

GANAR EL GRAN PREMIO DE LA REGIÓN,
ANTES DE GANAR LOS GRANDES
PREMIOS DEL MUNDO.



EN VIVO

SÁBADO 22 DE JUL

PREMIOS
PLATINO
DEL CINE
IBEROAMERICANO



TAMBIÉN EN VIVO POR **TNT GO**

JULIO 2017 | AÑO 24 | # 301

Prensario *Internacional*

www.prensario.net

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING

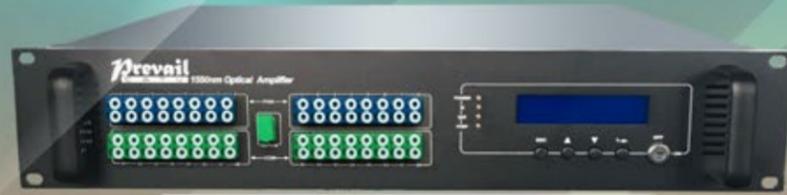
EDICIÓN ESPECIAL DE
MEXICO

CONVERGENCIA 2017
SHOW.MX

WORLD TRADE CENTER - CIUDAD DE MÉXICO

COBERTURAS POST:





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.



D-Master 9000 Series IPQAM
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 OLT



EGPON System ONU



FTTH Optical Receiver: WR-1088-M



CATV Optical Communication Platform: WOS-4000



- 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



L A S G R A N D E S
IDEAS
N O S O N C U A D R A D A S
M Á S B I E N S O N
REDONDAS

Este lunes 17 de julio
espera un **GRAN CAMBIO**

Edición Especial de México y Convergencia Show

Por 18º año consecutivo, publicamos nuestra tradicional Edición Especial de México, que busca abarcar todo el universo de esta industria a nivel nacional.

Aparecen así reporteados todos los CEOs de todos los operadores líderes del mercado como Sky, Izz, Megacable, Dish, PCTV, Axtel, Cinépolis en la parte de OTT, la gran novedad exitosa del DTH de Julio Di Bella, StarTV y el crecimiento de la cámara de independientes, ATIM, con Salomón Padilla.

Como decimos en el informe principal, queda por definirse todavía lo que va a pasar con el cambio del título de concesión de Telmex (América Móvil), que ya tiene a ClaroVideo creciendo como OTT, en lo que puede ser una nueva revolución y despegue del mercado de TV paga, que es el número dos de Latinoamérica después de Brasil pero con bases mucho más sólidas, más allá de la crisis y el “efecto Trump”.

ConvergenciaShow, segunda edición

A dos años de la desaparición de la Expo Canitec con toda su opulencia, la Edición Especial de México se distribuirá en la nueva expo ConvergenciaShow en el WTC de CDMX. Nacida de la convención de ATIM el año pasado y que tiene vida propia con la or-



ganización de Newsline Report de Rafael Val, a la cual PRENSARIO apoya en la certeza de que es necesaria una expo de TV paga en México.

No compartimos que la consolidación de mercado no permite una expo. Por el contrario, en tiempos de tanto cambio, con un 20% del mercado mexicano en manos de operadores tier 2 en adelante, el crecimiento de los OTT con nuevos jugadores, el sostenido éxito de los DTH y el avance de los sistemas nuevos e independientes a la fibra óptica y FTTH, hacen que sea más necesaria que nunca.

Informes Post Tepal y NexTV Series

Dentro del foco en México, por su relación estrecha y la activa participación de Enrique Yamuni de Megacable y PCTV con

Alejandro Tanaka, además del vínculo histórico de México con Centroamérica, esta edición de julio tiene el informe con la cobertura de la Expo Tepal 27 que mostró a los grandes MSOs de la región eligiendo sus estrategias hacia los nuevos tiempos del negocio.

Esas nuevas tendencias también se trataron directamente en el seminario NexTV Series South America, realizado en Buenos Aires, que por su valor también incluimos la cobertura aquí.

Special Edition Mexico

This 18th Special Edition Mexico embraces the whole local Pay TV and telecommunications universe. Two years after the expiration of Expo Canitec with its opulence, this edition will be mainly distributed at the new ConvergenciaShow which is taking place at the WTC in Mexico City.

Born last year, after ATIM convention, this show has a life on its own, with organization by Rafael Val's Newsline Report, which has the full support of PRENSARIO INTERNACIONAL with the certainty that a Pay TV convention in Mexico is fully necessary.

This July issue has also the coverage of Expo Tepal 27 which took place at Panama City from June 21st to 22nd at the Riu Hotel and brought together the biggest MSO in the region who shared their strategies beyond the new business times, with mobility, a big bet to Wi-fi, OTT releases and the growth of their corporate segment.

These trends have also been discussed at the seminar NexTV Series South America, held in Buenos Aires, that because of its value is also included in this issue.

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

ENTRETENIMIENTO INTELIGENTE

EN CONSTANTE EVOLUCIÓN



- TELEVISIÓN
- COMPUTADOR
- TABLET
- SMARTPHONE

HBO
LATIN AMERICA
GROUP™

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.



© 2017 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.



México: TV paga y telecomunicaciones definen su futuro

El panorama de la TV paga en México muestra signos alentadores sobre otros mercados de la región; si bien el ritmo de crecimiento se ha desacelerado, le alcanzó para superar a Brasil mientras ve desarrollarse con fuerza el segmento OTT y a la par, la conectividad móvil. En telecomunicaciones, la reforma de 2013 ha tenido efectos positivos para el público, como precios más bajos y un incremento de la competencia a partir de la entrada al país de nuevas empresas, como AT&T, con sus consecuentes inversiones en infraestructura. Sin embargo, no se ha modificado la participación de mercado por empresas, donde América Móvil, pese a haber acatado las medidas asimétricas, sigue acaparando la mayor porción en telefonía fija y móvil y ahora puja por ganar un lugar en el segmento de televisión, aunque no confirmo si abierta o por suscripción.

El mercado en números

Con 20,1 millones a diciembre de 2016, México se ha consolidado como el mercado más grande de TV paga en Latinoamérica, superando a Brasil (en clara curva descen-

diente desde hace dos años), que en abril totalizaba 18,7 millones, según Anatel. De acuerdo al Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), el crecimiento fue del 10% interanual, donde el DTH mantuvo su liderazgo con el 55% del market share, dejando el resto al cable.

Al hablar del crecimiento de la TV paga, no puede dejar de mencionarse la influencia del apagón analógico en México, concretado a nivel nacional en diciembre de 2015. El cese de las emisiones analógicas llevó a muchos hogares a contratar el servicio para evitar quedarse sin televisión, contribuyendo al aumento de las cifras del sector, en un contexto regional en el que los mercados ven una merma en su crecimiento.

El Grupo Televisa es el principal operador de TV paga con el 61% del mercado que abarcan tanto izzi, que desde 2015 unificó todas las operaciones de cable en una oferta triple play, como el DTH Sky, del que es dueña del 51%. Este último representa por sí solo el 38,1% del mercado. En segundo lugar está el DTH Dish (MVS) con el 16,7% de participación, seguido por

Megacable con el 14,6%, Cablemás con el 8,7%, Cablevisión con el 5,1%, TVI (3,3%), Cablevisión Red (3,1%), Cablecom (2,8%) y Total Play (Salinas) 2%.

En el mercado de telecomunicaciones, la telefonía fija cerró el año con 19,6 millones de líneas activas, mientras que el segmento móvil alcanzó los 111,7 millones de líneas, mostrando un crecimiento de 4% anual. De ese total, 74,5 millones tienen banda ancha móvil, servicio que se incrementó 16% en un año. Por su parte, la banda ancha móvil llegó a 16,1 millones de accesos en diciembre, mostrando un crecimiento de 8,7%.

OTT: crecimiento acelerado

Mientras la TV paga desacelera su ritmo de crecimiento, el sector de OTT muestra cifras cada vez más atractivas. Sus ingresos representan en México el 10,1% dentro del total de servicios audiovisuales bajo suscripción, frente al 45,9% de la TV por cable y el 43% de la TV satelital, según un informe realizado por la consultora The Competitive Intelligence Unit (CIU). En total, 6,7 millones de usuarios contaban con una suscripción a una plataforma VOD en 2016, lo que representa un 24,3% del mercado local. El crecimiento desde todos sus ángulos fue determinante, sobre todo considerando sus apenas cinco años de antigüedad.

Netflix es el OTT con mayor porcentaje de suscriptores, abarcando el 70,1% del mercado, seguido por las opciones nacionales Blim (Televisa) con el 17,5%, y Claro Video (América Móvil) con el 9,3%, Mubi con el 1%, YouTube, Fox Play y HBO Go con 0,7% cada uno.

Habrà que ver cómo influyen las más recientes novedades como el anuncio de HBO de hacer disponible HBO Go en 18 países

de la región, entre ellos México, como un servicio independiente de la suscripción a un operador de TV paga y accesible desde cualquier dispositivo conectado. Otra noticia en este sentido tuvo como protagonista al MSO Megacable que finalmente, después de algunos años de anticiparlo, lanzó su VOD, Xview que permite a los suscriptores ver contenidos en video y por streaming.

Televisa y Telmex, preponderantes

Meses atrás se dio a conocer la resolución del IFT que revirtió un fallo de 2015, determinando esta vez que Televisa efectivamente tiene poder sustancial en el mercado de TV paga en México. Después de una nueva investigación, el regulador consideró que el 57,1% de cuota de mercado de TV paga que controla Televisa con sus subsidiarias, sumado al hecho de que es el único operador presente en muchos municipios del país, otorgan al grupo un poder sustancial en el mercado, con capacidad para fijar precios y restringir la oferta de servicios sin que pueda haber una reacción competitiva.

El grupo ha objetado esta resolución con el argumento de que es inconstitucional la reversión del fallo inicial. El regulador ha iniciado un procedimiento para determinar las condiciones de competencia en el mercado con el objetivo de diseñar las medidas asimétricas que impondrá a Televisa, una vez que el fallo quede firme.

Mientras tanto, el que podría verse beneficiado de la imposición de medidas a Televisa

es Telmex, que aguarda el cambio de su título de concesión para pasar de ser proveedor de telecomunicaciones a operar en el mercado de televisión, aunque no adelantó si paga o abierta. Tras haber sido declarada preponderante en telecomunicaciones, la empresa de Carlos Slim debió atenerse a una serie de medidas impuestas por el IFT en 2014.

Al no haber visto cambios sustanciales en el mercado de telecomunicaciones, el regulador impuso nuevas medidas. Entre ellas, la división en un segmento enfocado al público final y otro al mayorista. A partir de ahí, la empresa presentó su propuesta de división formal y espera la respuesta del ente regulador, que aún no se ha expedido a favor ni en contra y no ha dado muestras de aprobar el cambio del título de concesión.

