de regulación'. Para la Argentina, el 80% de las visitas van a 37 sitios: 'no puedo creer que no podamos actuar contra 37 sitios'; y, 'hay que determinar de qué viven, en Brasil un sistema pirata había recaudado dos millones de dólares'.

Continuó: 'Esto responde a anuncios publicitarios de empresas que probablemente no saben en qué lugares son exhibidos sus anuncios, incluyendo anuncios gubernamentales comprados a través de empresas de venta programática de publicidad. Es necesario que estas empresas entiendan que pueden favorecer sitios pirata'. Luego se refirió al "bloqueo de sitios", que se plantea a nivel de los proveedores de acceso a internet: 'En Europa hay bloqueados más de cuatro mil sitios, y es más sencillo obtenerlo que litigar en terceros países; además, se logre que parte de sus usuarios migre a sitios legales'.

Hacia el final de la conferencia se realizó un *Panel de Reguladores*, donde **Ralph Haiek**, presidente del **INCAA** dijo: 'En la lucha contra la piratería, el INCAA tiene dos herramientas importantes: un plan de Fomento a la producción audiovisual, en cuyas bases ya están

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.

UNA SOLUCIÓN PARA CADA NECESIDAD



DISCAMP
14
14^o Aniversario

Gracias por confiar en Nosotros!

APOYANDO
LA INDUSTRIA NACIONAL

Envíos a todo el País
4687-5261/7574
Comunicate con nuestro dpto de exportación

IO-Net
CERTIFIED MANAGEMENT SYSTEM

Se realizó el Summit Antipiratería & Contenidos en Buenos Aires

incorporados los elementos de regulación y derechos de autor; y los canales de exhibición que nucleamos bajo la marca CINE.AR', expresó Ralph Haiek.

'Los contenidos que son subsidiados por el Estado se exhiben en una red que incluye ochenta salas de cine en todo el país; un canal de televisión y una plataforma de video a demanda, que cumple la función de plaza pública, y que posibilita que cualquier persona pueda acceder de manera gratuita a los contenidos culturales argentinos una vez cumplido el plazo estipulado para su comercialización, lo que permite que esos contenidos puedan ser visualizados por estos canales y no por opciones piratas', detalló Haiek.

La moderadora **Roxana Kahale** apuntó a la falta de especialización de la justicia y el tema jurisdiccional; **Gustavo Schötz**, de DNDA, señaló que ahora está regulada la jurisdicción pero ello 'no ha sido detectado por los abogados' cuando los 'hechos son perseguidos en otro país'.

Silvana Giúdice, de Enacom, ofreció una

descripción de la situación actual de la conectividad en Argentina, con 33.000 kilómetros de fibra óptica tendidos y 23.000 de ellos ya iluminados, y un plan de conexión de 1.200 localidades a Internet. También se tiene un 58% de utilización de dispositivos inteligentes móviles, y se están analizando 'los procesos de transformación hacia digital'. 'Hay un corte de servicios de cable hacia conexiones de Internet' que 'obliga a pensar en una nueva regulación y en la protección de los contenidos en Internet, además de los tributos a percibir y 'la mella de los contenidos internacionales en nuestro cine, televisión y otras manifestaciones culturales que debemos proteger. Agregó que se trabaja 'con maneras creativas de actualizar los fondos de fomento para evitar que disminuyan' con estos cambios en

la utilización. 'Creemos importante que la producción sea local y se 'incentive a nuestros productores, actores', mencionando las cuotas de producción local que se trata de imponer en otras partes del mundo, como el 20% en Brasil y de 30% en Europa. Se refirió también al bloqueo de Internet, considerando que deben considerarse medidas de alternativa que no afecten la libertad de expresión, y a la futura promulgación de la Ley de Convergencia y la necesidad de 'ser amplios para que la ley no termine "encorsetando" a una actividad tan dinámica'.



Ralph Haiek, presidente del Incaa; Silvana Giúdice, directora del Enacom; Oscar Reyes, presidente de la Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica (PRAI); y Gustavo Schötz, director de la Dirección Nacional del Derecho de Autor (DNDA).