TV abierta

Con la transición a la TDT, el acceso a la multiprogramación, la entrada del Grupo Imagen como nuevo competidor con Cadena 3 y los cambios en los hábitos de consumo de contenidos audiovisuales, el panorama de la TV abierta ha mostrado signos de una mayor competencia en el sector, a tres años de la resolución que declaró a Televisa como agente preponderante en radiodifusión. De acuerdo al CIU, el 43,8% de los hogares de México accede a contenidos audiovisuales únicamente desde la TV abierta, el 58,5% lo hace mediante la TV paga, mientras que el 20,4% cuenta con servicios OTT, éste último con crecimiento acelerado en los últimos años.

En este sentido, Televisa ha objetado que

Market share de OTT en México, por compañía



Total de suscriptores: 6.200.000

Fuente: The CIU

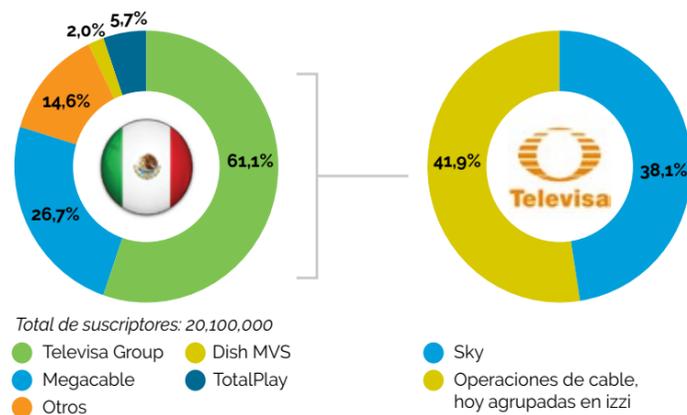
las nuevas plataformas, no todas reguladas por el IFT, sumadas al lanzamiento de la nueva cadena y las casi 150 nuevas señales de televisión en licitación, han generado una fuerte competencia que no ha sido contemplada por el regulador. Este panorama empeora con la obligación de ceder la transmisión gratuita de sus canales a los operadores de TV paga, que a su vez compiten con su sistema, afectando de esta manera sus ingresos.

Más allá de la entrada de nuevos jugadores, los números muestran que la empresa de Emilio Azcárraga Jean continuando con cobertura mayor al 50% del total de TV abierta en México y sus ingresos por publicidad superan el mismo porcentaje si se considera la inversión total del país.

De acuerdo al IFT, Televisa opera el 54,3% del total de las frecuencias de canales comerciales, que con la llegada de Imagen Televisión, bajará al 43%; Azteca pasará del 39% al 31%, mientras que el grupo comandado por Olegario Vázquez Aldir tendrá el 21% una vez desplegada toda su red, que actualmente incluye 42 señales al aire.

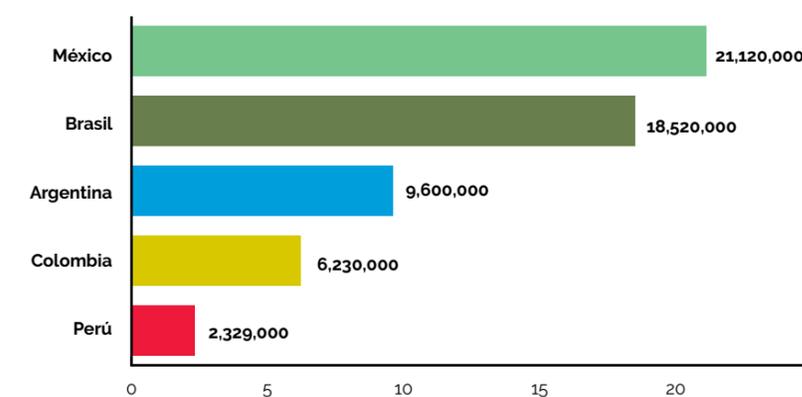
En lo que respecta a inversión publicitaria, según el último reporte trimestral de Televisa, sus ingresos fueron de 23.223 millones de pesos (USD 1.235 millones), lo que representaría el 59% de participación en la inversión total del país, de acuerdo a estimaciones de la Cicom al 2015.

Market share de TV paga en México, por compañía (Diciembre 2016)



Fuente: IFT

Suscriptores de TV paga en principales mercados de Latinoamérica (junio 2017)



Fuente: Private Advisor



Izzi: Internet ha impulsado el crecimiento

Productos en todos los segmentos de mercado

‘Los resultados han sido muy positivos en términos de crecimiento tanto en la parte financiera como en el crecimiento de RGU (unidades generadoras de ingresos). En cuanto a participación de mercado, **izzi** ha crecido en México en la suma de servicios que ofrecemos, impulsados sobre todo por el crecimiento en Internet y telefonía fija’, expresó **Adolfo Lagos**, director general de **izzi**, el sistema de TV por suscripción del **Grupo Televisa**.

‘Nuestro anaquel de productos es muy robusto y atiende a las necesidades de varios segmentos del mercado. **izzi tv** es una plataforma de entretenimiento única en México al integrar varias soluciones para los clientes que gustan de ver la TV en casa, disfrutar de series, películas o estrenos VOD y llevar todo esto a donde quieran, en su celular y/o tablet’.

El grupo ha sumado la plataforma OTT **Blim**, que complementa su oferta de triple play. ‘Blim aporta miles de títulos de contenido, para un mercado muy diverso. El impacto de su integración ha sido positivo en nuestra oferta de



valor. **izzi tv** tiene más de 27.000 títulos incluidos, con TV online, servicios TVOD y SVOD, que además de verlos en la TV del hogar, también se pueden disfrutar en dispositivos móviles con la app **izzi GO**. Nuestra alianza nos permite ofrecerle contenido VOD a clientes que incluso tienen un producto distinto a **izzi tv**, acercando así este tipo de plataformas a todos los clientes’, explicó Lagos.

Sobre la cobertura del servicio, dijo: ‘El avance del despliegue de la marca **izzi** está al 70% a nivel nacional. Esto ha implicado un proceso de integración muy complejo a nivel operativo y tecnológico, lo cual se ha acompañado de renovación de marca, de RRHH, de modelos de gobierno corporativos y de homologación de servicios y productos ofrecidos a los clientes’.

‘Vamos a seguir invirtiendo en crecimiento y desarrollo de nuestra red, de cara a continuar brindando un servicio de calidad para los usuarios. La TV paga en México es una industria en franco crecimiento, dentro de la cual vemos una fuerte oportunidad de expansión’, resumió.



Adolfo Lagos, director general de izzi

Novedades en programación

Comentó Adolfo Lagos: ‘En deportes contamos con **TDN** que transmite todos los partidos de las Chivas del Guadalajara jugando de local. En cuanto a otras novedades en programación, destacamos **Fusión**, un canal de **izzi tv** dirigido sobre todo al segmento de los millennials pero con contenido también para otros targets. Nuestras diversas alianzas con programadores nos permiten mantener actualizada una amplia gama de estrenos de películas, series, documentales, programas infantiles y para todo tipo de audiencia’.

María Visión se expande con una nueva oferta de canales

María Visión es la señal católica producida desde México que en los últimos años ha crecido de manera constante en Latinoamérica y el mundo. Su desarrollo implicó el lanzamiento de dos señales más, **María Visión Italia** y **Jesus Christ Network (JCN)**.

En la última edición de Tepal, **Carlos López Gutiérrez**, director internacional de **María Visión**, comentó que si bien la principal distribución del canal insignia está en México, tiene una enorme presencia también en Argentina, Colombia, Guatemala, Panamá y República Dominicana. Sus principales metas son colocar los nuevos canales y seguir creciendo en toda América Latina y el mercado estadounidense.

‘El sello distintivo de **María Visión**, es proponer una programación que refleja el espíritu de todos los pueblos, sus historias, sus costumbres, las celebraciones y la manera en que viven día con día su encuentro con Dios’.

Los tres canales apuntan a públicos diferentes. Así, **María Visión Italia** es producido en Loreto en italiano y desde hace cinco años difunde todo lo relacionado con la Iglesia Católica en Europa. Por su parte, **JCN** se realiza desde Miami y cuenta con programación mixta en español e inglés, enfocándose en el contexto de EE.UU. **María Visión México** se produce desde Guadalajara en español y



Carlos López Gutiérrez, director internacional

se transmite vía satélite para toda América, centro de Europa y norte África.

‘Además todas las señales están disponibles mediante Live Streaming HD para los sistemas de TV y en formato multiplataforma, para el público en general’.

EL AMOR ENTRE MADRE E HIJO NO SIEMPRE TIENE UN FINAL FELIZ...

BATES MOTEL

NUESTRA SERIE MÁS ESCALOFRIANTE
LLEGA A SU ÚLTIMA TEMPORADA

JULIO 2017



100% PERSONAJES

UN CANAL DE
NBCUniversal
INTERNATIONAL
NETWORKS



Sky México llegó a 8,03 millones de abonados tras crecer 10%

Impulsado por el apagón analógico y la inversión en contenidos exclusivos

Sky México alcanzó los 8,03 millones de suscriptores en 2016, mostrando un crecimiento anual de 10,2%. 'Este crecimiento se debió en gran medida al apagón analógico, que generó un crecimiento acelerado de suscriptores en los primeros cuatro meses del año'. Ese año sumó 38.000 abonados en HD para terminar el año con 4,60.000.

'Durante 2016, robustecimos la plataforma **Blue To Go Video Everywhere** (BTGVE) sumando varias señales a nuestra oferta de contenidos en exclusiva. Actualmente tenemos más de 40.000 suscriptores que cuentan con este servicio. Además, invertimos USD 357 millones de dólares en CAPEX en 2016. La principal asignación de los recursos fue para crecimiento de la base de suscriptores (decodificadores, antenas, etc.) y sistemas'.

Además, Sky mantuvo las transmisiones exclusivas de eventos deportivos como LFP, EPL, partidos del fútbol mexicano, y sumó señales a su oferta de programación,

destacando **CNBC, Atraserries, ¡Hola! TV y ESPN3**.

Sobre los objetivos de la empresa para este año, Alex Penna comentó: 'Más allá de buscar crecer la base de suscriptores, buscaremos hacer crecer los ingresos por suscriptor. En este sentido, lanzamos a mediados de mayo la recarga VETV de 15 días y en junio estaremos lanzando el paquete Gold HD para los clientes de pos pago así como los paquetes VETV HD y VeTVPlus HD para los clientes de prepago'.

'Además estamos trabajando para terminar este año con la migración de los suscriptores HD al paquete nueva era HD. Y en la primera mitad de 2017 promover la transmisión de la Copa Confederaciones y Copa Oro con varios partidos exclusivos y el segundo semestre de este año posicionar a Sky para el Mundial de Rusia 2018, donde transmitiremos los 64 partidos siendo 24 en exclusiva'.

El año pasado, Sky comunicó sus planes de lanzar voz y datos sobre la red de Tel-



Alex Penna, director general de Sky México

mex. Al respecto el ejecutivo dijo: 'Estamos en la etapa de Family & Friends testando el servicio de reventa y ya trabajando en equipar las centrales de **Telmex** que usaremos para prestar los servicios de voz y datos directamente bajo nuestra marca'.

Y terminó con una reflexión sobre el mercado mexicano: 'Es extremadamente competitivo debido a la alta penetración de televisión paga y la oferta de servicios empaquetados de video, voz y datos. La piratería ha crecido a de forma significativa en el mercado mexicano.

Cerramos el 2016 con 207.000 suscriptores en CA y Republica Dominicana. El mercado sigue siendo dominado por ofertas muy económicas y por la piratería'.

Canal AMC entró en VeTV de Sky

Alejandro Kember de **AMC Networks** destacó que el grupo tuvo un primer trimestre de 2017 muy positivo, con acuerdos importantes en distribución que involucran a México como la entrada del canal **AMC** en el servicio de prepago **VeTV** de **Sky**. Además, hizo un acuerdo con **Film&Arts** en **Megacable**. Junto con eso, está creciendo en rating, distribución y ventas publicitarias.

En términos de rating, en la región todo el portfolio creció un 31% en el prime time. Algunos casos puntuales como **elgourmet** en Centroamérica el crecimiento fue de 130%. Desde que se lanzó como AMC, todo

el portfolio creció un 250%.

En contenido, está apostando a la calidad pasando la primera parte de la tercera temporada de **Fear The Walking Dead** y ahora tiene la segunda de **Animal Kingdom** con la figura de la colombiana **Carolina Guerra** como talento local. Es por eso que su viaje a Tepal lo combinó con una presentación para clientes de ad sales en el hotel **Click Clack** de Bogotá. Antes de fin de año habría nuevos estrenos y ya se está trabajando en el año que viene también.

Como otras novedades, en **Europa Europa** se estrenó **Atrapados** que fue premiada como mejor serie en ese continente y en **Film&Arts** estuvo



Alejandro Kember y Christian Vanzozi, de AMC Networks, con Jorge Schwartz y Diego Puente, de TV Cable Ecuador en Tepal

con toda la cobertura de los **Premios Tony** en Nueva York con **Kevin Spacey** como anfitrión.

NUEVA PASARELA, NUEVAS REGLAS

project RUNWAY



milifetime.tv

f /milifetime

@milifetime

Nueva Serie

TODOS LOS MARTES

LIFETIME

9PM COL / 10PM MEX-VEN-CHI / 23HS ARG



Megacable lanzó su plataforma de video interactivo, Xview

Crece las inversiones en tecnología e infraestructura

‘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 lanzó su plataforma de nueva generación de video denominada **Xview**. Ahora los suscriptores pueden acceder a una experiencia 100% interactiva a través de una nueva interfaz que les permite ver sus contenidos en el lugar que quieran, a la hora que quieran en el dispositivo de

su preferencia. En Xview, el suscriptor encuentra miles de programas en VOD así como nuevas funcionalidades de los canales en vivo como Startover, Reverse EPG y Cloud DVR’.

Xview combina la televisión lineal con la televisión on demand a partir de 8000 horas de programación, incluyendo noticieros, programas infantiles y deportes, entre otros. Cuenta con 100 canales lineales a los que se puede acceder desde cualquier dispositivo conectado y se pueden regresar hasta 48 horas en la grilla. Hay 150 horas de almacenaje hasta por 30 días. En un primera etapa, estará disponible en Guadalajara, Puebla, Hermosillo y Culiacán para luego llegar al resto de los mercados donde tiene presencia Megacable.

Mercado de TV paga en México

Por último, Yamuni compartió su opinión sobre el mercado: ‘Los operadores debemos atender las nuevas tendencias



Enrique Yamuni, CEO de Megacable

de ver televisión y seguir con la forma tradicional a la que estamos acostumbrados, por eso es necesario invertir en nuevas tecnologías y mayores velocidades de Internet. ‘En Latinoamérica, el reto es más grande debido al 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’.



Agrotendencia partió en Altice Dominicana

María Eugenia Ugueto, de **Agrotendencia**, dijo que Tepal fue muy positiva y que se proyecta a ConvergenciaShow de México y Andina Link en Costa Rica, donde están sus oficinas regionales. Ya está en más de 450 sistemas de cable y supera los 6 millones de usuarios. Su más reciente acuerdo fue con **Tricom Altice** para sus servicios satelitales y de fibra. **Cable Onda** Panamá fue otra gran noticia de este año en la grilla satelital.

En Costa Rica, está en la mayoría de los sistemas como **CableTica**, **Telecable** y acaba de entrar en **ICE**. También hay un primer buen acercamiento en Uruguay y en Chile a las cámaras independientes.

Ahora para México tiene la representación con ATIM con **Adriana Fernández de Orwell**, y en total ya tiene seis o siete programas de México. Remarcó María Eugenia que es uno de los mercados de mayor interés para la empresa porque la población ligada al campo es muy importante por lo que es un lugar natural de crecimiento. Ahora puede ver producciones de su país en medio de las de otros países.

Se está cumpliendo totalmente el objetivo de posicionar al canal como de agro latinoamericano y lo hace con esas producciones de los diferentes países. Sobresale un programa nuevo de Ecuador llamado **El Productor**, uno



María Eugenia Ugueto, con Manuel Mueses y Desiree Logroño, de Altice/Tricom

de México **Equinos**, de Uruguay **En Agro**, todos contenidos de países diferentes para también refrescar la grilla de programación todo el tiempo.

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!

© 2017 Discovery Communications LLC. All rights reserved. Discovery Kids Play! is a service mark of Discovery Communications LLC.

MÉXICO

Dish mantiene el crecimiento mientras afianza su OTT

José Luis Woodhouse, director general de Dish México, expresó: 'El último año continuamos con un ritmo de crecimiento por encima del promedio de la industria, es un hecho que 2017 ha representado un reto por la incertidumbre económica latente'.

Después del lanzamiento de Dish OTT en enero del año pasado, la empresa incorporó contenidos de los principales proveedores. 'Ya contamos con los contenidos de HBO Go, Fox Premium, Hot Go y Crackle, lo que nos coloca como una plataforma SVOD con contenido de los mejores programadores disponible para cualquier persona con acceso a Internet'.

'Se agregaron los contenidos de Discovery Kids y Cartoon Network en nuestra plataforma Dish Móvil, colocándola también como el OTT más completo de cualquier operador de TV paga en México al tener integrados los contenidos de 14 programadores. En Dish Móvil nuestros suscriptores reciben sin costo

adicional películas, series, deportes en vivo, infantiles y lo pueden ver donde quieran y cuando quieran'.

La creación de Dish OTT le ha permitido al operador afianzar su relación con los proveedores, como es el caso de HBO. 'Logramos un mayor alcance y estar en la tendencia del uso de dispositivos móviles para ver contenidos de gran valor como *Game Of Thrones*', señaló. Además, ha incorporado contenido exclusivo para sus clientes. 'Recientemente lanzamos contenido de adultos con Hot Go que únicamente se puede ver en computadoras o dispositivos móviles; nuestro último lanzamiento fue Crackle, con contenido exclusivo y series de gran impacto de Sony Pictures Television Networks, series exclusivas como *Preacher* sólo podrán verse a través de Dish OTT'.

Con su cobertura a nivel nacional, Dish llega a más de 1000 ciudades y municipios. 'Contamos con una red de operación que nos




José Luis Woodhouse, director general de Dish México

permite atender las necesidades de nuestros suscriptores en cualquier entidad', agregó Woodhouse.

'Nuestra oferta sigue siendo muy competitiva en términos de costo/beneficios para los suscriptores. Dish Móvil ha representado un valor agregado muy apreciado por los suscriptores y lo ofrecemos sin costo desde el paquete básico. Nuestro objetivo es seguir creando la mejor oferta de televisión de paga con una atención y servicio de óptima calidad y cubriendo las expectativas de nuestros clientes', concluyó el ejecutivo.



MARÍA VISIÓN es una red internacional católica de televisión, que orienta, informa y educa en la fe a las familias de hoy, apegada a los lineamientos que indica la Santa Sede Vaticana.

Nuestra señal satelital de televisión, tiene presencia en más de 20 países de América, Centro de Europa, y Norte de África. Por internet llegamos al resto del mundo los 365 días del año.

¡NUESTRAS SEÑALES DE TV SON GRATUITAS!
 Contáctanos:
 +52 (33) 3770-1800
 internacional@mariavision.com

www.mariavision.com



BRING PEOPLE THE CONTENT THEY LOVE

www.thematv.com

THEMA
A CANAL+ GROUP COMPANY





‘La TV no va a morir. Estamos en la época de oro de los contenidos’

La TV no va a morir, por lo menos en México y países donde la penetración de Internet sigue siendo muy limitada. Sin duda los OTTs seguirán creciendo pero sólo en aquellas zonas con acceso a banda ancha de calidad y a buenos precios. Pero aún existen muchas zonas que necesitan TV abierta y TV paga para gozar de contenidos de todo tipo.

La televisión no está agonizando, lo que está en pleno cambio es el paradigma de cómo ver contenidos, la pasividad de la audiencia ha cambiado. Hoy estamos en la época de oro de los contenidos y tenemos un nuevo televidente con hambre de contenidos que parecen hechos a su medida.

Es momento de buscar coproducciones para grandes series y, por otro lado, generación de contenido muy económico y muy local. Televisa, TV Azteca o se reinventan, arriesgan, hacen cambios, coproducen y ajustan o seguirán perdiendo audiencia “tradicional” ¡no van a morir! Pero si van a disminuir sus ingresos de publicidad drásticamente en los próximos años; calculo un 4,5% menos cada año. En el caso de Imagen TV, me decepcionó su oferta programática; tenía la opción de hacer un canal totalmente distinto y utilizó una barra espejo y genérica tal como Televisa o Azteca. También deberá ajustar para repuntar.

Ahora los inversionistas tienen un pastel

mucho mayor para invertir su dinero, por los menos ocho grandes firmas serán las ganadoras en los próximos tres años: Fox Networks Group, Disney/ESPN, HBO, Turner, Viacom/MTV y la propia TV abierta y paga de Televisa y TV Azteca, además de todo el ramo digital.