OPTOPUS
Plataforma Óptica para Redes de Acceso HFC y FTTx

Transmisores „Full Spectrum“ LX 15 S 2xxx / 3xxx / 4xxx

OPTOPUS
Chasis 4 UA

„90 años de innovación para las personas“

WISI

1,2 GHz

LR 27 RFoG Node

1,2 GHz

- DWDM, fijo y ajustable
- Cumplimiento DOCSIS 3.1
- Enlaces de larga distancia
- Concepto modular y sistema de gestión moderno con acceso por Web-GUI y SNMP
- Diseño „Carrier grade“ asegura alta disponibilidad de la red
- Consumo de potencia extremadamente bajo, reduce gastos operativos
- Paso en bucle WDM óptico para redes PON
- Indicador de tráfico

www.wisi.de

THE UNIFIED TV ECOSYSTEM

INNOVACIÓN. EVOLUCIÓN. VANGUARDIA.

Live

CatchUp TV

Billing

Contenido Premium

DRM

Seguridad

+ DE 70 CANALES INTEGRADOS

toolbox

LA MEJOR ELECCIÓN PARA LA EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO DE TV

ELEGIDOS POR LOS PRINCIPALES OPERADORES DE TV

toolboxtve.com

11 AL 13 DE JULIO • WTC • CIUDAD DE MEXICO

CONVERGENCIA 2017

SHOW.MX

11 | 12 | 13 DE JULIO

5000 M²
DE EXPOSICIÓN

24 HS
DE CONFERENCIAS
Y WORKSHOPS

- Telecomunicaciones
- Convergencia
- TV Paga
- Redes
- nPlay
- Satélites
- OTT

ACREDÍTESE EN FORMA GRATUITA

¡NUEVO FORMATO DE EXPO-CONVENCIÓN!

9:00 A 12:00 / CONFERENCIAS Y WORKSHOPS

Donde especialistas ofrecerán workshops y conferencias destinados a la capacitación y aplicación de nuevas tecnologías.

12:00 A 15:00 / BRUNCH NETWORKING

Un espacio relajado donde visitantes y expositores almuerzan mientras hacen networking y amplían sus posibilidades de contactos y negocios.

14:00 A 19:00 / PISO DE EXPOSICIONES

Apertura del market floor donde las principales empresas del sector exponen sus productos y servicios en un clima de negocios.



“YOUR BEST DEAL BEGINS WITH ACE!”

**WIRELESS CABLEMODEMS DOCSIS 3.0
& WIRELESS EMTA DOCSIS 3.0**

We have the **LARGEST INVENTORY** of refurbished, wireless cable modems in the industry.



Motorola SBG6580
Wireless Cable Modem, Docsis 3.0, 8x4



Arris TG1672G
Wireless EMTA, Dual Band 802.11, Docsis 3.0, 16x4



SMC Net. SMCD3G0804W
Wireless EMTA, Docsis 3.0, 8x4



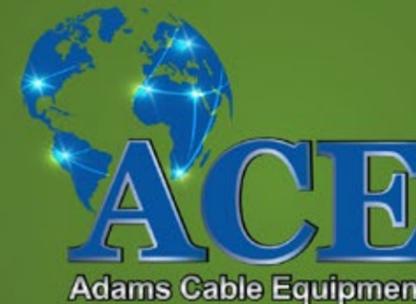
Arris DG1670A
Wireless Modem, Dual Band 802.11, Docsis 3.0, 16x4



Ubee DVW32CB
Wireless EMTA, Docsis 3.0, 16x4



Arris DG860A
Wireless Cable Modem, Docsis 3.0, 8x4



Arris TG852G
Wireless EMTA, Docsis 3.0, 8x4

Arris TG862G
Wireless EMTA, Docsis 3.0, 8x4



CISCO UBR10012
CMTS Docsis 3.0, Universal Broadband Router

CALL US TODAY

913-888-5100 Toll 866-329-0060 (Se habla español)

ADAMS CABLE EQUIPMENT
9635 Widmer Rd
Lenexa, KS 66215
913-888-5100

adamscaleequipment.com



WE BUY & SELL
NEW AND USED EXCESS EQUIPMENT.