Ya me cansé de escuchar sentencias apocalípticas sobre el fin de la televisión, no es ninguna novedad que la irrupción de las nuevas tecnologías está modificando la forma de consumir medios de comunicación, pero en México faltan por lo menos cinco años para alcanzar una penetración de Internet que nos lleve a la “muerte de la TV tradicional”.

Hablando de los millennials, sin duda comienzan a tener diferencias profundas en como consumen contenidos, ellos revisan su teléfono cada ocho minutos y no se despegan de su celular durante el día ni durante la noche. Ven contenidos en pantallas pequeñas pero regresamos a lo mismo, es un nicho de cierta clase económica que puede pagar paquetes de datos importantes y/o que está en zonas Wi-fi.

Retomando a la perspectiva comercial, una cosa sí es clara. Si todos bloqueáramos los anuncios digitales, los contenidos digitales gratuitos dejarían de existir y la competencia se centraría en la capacidad de cada plataforma de sumar usuarios.

Por Bruno Pruneda, director general de Star TV



Bruno Pruneda, director general de Star TV

TV abierta

La TV Abierta debe enfocarse en programas en vivo, deportes y noticias; en contenidos locales económicos y coproducciones para grandes series. Debe iniciar una tendencia de contenidos de calidad, principalmente unitarios enfocados en temas locales pero lo que sí es claro es que la época de oro de esta plataforma ya se terminó y se dieron cuenta muy tarde.

Televisa de plano no encuentra como reinventarse y a mi gusto ha descuidado sus contenidos de TV paga. Los canales de Televisa Networks tienen una imagen que parece vieja. TV Azteca sí ha iniciado una reinversión importante que empezó con cambios de directivos que estuvieron más de 15 años y que llevaron a la televisora a la crisis donde está, y los reemplazaron con nuevas personas que han roto paradigmas pero no volverán a alcanzar los ratings o inversiones de los 90s.

Cisneros: Más talk shows, HD y plataforma Go

Carlos Cabrera de VeTV del Grupo Cisneros comentó a Prensario que tuvo diez reuniones en Tepal, incluyendo citas con Tricom, Roy Salazar, Aster, Asotel, Telecable San Juan, Inter, TVCable Ecuador y Cable Onda.

Sigue su serie de muy buenas presencias, tras el lanzamiento de la nueva marca, la nueva estrategia de programación, el lanzamiento de TV Everywhere y el HD. Siempre se enfocó en las novelas y ahora más en talk shows, que abarcan el 70% de

la programación. El HD ya está en Colombia con Telefónica pero espera lanzar en breve en tres países más.

El “Go” se provee en tres diferentes niveles. Primero está la opción de descubrirlo con algunos contenidos; segundo el de fidelización que es el más habitual en el mercado y en tercer lugar está la versión extendida en un modelo de revenue share con 600 horas adicionales de novelas con el sello del Grupo Cisneros.

Ahora va a ConvergenciaShow. ‘Es muy



Carlos Cabrera y Karis Machado con César Vásquez y Luis Ovalle de Asotel Venezuela, en Tepal

importante crecer en México’, afirmó. Ya charlas con ATIM con tres clientes que tienen los canales y la idea es seguir creciendo.



Axtel: 'La red de fibra más avanzada de Latinoamérica'

Fortalece el área de TI y lanza su plataforma VOD

'Ahora contamos con la red de fibra óptica más avanzada de Latinoamérica, los mejores centros operativos para atender las necesidades de clientes de todos los segmentos, el portafolio de soluciones más completo y el talento altamente calificado de 7500 colaboradores', afirmó **Javier Rodríguez**, director de estrategia de mercado masivo de **Axtel**, a un año de haber concretado la fusión con el proveedor de soluciones **Alestra** que le permitió consolidar su área de Tecnologías de la Información (TI), renovando sus ofertas para empresas y clientes residenciales, integrando una mayor velocidad en Internet y servicios ilimitados.

'La fusión de Alestra y Axtel dio origen a una nueva entidad con mayores capacidades, fortaleciendo nuestra posición competitiva en el mercado de servicios TIC en México. Hemos invertido recursos en el fortalecimiento de nuestra oferta de solu-



ciones TIC, así como también a robustecer nuestra infraestructura de red', agregó.

Axtel atiende todos los segmentos del mercado, incluyendo empresas, gobierno y hogares. 'En el mercado masivo, al cierre del primer trimestre de 2017, reportamos 242.000 clientes de Internet de banda ancha -comercializado bajo la marca **Axtel X-tremo-** y 124.000 clientes de TV de paga -**Axtel TV-**', remarcó Rodríguez y señaló que en el mismo periodo la empresa logró aumentar sus ingresos en un 23% anual para el mercado masivo y creció 18% en suscripciones. 'Específicamente, nuestros ingresos de Internet y TV paga crecieron 19% y 22%, respectivamente'.

Sobre su grilla de programación, el ejecutivo comentó: 'Es competitiva y atiende los gustos y preferencias de nuestros clientes. En los últimos meses, hemos añadido el servicio de video en demanda a través de las aplicaciones de **Fox**, **Sony**, **Cartoon Network**, **HBO**, **ESPN**, **TNT** y **E!**.'



Javier Rodríguez, director de estrategia de mercado masivo

'Estamos adecuando constantemente nuestro servicio, considerando las tendencias que hay en el mercado. Estamos lanzamos nuestro servicio **Axtel Play**, que ofrecemos a tanto clientes nuestros como a usuarios que no tienen nuestro servicio de televisión de paga, y que incluye los servicios de video en demanda de **Crackle**, **HBO Go** y **Fox Premium**', añadió.

'Nuestro objetivo es continuar ofreciendo el mejor servicio de triple play en México, basados en la red de fibra óptica directa al hogar o negocio más avanzada de México, que nos coloca como el ISP más veloz de Norteamérica', concluyó Javier Rodríguez.

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'.

'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 audien-



Rolando Figueroa, Head of Marketing

cia. La idea es generar interactividad entre los espectadores a través de las redes sociales y nuestro nuevo sitio web', remarcó Figueroa.

**LLEGÓ
NAT GEO KIDS**

EXPLÓRALO

**NAT GEO
KIDS**

**DESPIERTA
TU CURIOSIDAD**

**BLINKY
BILL**

Descubre el único destino multiplataforma con el contenido más divertido e inteligente para los más pequeños. Shows de ciencia, exploración, aventura y conservación en un formato divertido. NAT GEO KIDS, más que un canal infantil es una herramienta pensada para el crecimiento que no solo se mira, también se explora.

Tele&App



Ultra México consolida la producción original

A través de su filial, Presumiendo México

El grupo **Ultra México**, propietario del cableoperador **Ultravisión**, continúa consolidando su casa productora, **Presumiendo México**, abocada a la generación de contenidos originales que buscan resaltar las tradiciones de los estados de México, enfocándose en CDMX, Jalisco, Guerrero, Quintana Roo, Zacatecas, Puebla, Michoacán, Guanajuato, Oaxaca, Estado De México y Aguascalientes. 'Buscamos poner a México en las pantallas de todo el mundo, abriendo un puente de comunicación con su gente, con su tierra,



con su historia y sus tradiciones', afirmó **Arturo Zorrilla**, CEO de Presumiendo.

'Nuestros contenidos se distribuyen a través de plataformas digitales propias como **Ranchito Play** y apps móviles, y cuenta con alianzas internacionales con **Olympusat**, **Roku**, **Wherever TV**, **Opera Store** y **Mobibase**, quienes llevan nuestras producciones a millones de personas con un interés en común: México', completó.

Una de las fortalezas de la empresa es la distribución de sus contenidos a través de su propio canal lineal **Presumiendo México Television (PMTV)**, que lleva la su señal en los estados de Aguascalientes, Puebla, Tlaxcala, Michoacán, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Guerrero y próximamente en Estados Unidos 'con el objetivo de llevar a cada mexicano aquello que es suyo y le pertenece: su tierra, su historia y sus tradiciones', aclaró Zorrilla.

El ejecutivo destacó el lanzamiento de un noticiero con presencia nacional en alianza con **MVS**, titulado *Mesa Para Todos*, que es conducido por Manuel Lopez San Martin y Carlos Zúñiga Pérez.

Destacó: 'En la baraja de nuestros contenidos originales podrás disfrutar de lo mejor de la Charrería, el jaripeo y la gastronomía mexicana, descubrir los lugares turísticos y las playas más hermosas de México, adentrarte en las tradiciones religiosas de nuestro gran país, así como, conocer a grandes mexicanos que están triunfando en el mundo de la cultura y el arte. Nuestros principales títulos son *En el Ruedo*, *Jaripeo en el Rancho*, *Michoacán de mis Sabores*, *Así es mi tierra* y *Perfiles*'.

Finalmente, se refirió al mercado actual de TV paga. 'Está en plena evolución y transformación, las posibilidades de competir para todos los productores y generadores de contenido cada vez son mayores pues el piso está más parejo que nunca gracias a la tecnología, el ancho de banda y los dispositivos móviles que han permitido la súper especialización de los contenidos ya que las audiencias pueden ver lo que les gusta, a la hora que quieran y en el lugar que quieran'.

CRACKLE

A Sony Network

EL SERVICIO SVOD HECHO A LA MEDIDA DE NUESTROS SOCIOS

PREACHER

MENTES CRIMINALES

COLECCIÓN: PIRATAS DEL CARIBE

SERIES ORIGINALES Y EXCLUSIVAS, LAS SERIES MÁS ACLAMADAS DE LA TV PAGA Y PELÍCULAS TAQUILLERAS. TODO SIN ANUNCIOS Y EN HD.

DISPONIBLE ÚNICAMENTE A TRAVÉS DE OPERADORES DE TV PAGA



TODO QUE VER

Para más información:
Jose Rivera Font | jose_riverafont@spe.sony.com



PCTV, estratégica para la industria

Crece con el respaldo de Megacable

Jorge Alejandro Tanaka, director general de PCTV, destacó el balance positivo de la empresa que definió como 'estratégica para la industria' y agregó: 'El crecimiento en número de suscriptores ha sido muy sano y orgánico, también hemos tenido nuevos afiliados que refuerzan el volumen de la operación'.

Todo esto respaldado por la marca Megacable, sobre lo que Tanaka comentó: 'Es invaluable tener un respaldo así, tanto por el liderazgo que representa como por la certeza y viabilidad que le significa a PCTV'.

La empresa puede ser vista desde sus diferentes segmentos de negocio. 'La distribución sigue siendo relevante para nuestros afiliados y permite tener un volumen muy atractivo para la relación con los programadores. También está la parte de contenidos propios, donde no hemos dejado de estar activos, ya sea adquiriendo para nuestros canales de película como renovando el canal TVC y enfocando TVC Deportes, marcas bien posicionadas que agregan valor'.

'El telepuerto, que permite acercar y facilitar la distribución y la recepción de

contenido, ha sido actualizado con grandes eficiencias para nuestros clientes y por último, nuestros servicios de producción que siguen creciendo en demanda de terceros que ven en PCTV una opción profesional y con infraestructura de primera para generar contenido'.

Completó: 'Hemos incrementado nuestra capacidad de alta definición, reconfiguramos el mux para ganar eficiencias en el throughput y los hemos interconectado por fibra óptica. Recién adquirimos otra unidad de producción de última tecnología y gran capacidad para grandes eventos y dos unidades de control remoto muy prácticas y flexibles'.

'PCTV ofrece un respaldo de gran valor; hemos retomado lo bueno que hacía PCTV y se ha reforzado para seguir siendo cercanos a las necesidades de los operadores independientes y, desde un punto de vista pragmático, la gran ventaja es la adquisición de contenido de gran valor al mejor precio de mercado', añadió el ejecutivo sobre los beneficios para los operadores.

En la parte de programación, Tanaka destacó algunos estrenos para TVC y anun-



Jorge Alejandro Tanaka,
director general de PCTV

ció la reestructuración de la barra principal de noticias, además de la incorporación de 'un contenido novedoso que desmenuza los temas coyunturales como nadie más lo hace en televisión'.

'En deportes hemos renovado contenido regional clave que pronto anunciaremos. Los canales de película con actualización del acervo mensual y nuevas estrategias de programación. También vienen pronto anuncios de producción original', dijo.

Por último, se refirió al mercado. 'México es un mercado de grandes retos, transformaciones constantes, innovación tecnológica y adecuación a nuevos hábitos de consumo de contenidos'.

AZ TV de Paga crece apoyando a la industria

Gran stand en Convergencia Show.mx

AZ TV de Paga, como referente de la industria en México y ahora también regional, estará con un gran stand en la segunda edición de ConvergenciaShow. El crecimiento del segmento de señales internacionales de Azteca, AZ TV de Paga, continúa en Latinoamérica basado en una estrategia de apoyo a los operadores independientes.

En este sentido, ha tenido principal relevancia la gestión de Jorge Gutiérrez, como director de AZ TV de Paga, que continúa trabajando en su relación con las empresas asociadas en ATIM, liderada por Salomón Padilla, así como los demás operadores. Gutiérrez remarcó la flexibilidad que

se ofrece a estos operadores como su gran diferencial y en particular a las asociaciones como parte de su respeto por la cadena comercial de valor en la industria. Está secundado por Giuliana Alberti, gerente de enlace a ventas, que ya está recorriendo toda la región para establecer los mejores vínculos y todo el apoyo con los operadores.

Ambos vienen de estar en Panamá durante Tepal apoyados con la distribución local, pero sobre todo teniendo reuniones y comidas con los grandes clientes con los que tienen sus señales y hay una relación de apoyo mutuo. De la misma manera estarán en Jornadas apostando a la distribución



Jorge Gutiérrez con el equipo de ventas de AZ TV de Paga de Centroamérica

de Sabrina Capurro para crecer en el mercado.

AZ ha participado antes en la Cumbre APTC de Lima, donde Gutiérrez destacó la buena gestión y el continuo lanzamiento de novedades para la región andina. 'Nuestra filosofía es fortalecer mes a mes cada uno de nuestros canales', finalizó Gutiérrez.

ANIMAL KINGDOM

SEGUNDA TEMPORADA - LUNES

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



Operadores de ATIM buscan convertirse en telcos

A partir del despliegue de FTTH

Desde sus inicios, ConvergenciaShow ha contado con un fuerte apoyo de ATIM, la asociación de cableoperadores independientes de México presidida por **Salomón Padilla**, y este año no será la excepción. Además de ser uno de los patrocinadores, participará en diferentes paneles, siempre con el objetivo claro de fomentar el crecimiento de sus asociados y enfocarlos a invertir en fibra óptica para convertirse en empresas de telecomunicaciones. Además, continúa su fuerte trabajo de acercamiento a los reguladores para que las necesidades del sector sean tenidas en cuenta en la definición de las nuevas políticas del sector.



‘ConvergenciaShow es un gran lugar donde se presentan las empresas de TV paga y de telecomunicaciones. El objetivo ahora es consolidar lo que se ha logrado e incrementar el apoyo mutuo entre todas ellas. Se trata de un espacio abierto y plural sin limitaciones en cuanto a marcas. Estamos trabajando para acercar a grandes y pequeños operadores’, expresó Padilla sobre la concurrencia y apoyo del evento que ya tiene su lugar en la industria de Latinoamérica.

En cuanto al desempeño de ATIM, afirmó: ‘No hemos parado de crecer’. Esto con el foco en tres áreas principales: crecimiento de afiliados, modernización hasta convertirse en telcos plenas y regulación. En la parte de nuevos afiliados, destacó la representación de más empresas en el norte de México, de ciudades como Zacatecas o Chihuahua.

‘La modernización implica expandir las redes. Si bien hay muchos operadores dando Internet, deberían estar todos pasando a la digitalización con fibra óptica. Hay un cambio generacional y tratamos de estar a tono con los nuevos hábitos de consumo

de contenidos. Estamos empujando el FTTH en las áreas suburbanas y rurales’, agregó. En este sentido, ATIM es una asociación abierta que no otorga exclusividad en proyectos ni en tecnología a ningún proveedor. Todo el tiempo se está abriendo a nuevas propuestas.

Finalmente, sobre el asunto regulatorio afirmó: ‘Hemos logrado transmitir nuestras necesidades al IFT y a la SCT. En esta entidad el subsecretario de comunicaciones, **Edgar Olvera** promovió que los proveedores suburbanos y rurales participaran en proyectos de infraestructura, uniendo tanto a las grandes telcos como a las empresas rurales’.

Contenido local para crecer

Opinó Salomón Padilla: ‘La TV paga en México ha permanecido estática este año, con los grandes proveedores reorganizándose luego de las adquisiciones. Todos los proveedores y hasta las plataformas OTT deberían trabajar en conjunto con los operadores locales para conocer lo que necesitan sus usuarios; nadie mejor que ellos conocen a sus clientes’.

‘Es tiempo de empujar el mercado para que logre especializarse. Los OTT están creciendo pero se encuentran con una traba en las poblaciones suburbanas y rurales donde los nuestros



Salomón Padilla, presidente de ATIM

afiliados dan servicio porque allí buscan más contenido local. Si los operadores refuerzan su contenido local y se enfocan a los deseos del televidente, van a seguir creciendo’, completó.

Sobre el futuro, el ejecutivo afirmó que los cableoperadores ‘deberán convertirse en telcos que dan TV paga. Las poblaciones del interior de México siguen teniendo este servicio; el OTT no ha crecido allí como en otros mercados. Los operadores locales conocen las necesidades de sus abonados’.

‘Los usuarios necesitan datos, tanto para el contenido como para otros servicios adicionales’, remarcó el presidente de ATIM para enfatizar que sus asociados dan servicio a clientes que utilizan la conexión para monitorear distintas funciones en sus granjas para lo que necesitan una buena calidad de conectividad.

Por último, se refirió a FATEM. ‘Se ha consolidado la federación, aunque es un proceso más lento que el de las gremiales locales. Todos vamos para el mismo lado: convertirnos en telcos. Esta experiencia nos sirve porque como las poblaciones se asemejan, nos permite intercambiar ideas’.

Lorac: Canales para que cada operador haga su mix

Lorac sigue encarando el proceso de promoción de sus señales con más fuerza en Latinoamérica. Después de haber tenido stand en Cartagena y de participar en Ecuador y Tepal, vuelve a tener un stand directo en ConvergenciaShow de México con gran presencia física, representada por **Verónica Amador**.



El grupo hace una propuesta comercial de sus canales a la carta,

donde no se le impone al cliente los canales sino que cada uno puede hacer su propio mix.

‘Hemos ido identificando cada vez más contenido temático que no está disponible en el mercado, como la información del clima con foco en Centroamérica y en el Caribe que nadie más ofrece’, destacó. En esos territorios del Cono Norte es donde se ha hecho la mayor penetración con cerca de



Verónica Amador

un 60% en Centroamérica y un 90% en el Caribe, según confirmó Amador.



Visítenos en Convergencia Show

El impacto de la globalización

Ecosistemas y vida natural, conflictos sociales universales, proyectos individuales con originalidad. El magacín Global 3000 muestra las controversias de la globalización, su impacto en el mundo en que vivimos.

Global 3000 cada semana en el canal DW (Español).

HBO: Estreno mundial de Game of Thrones, séptima temporada

También disponible en OTT

La esperada séptima temporada de *Game of Thrones* podrá verse desde el 16 de julio por HBO en Latinoamérica, con estreno en simultáneo con Estados Unidos, y la señal Premium adelantó el segundo tráiler oficial, así como los artes de los personajes de esta nueva entrega de su serie original.

Los artes fueron “desbloqueados” a través de emojis en Twitter, e incluyen imágenes de Jon Snow, Daenerys Targaryen, Cersei Lannister y Sansa Stark, entre otros. La serie basada en los libros de fantasía de George R.R. Martin se ha convertido en una de las series más exitosas de HBO en los últimos tiempos.

Todas las temporadas anteriores de *Game of Thrones* se encuentran disponibles a través de HBO Go. Se puede acceder a la plataforma a través de cualquier dispositivo móvil con sistema operativo iOS 7.1+ (iPad, iPhone, iPod

Touch) o Android (OS 4.0+) y en el sitio www.hbogola.com.

La plataforma también está disponible como suscripción online independiente a través de las tiendas digitales Apple App Store y Google Play Store, como servicio “a la carta” con operadores participantes y como complemento sin costo adicional a la suscripción del paquete premium de TV paga HBO/MAX. Recientemente, la empresa anunció la expansión del acceso a HBO GO, permitiendo por primera vez la suscripción online al servicio a través de tiendas digitales, en el mercado del Caribe para luego llegar a los demás mercados de la región.

HBO Go para usuarios de Internet

De acuerdo al grupo de contenidos Premium, las suscripciones a los servicios de streaming



HBO

Game of Thrones llega en su séptima temporada el 16 de julio

online en Latinoamérica han crecido en un 43% durante el 2016. El Caribe es el primer mercado donde los consumidores podrán suscribirse directamente a HBO Go a través de las tiendas digitales, teniendo acceso inmediato al contenido de HBO sin la necesidad de contratar otro servicio.

El servicio estará disponible a un costo local aproximadamente equivalente al de añadir un paquete premium HBO/MAX a un servicio de TV paga lineal. La suscripción a HBO Go a través de tiendas digitales forma parte de la estrategia de expansión de accesibilidad al contenido de HBO, complementando los varios otros modelos de distribución tales como la oferta lineal de TV paga, VOD y TVE.



Te acerca al campo
www.tvagro.tv

www.globalmedia1.tv

Solicítalo ya!

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





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.



ConvergenciaShow, para hacer negocios en México

Con el sector independiente, cada vez más atractivo y regional

Del 11 al 13 de julio en Ciudad de México, se realizará la segunda edición de **ConvergenciaShow**, la nueva feria dedicada a la TV paga de ese país. La sede volverá a ser el WTC, coincidiendo en la misma semana y lugar con la realización de la Expo Cine, Video y Televisión, un punto a favor porque convocará al mismo tiempo a los profesionales técnicos de transmisión y negocios de post producción, generando la oportunidad de participar de ambas convenciones, sobre todo para el público del interior del país.

Un cambio de formato interesante implementado por la organización de **Newsline Report** de **Rafael Val**, es que se optó por realizar todas las conferencias, seminarios y workshops por la mañana de cada jornada, un espacio de brunch y networking al mediodía y la expo comercial por la tarde hasta las 7pm, para evitar que se superponga la feria con las conferencias.

PRENSARIO vuelve a participar con la moderación de un panel de OTT para todos los operadores que ya quieren incursionar en ella. Otros temas muy atractivos serán la digitalización y la implementación de fibra en las nuevas cabeceras, como una conferencia específica de ATSC 3.0 que acapara bastante la atención.

México y Centroamérica, cada vez

Acerca de la concurrencia de operadores que dan sostén a la expo, sin duda allí



Inauguración de Convergencia 2016, con Salomón Padilla, Roy Salazar de Fatem, Jesús Villaseñor y los reguladores

aparece el crecimiento paulatino pero continuo de la asociación independiente **ATIM**, representada por **Salomón Padilla**.



Tras ser un sector ignorado durante muchos años y en una relación paralela con **PCTV**, pues pueden ser socios de ambas como cámara y en relación comercial, la asociación no paró de crecer y sus más de 70 socios se van convirtiendo en operadores interesantes con varias cabeceras. Además de los acuerdos marco para las señales y proveedores de equipamiento, este año se está terminando el segundo plan conjunto de digitalización de cabeceras que habían iniciado con **Gospel** con unas 30, para llegar a duplicar o triplicar ese número. En esos casos, compran en conjunto con un volumen interesante de más de 100.000 suscriptores y buscando las mejores alternativas de precio. Si bien una consolidación hay consolidación.

No se puede dejar de destacar que en una de sus movidas estratégicas se asociaron

con los operadores de Centroamérica en la federación **Fatem**, que volverá a tener su asamblea regional en **ConvergenciaShow** con operadores no sólo de México sino también de Costa Rica, Honduras, El Salvador y Guatemala, que vienen a compartir sus experiencias a conseguir economías de escala.

Eso no quiere decir que sean los únicos que concurren ya que, además de los socios de **PCTV**, que hay que ver si tiene mayor o menor presencia —en un momento iban a poner un stand en la Expo Cine, Video y Televisión—, el año pasado también hubo representantes gerenciales y técnicos de **Dish**, **Total Play** y parte de la segunda línea de clientes, a los cuáles la Expo es muy útil.

Equilibrio en los stands

Estimulados por el potencial de siempre del mercado y ese incipiente pero real crecimiento independiente, fue muy satisfactoria la venta de stands, que tiene un buen equilibrio entre señales y técnicos, más allá que estos últimos tiendan a prevalecer. Y esto con una saludable presencia de los fabricantes y distribuidores tradicionales del mercado, sin tanta presencia de China u oriente como ha pasado en otras ferias que terminan siendo mayoría. Eso también habla de la madurez de la relación del mercado mexicano con la industria y la mayor estabilidad en la cadena comercial con buen customer service.



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



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

ARMANDO IBARRA
JIBARRA@PCTV.MX
TEL. (55) 3098 2427

ALHELI JAIMES
AJAIMES@PCTV.MX
TEL. (55) 3098 2404

KATERIN BUCIO
KBUCIO@PCTV.MX
TEL. (55) 3098 2342

VISÍTANOS STAND 504

Convergencia Show: Programa de conferencias

MARTES 11 DE JULIO

► **10:00 Workshop: ¿Cómo bajar Costos Operativos y aumentar Ganancias con Sistemas de TV Digital Códor?**

Disertante:

Damián Naguerner, Pico Digital

► **11:00 Foro: Los canales de noticias en México: posicionamiento y desarrollo**

Disertantes:

Arturo González, Telefórmula

Bernardo Lartigue, Efeko TV

Francisco Ramírez, TVC Noticias

Roberto Velázquez, El Financiero TV

Luciano Pascoe, ADN 40.

Paloma Lafuente Clark, Milenio TV

► **13:00 Acto inaugural**

Oradores:

José Guadalupe Zuno Cuellar, Asociación de Telecomunicaciones Independiente

Roy Salazar, Fatem

María Elena Estavillo, IFT

Edgar Olvera, SCT

► **14:00 Corte de listón**

Participantes:

María Elena Estavillo, IFT

Edgar Olvera, SCT

► **16:00 Workshop: FTTH**

Disertantes:

Victor Méndez, Skyworth

Ruben Rollheiser, Fibrastore

► **17:00 Presentación: El impacto de la OTT como servicio al afiliado**

Disertantes:

Enrique Yamuni, Megacable

Raymundo Fernandez, Megacable

► **18:00 Presentación Fox Networks Group**

MIÉRCOLES 12 DE JULIO

► **9:00 Workshop: Características y desafíos de un completo y eficiente monitoreo de redes HFC**

Disertante:

David Mosquera, Pomptlink

► **9:30 Workshop: La metadata como un aliado para incentivar el interés de los usuarios en los servicios de TV por Cable**

Disertante:

Manolo Arnanz, ReporTV

Jorge Gambier, ReporTV

► **10:00 Foro TV pública: El reto del cambio tecnológico de las televisoras públicas para afrontar la convergencia**

Disertantes:

Blanca Lilia Ibarra Cadena, Red de Radiodifusoras Educativas y Culturales de México

Gabriel Torres, Operadora del Sistema

Universitario de Radio, Televisión y

Cinematografía

Germán Ruiz Méndez, Dirección General de

Televisión Educativa

Carmen Soriano, Instituto Latinoamericano

de Comunicación Educativa

► **11:15 Foro TV Pública: El nuevo paradigma de producción audiovisual de las televisoras públicas frente a la convergencia**

Disertantes:

Adriana Labardini, IFT

Jacaranda Correa, proyecto Lab-22

Filemón Cabrera, SPR

Luis García de la Cruz, Universidad Juárez

Autónoma de Tabasco

► **12:30 Foro TV Pública: Acciones de las televisoras públicas frente a la fragmentación de la audiencia**

Disertantes:

Guillermo Orozco Gómez, Universidad de

Guadalajara

María Lizarraga Iriarte, IFT

Olga Esperanza Durón Viveros, Instituto

Morelense de Radio y TV

► **15:00 Workshop: Fundamentos básicos de cable y conectores coaxiales**

Disertante:

Jaime Rey, PerfectVision Manufacturing

► **15:30 Screening: Telesur: Otra televisión es posible**

► **16:00 Plenaria: Producción audiovisual en México de cara a la convergencia**

Participantes:

Food Network, Once TV,

Televisa, Azteca

JUEVES 13 DE JULIO

► **9:00 Workshop: Cuánto nos impacta económicamente la "Deuda Técnica"**

Disertante:

Wilfredo Rodas, PPC

► **10:00 Foro: Reformas de los últimos 10 años: ¿dónde comenzamos, donde estamos y a dónde vamos?**

Disertantes:

Edgar Olvera Jiménez, SCT

Hannia Vega Barrantes, Sutel Costa Rica

Gabriel Juárez Lucas, Guatemala

Javier Juárez Mojica, IFT

Mario de la Cruz Sarabia, Cámara Nacional

de la Industria

► **11:30 Foro: Electrónica de telecomunicaciones y tecnologías de la información**

Disertantes:

Luis Fernando Borjón Figueroa, Organismo

Promotor de Inversiones

en Telecomunicaciones

Jorge Alberto Juraidini Rumilla, Telecomm

Telégrafos

Alejandro Antonio Rosales, Comisión Na-

cional de Telecomunicaciones, Honduras

► **13:00 Taller: Cumplimientos en materia de contenidos**

Disertantes:

María Lizárraga, Unidad de Medios y Con-

tenidos Audiovisuales, IFT

► **15:00 Workshop: Introducción a la televisión digital por cable**

Disertante:

Gospel

► **16:00 Plenaria satelital**

Participantes: Eutelsat, SES, Hispasat



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.

MILENIO ABRE EL DEBATE

#MilenioTelevisión

LILIANA SOSA

ALEJANDRO DOMÍNGUEZ

AZUCENA URESTI

HÉCTOR ZAMARRÓN

ILANA SOD



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...

Sony Pictures Television apuesta a los contenidos locales

Éxito de Crackle en México y la región

Apoyado en un equipo de experiencia en todas las áreas de negocio, desde las ventas publicitarias hasta las relaciones con afiliados y el marketing, la producción y las comunicaciones, **Sony Picture Television Networks** (SPT) apuesta fuertemente en México, a la par del resto de la región, donde ya tiene formatos adaptados localmente según los gustos de las audiencias de ese país, mientras mejora su servicio a afiliados y anunciantes, con una propuesta que abarca lo lineal y lo no lineal, con su plataforma **Crackle** que ya está en gran parte de los operadores.

Jose Antonio Hidalgo, VP y gerente general de SPT México, adelantó: 'Tenemos dos objetivos principales para el resto del año; por un lado, seguir fortaleciendo nuestra oferta de producciones locales con series relevantes para el mercado mexicano como lo es *Shark Tank México: Negociando con Tiburones*. Por el otro, aumentar la presencia de Crackle en México y robustecer la oferta de programación de nuestra plataforma con nuevas series originales y contenidos premium exclusivos, fortaleciendo así la capacidad competitiva de nuestros afiliados'.

Producción local y éxitos internacionales

Sony Pictures Television Networks ofrece a la audiencia, afiliados y anunciantes un portafolio sólido, atractivo y bien diferenciado de señales en el ámbito lineal y no lineal con contenido exclusivo y de alta calidad. Este portafolio está compuesto por dos señales lineales –**Canal Sony** y **AXN**– y una plataforma digital –**Crackle**– con contenido Premium disponible únicamente a través de los operadores de México y América Latina.

'SPT Networks Latin America está adoptando una estrategia de localización que contempla la producción de contenidos originales en los mercados más importantes de la región. Las adaptaciones de *Top Chef México* y *Shark*

Tank México: Negociando con Tiburones son excelentes ejemplos de esta estrategia', agregó Hidalgo.

Top Chef México ya va por su segunda temporada, mientras que *Shark Tank México: Negociando con Tiburones* acaba de lanzar su segunda temporada en junio y que está ya teniendo buenos resultados en ratings, en redes sociales y en digital.

Señaló el ejecutivo: 'Canal Sony y AXN son marcas muy posicionadas en México que brindan una primera ventana exclusiva a las mejores y más exitosas series de Hollywood, tanto en el espacio lineal como en plataformas no lineales. Canal Sony combina las series dramáticas, musicales y comedias más populares de los Estados Unidos junto a producciones originales locales como *Top Chef México* y *Shark Tank México: Negociando con Tiburones*. Otros contenidos son *The Voice*, *Anatomía según Grey* y la llegada del contenido en vivo con el tenis femenino de la WTA'.

AXN ofrece series policiales y de suspenso, destacando *NCIS: Criminología Naval*, *Mentes Criminales*, *Scorpion* y *Hawaii 5-0*.

Crackle

Crackle

'Nuestra prioridad este año ha sido el fortalecimiento de la oferta en el espacio no lineal en alianza con nuestros afiliados a través de Crackle. Este servicio SVOD multiplataforma, diseñado y disponible exclusivamente para operadores de TV paga de la región en Latinoamérica, complementa a Canal Sony y AXN en el portafolio de señales de SPT, y está generando una enorme demanda en la región', explicó José Antonio Hidalgo.

El contenido del servicio para el mercado latinoamericano incluye series originales como *Preacher*, *StartUp*, *Snatch*, *El Arte de la Ambición*, *SuperMansion*, *Powers*, así como temporadas completas las series *Mentes Criminales*, *Scorpion*, *NCIS: Criminología Naval* y *Black-ish*, entre otras. Crackle ofrece una amplia variedad



Jose Antonio Hidalgo, VP y gerente general de SPT Networks, México

de películas taquilleras procedentes de los principales estudios de Hollywood, todas en HD y traducidas al español sin interrupciones comerciales.

'La plataforma forma parte de una estrategia general que busca ofrecer experiencias digitales 360° que promueven la visualización, tanto en plataformas tradicionales, como en plataformas no lineales. Hemos desarrollado una variedad de herramientas que conectan a los seguidores de Canal Sony y AXN a través de todas las plataformas disponibles. Por ejemplo, nuestros servicios autenticados de servicios de TV Everywhere y Catch Up VOD ofrecen acceso a los últimos cinco episodios de algunos de sus programas favoritos emitidos en horario estelar a su propia conveniencia y en el formato de su preferencia y en múltiples plataformas', remarcó el ejecutivo.

La plataforma avanza muy bien en la región, donde ya hay acuerdos con más de 30 operadores, incluyendo **Dish** y **TotalPlay** en México, así como algunas otras empresas de TV paga que pronto se anunciarán.

Concluyó el gerente general para México: 'Crackle es el primer servicio SVOD diseñado específicamente para que los operadores de TV paga puedan ofrecer a sus suscriptores opciones flexibles de entretenimiento en todas las plataformas disponibles actualmente. Se trata de una solución llave en mano dirigida a satisfacer una nueva demanda del mercado que complementa la oferta lineal de los afiliados, al tiempo que demuestra la flexibilidad y capacidad de respuesta de Sony Pictures Television Networks a las necesidades de los mercados en los que opera'.

CINCOMAS

EL CANAL INTERNACIONAL EN HD DEL GRUPO LIDER EN ESPAÑA

MEDIASETespaña.



cincomas@mediaset.es

tvchannels@atm-es.com

+34 913 959 116

www.cincomas.com

+34 917 131 700

Discovery Networks, entre las marcas más valiosas de México

Apuesta a la producción local

‘El mercado mexicano es uno de los más importantes de América Latina para Discovery, tanto por su tamaño actual como por su continuo crecimiento. La marca tiene una conexión especial con este público’, afirmó **Arnoldo Adame**, director regional de ventas afiliados para Discovery Networks México. Como prueba de ello, destacó los resultados del estudio *Meaningful Brands* de Havas Media donde, de una lista de 185 marcas internacionales, Discovery fue elegida por los mexicanos como la que aporta ‘mayor bienestar en su vida’.

Programación

Adame comentó los estrenos más importantes para el segundo semestre del año. ‘Tendremos nuevas temporadas de algunas de nuestras producciones originales como *Mexicánicos*, así como las ya famosas producciones de **Discovery Home&Health**, destacando la nueva temporada de *Mi estilo tu estilo*, con **Daniela Magún**’.

Además, dijo que **Discovery Kids** trabaja en un nuevo producto creado junto a la productora argentina **Cris Morena** y el director de cine **Juan José Campanella**, ganador de un Oscar.

‘Además, como ya es una tradición en septiembre, contaremos con una súper producción de corte histórico y las cápsulas de nuestra iniciativa **Discovery Celebrando**

México, que busca compartir y difundir a través de las diferentes plataformas del canal, las historias de éxito de los mexicanos más destacados a nivel internacional’, completó.

‘En México, se destacan nuestras producciones originales locales y cada año incrementamos el número de programas.

Los documentales de corte histórico o de actualidad siempre consiguen romper récord de audiencia, como *La leyenda de El Chapo y Pancho Villa: Se busca vivo o muerto*’.

‘También tenemos el caso de *Mexicánicos*, serie que no sólo se ha mantenido por cuatro temporadas como la consentida de la noche en los “Martes de Motores de Discovery”, sino que su éxito ha sobrepasado fronteras; en Estados Unidos es la preferida del mercado hispano, y se ha consolidado como una de las favoritas de la audiencia en Latinoamérica y Europa, específicamente en España e Italia’, remarcó el director de ventas afiliados.

Experiencia multiplataforma

‘En Discovery sabemos que la audiencia consume contenidos de calidad y por eso

nos enfocamos en contar historias que sean atractivas y que se adapten a las diferentes plataformas en las que tenemos presencia. La experiencia multiplataforma ofrece un abanico de opciones para mostrar nuestros contenidos’, explicó.

‘Discovery ha escuchado y atendido las necesidades de la audiencia, hoy en día esta conectividad nos permite estar más cerca del público, no tenemos que esperar más tiempo para conocer su opinión, esta retroalimentación que ocurre de forma inmediata ha sido clave para la generación de nuevas estrategias’.

Como ejemplo, mencionó las interacciones en vivo con la audiencia de Discovery H&H, en la que participan especialistas de las diferentes temáticas en pantalla, donde los seguidores tienen oportunidad de compartir sus dudas y recibir una respuesta inmediata.

Por último, afirmó: ‘Discovery Networks mantendrá su liderazgo en la industria, siempre hemos sido pioneros y generadores de tendencias comerciales en la industria. La creatividad en los servicios comerciales integrales ha sido el estandarte de nuestros proyectos con los clientes. Actualmente, tenemos el equipo comercial más robusto, integral, disciplinado, capacitado y con servicios operativos eficientes de la industria en México’.



Arnoldo Adame, director regional de ventas afiliados para Discovery Networks México



El documental de Pancho Villa, uno de los éxitos del canal



Discovery H&H estrena la nueva temporada de *Mi estilo tu estilo*



EL MEJOR ENTRETENIMIENTO EN ESPAÑOL



www.atresmediainternacional.com

Fox Premium sólo con Internet llega a Claro Video en México

Fox Networks Group anunció el lanzamiento de su plataforma Fox Premium sólo con Internet a través de Claro Video para usuarios de Internet, incrementando su llegada en México, primer mercado en el que el servicio está disponible.

Cualquier persona que tenga acceso a Internet puede suscribirse a Fox Premium a través de Claro Video y así acceder a esta nueva vía multiplataforma de entretenimiento que da acceso a siete señales en vivo con contenidos exclusivos en todo momento.

Centrado 100% en el usuario, Fox Premium sólo con Internet ofrece sus contenidos organizados por categorías, con nuevas funcionalidades que permiten disfrutar de manera personalizada. Esto contempla el acceso al portafolio completo de señales Premium en streaming en simultáneo, ponerse al día con distintos episodios de la temporada mediante el In-

Season Stacking o acceder al Box Set y ver las temporadas previas completas.

El catálogo de contenido incluye diferentes géneros para disfrutar en idioma original, con subtítulos y en cualquier momento desde cualquier dispositivo. Entre ellos, destaca X-Men: Apocalypse, Independence Day: Resurgence, Ice Age: Collision Course, Teenage Mutant Ninja Turtles: Out of Shadows, Now You See Me 2, y Star Trek Beyond, además de éxitos como Neruda y El Ciudadano Ilustre y deportes en vivo y en exclusiva, como Royal Rumble, Fastlane o WrestleMania y la Premier Boxing Champions.

Se destacan también The Young Pope, Taboo, Feud: Bette and Joan, The White Princess, The Halcyon, Medici: Masters of Florence, Apple Tree Yard, The Walking Dead, The Americans, Outcast, Homeland, Empire, Lucky Man, Manhattan, producciones originales como Sitiados, 1 Contra Todos,



Federico Alamán, SVP & GM de FNG México

#LlamameBruna, entre muchas otras.

Federico Alamán, SVP & GM de FNG México, dijo: 'Acceder al contenido de la manera más sencilla, en cualquier momento y desde cualquier dispositivo no es una tendencia, sino una realidad y el servicio FOX Premium que requiere únicamente de algo tan sencillo como una conexión a Internet, cumple con creces esa premisa. Una propuesta de contenido contundente y del más alto nivel, inigualable, adaptada íntegramente a los hábitos de consumo de hoy y a sólo un click'.



agroTendencia TV
Televisión que siembra un Continente

Se parte del futuro de América Latina el lugar donde mostramos al mundo los secretos de nuestra Región.

El primer canal internacional dedicado a promover el agro de toda la Región.

Ventas: MARÍA EUGENIA UGUETO
+ 506 72002028
comercialatv@gmail.com
www.agrotendencia.tv

II TEMPORADA
DOMINGOS Y JUEVES - PRIME TIME



SIN CORTES
COMERCIALES

f /canaldhe

t @canaldhe

i canaldhe

DEL
CREPUSCULO
AL
AMANECER

www.canaldhe.com

History estrena el drama militar *Six*

History anunció el estreno de la nueva serie dramática sobre el combate militar, *Six*, que podrá verse desde el 5 de agosto, todos los sábados para Latinoamérica.

Compuesta de ocho episodios, la primera temporada sigue de cerca a los miembros del Team Six de los Navy SEALs, guerreros estadounidenses cuya misión de eliminar a un líder Talibán en Afganistán. Se complicará cuando descubran a un ciudadano norteamericano trabajando con los terroristas.

Inspirada en misiones reales, la serie captura el mundo interno de la unidad élite de Operaciones Especiales de los Estados Unidos (SEAL). Lo que hacen, sus vidas privadas, el combate y las decisiones de vida o muerte que deben tomar para proteger y servir a su país.

La serie comienza cuando Richard Taggart (Walton Goggins), el líder del Team Six de SEAL comienza a tomar decisiones cuestionables durante una misión en Afganistán.

Dos años más tarde, Rip es capturado por la organización terrorista Boko Haram y ahora le toca a sus hermanos del Team Six – liderados por Joe Graves (Barry Sloane), Alex Caulder (Kyle Schmid) y Ricky Ortiz (Juan Pablo Raba) poner a un lado sus diferencias para localizar y rescatar a su ex líder.

Six está protagonizada además por Edwin Hodge, Dominic Adams, Brianna Davis, Nadine Velazquez, Jaylen Moore, Donny Boaz y Nondumiso Tembe. Los dos primeros episodios de *Six* fueron dirigidos por Lesli Linka Glatter.

Six fue creada por William Broyles y David Broyles, veterano en operaciones especiales militares. William Broyles, Harvey y Bob Weinstein, David Glasser, Nicolas Chartier, Alfredo Barrios, Jr., George W. Perkins, Bruce C. McKenna, David Broyles y Glatter integran el equipo de productores ejecutivos. Karen Campbell es supervisora de producción y se une a Barrios, McKenna



Six se estrena el 5 de agosto en History

y William y David Broyles como escritores de la serie. Mitchell Hall, un Navy SEAL norteamericano retirado actúa como asesor técnico de la serie y como productor asociado. Peter Bergen, analista de seguridad nacional de CNN, sirve como consultor sobre terrorismo. Jana Bennett y Arturo Interian son los ejecutivos a cargo de la producción para el canal History; y A+E Networks tiene los derechos para la distribución mundial de *Six*. Es una producción de A+E Studios en asociación con Weinstein Television.



DESCUBRE LO MEJOR DEL ENTRETENIMIENTO

Teleplan

Lifecycle care for electronics

➤ Teleplan más de 30 años en brindar servicios AfterMarket para la industria electrónica incluyendo CPE's. Sin importar el tamaño de la empresa, Teleplan da acceso a sus clientes a una atención de clase mundial. Añadiendo valor agregado en el ciclo de vida de sus productos.



Presentando su mas reciente adición a Plataformas Automatizadas



ALGUNOS DE NUESTROS CLIENTES



Una nueva Propuesta de Economía Circular

Teleplan Technology Services, S.A. de C.V.
 E-mail: victor.aviles@teleplan.com
 Mobile: +52 1 55 545 60767

www.teleplan.com



CINECLICK
 ¡LAS MEJORES SERIES!

www.cineclickchannel.com
 @cineclick f cineclickchannel



X TIME
 ¡TU CINE EN CASA!

www.xtimechannel.com
 @xtimechannel f xtimechannel

CincoMas cerró acuerdo de distribución con ClaroTV

Comienza emisiones en Chile, Paraguay, Perú y Ecuador

Mediaset España anunció un acuerdo con ClaroTV para la distribución de su señal internacional, **CincoMas**, en Perú, Chile, Paraguay y Ecuador, sumándose a los seis territorios en los que ya contaba con llegada en la región.

Diseñado para el público hispanohablante de América, CincoMas llegará a cuatro nuevos territorios, sumándose al catálogo de canales ofertado en estos países por el operador de

satélite y fibra. Los espectadores accederán a programas líderes en España, como los *Informativos Telecinco*, ficciones como *La que se avecina* o *El Príncipe*; clásicos como *Hospital central*, *Aída* o *Sin tetas no hay paraíso*; formatos consolidados como *Mi casa es la tuya*, *Mujeres y hombres y viceversa*, *Cámbiame* y magazines como *Sálvame*, *Sábado Deluxe* o *El programa de Ana Rosa*; las producciones propias más



Yolanda Giordani

originales de Mediaset España *El Xef*, *En el punto de mira* o *9 meses con Samanta* y algunos sus formatos transmedia más relevantes como *Convénzeme*, el primer programa de televisión en España grabado íntegramente mediante smartphones, o *Partido a partido*, el programa deportivo de **Radioset**, la radio online de Mediaset España.

Además, próximamente se incorporarán las últimas novedades de programación del grupo, las miniseries *Lo que escondían sus ojos* o *El padre de Caín* y *Sé quién eres*.

Yolanda Giordani, responsable de CincoMas, dijo: 'La incorporación de CincoMas a la oferta de canales que ofrece ClaroTV supone un gran estímulo para Mediaset España. Nuestro canal internacional llega hasta Chile, Paraguay, Perú y Ecuador para contribuir positivamente a la gran oferta de contenidos que presenta el mayor operador panregional del mercado latinoamericano. Nuestra incorporación es un gran paso, el primero de los muchos que vamos a ir dando de la mano de este socio'.

En el continente, el canal llega a Argentina, Panamá, Chile, Perú, Ecuador y Paraguay y próximamente se extenderá a Estados Unidos, Canadá, México y Colombia. La cadena se afianza como la apuesta más internacional de Mediaset España para llevar sus programas y series de mayor éxito en su país al público hispanohablante de todo el continente americano. La señal se ha distribuido durante 12 años en HD, utilizando los satélites SES 6 y SES 1, asegurando una excelente cobertura en todos los países del continente y que formará parte de la oferta de canales de las principales operadoras de cable y satélite de cada región.



CalaVision

La solución OTT más rápida y Económica

Calavision es una plataforma OTT totalmente gestionada desde nuestros servidores:

- Lleva el contenido de la TV a:**
Celulares, Smart TV, Tabletas, Plataforma Digitales, Set-Top Boxes.
- Rápida Implementación:**
Lance su servicio OTT en 6-8 semanas!
- Escalable:**
Inicie con lo básico e incremente sus funcionalidades cuando lo necesite.
- Paquete de Canales:**
Inicie con el paquete de canales de LORAC y luego puede agregar otros canales y contenido UOD.
- Soporte:**
Requerimientos técnicos mínimos de instalación y mantenimiento para el cliente.



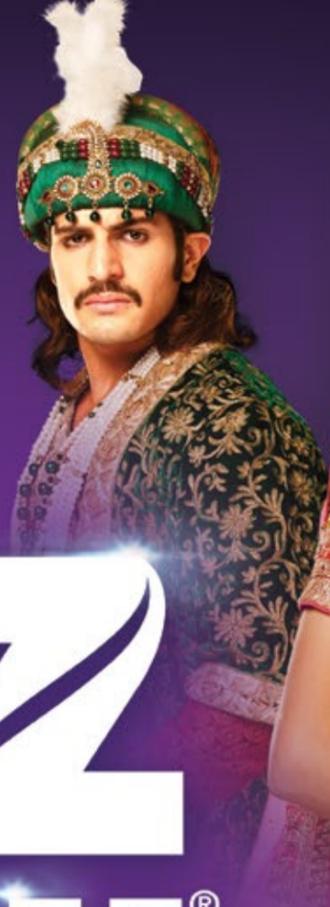


Para más información contactenos:

<p>Caribe & Norte America Jeff Dancey Jeff@lorac.co (905) 457- 5350 Ext 7</p>		<p>America Latina Veronica Amador Veronica@lorac.co (905) 457- 5350 Ext 5</p>
--	---	--










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





www.zeemundo.com

• PARA MÁS INFORMACIÓN •
ventas@zeemundo.com

DW: Nueva serie sobre proyectos innovadores en Latinoamérica

Economía Creativa estrena episodios cada dos semanas

Desde abril, la señal alemana DW emite la serie *Economía Creativa*, que busca promover todo tipo de iniciativas y proyectos innovadores que se desarrollan en los diferentes países de Latinoamérica.



El programa se estrenó el 8 de abril con un episodio dedicado a Perú, donde se lanzó una escuela de cocina que promueve la profesionalización de jóvenes de escasos recursos a abrirse a una



Huertas Donde Sea, la iniciativa de Costa Rica que se emitirá el 29 de julio



Especial de Colombia

salida laboral.

Cada dos semanas, se emite un nuevo episodio con emprendimientos de diferentes países. Así, en Ecuador se mostró una plataforma digital que prepara a estudiantes para su ingreso a la universidad; en Colombia, un sistema que permite el asesoramiento agroclimático; en México una solución de biotecnología para modificar el metabolismo y fisiología de las plantas para incrementar su rendimiento.

También se emitieron programas dedicados a propuestas en Uruguay y Brasil, y en las próximas emisiones se podrán ver nuevos emprendimientos en México, donde se lanzó una pp para aprender lenguas indígenas.

El 29 de julio, se emitirá el programa sobre la startup de Costa Rica, Huertas donde sea, que impulsa los cultivos orgánicos en la capital. La meta es cultivar conciencia ecológica. El 12 de agosto, se estrenará el episodio dedicado a Colombia, donde la iniciativa Madera Plástica recicla el plástico elaborando productos de larga vida.

HANGZHOU SOFTEL OPTIC CO., LTD SOFTEL

FTTH

OLT

ONU

EDFA (Build in WDM)

FTTH Receiver

HFC

Transmitter

EDFA

Optical Work Station

Outdoor Node

Optical Platform

Digital Headend

Encoder

Multiplexer Scrambler

Encoder Modulator

Add: 708-709 HAIWEI BUILDING BINKANG ROAD, BINJIANG DISTRICT, HANGZHOU, ZHEJIANG, CHINA.
 Mob: +86 13588723749 Tel: +86 571 56072972 / 88989381 Fax: +86 571 88983280
 Email: softel@softel-optic.com www.softel-optic.com



LA VANGUARDIA FRANCESA
 CON SUBTÍTULOS EN ESPAÑOL

TV5MONDE
 EL CANAL EN FRANCÉS PARA TI

Televisa Networks: 'Marcas establecidas y poderosas'

Producciones originales en México

Televisa Networks está teniendo un buen año, después de cerrar un 2016 con crecimiento en todas las áreas de negocio. Daniel Picazzo, director de ventas afiliados Latam, afirmó: 'La audiencia de nuestros canales ha crecido, las redes sociales nos dieron resultados extraordinarios, sobre todo en canales que presentan producciones originales. La oferta de TV paga de la compañía está compuesta de marcas establecidas y poderosas'. Entre los canales de mejor desempeño, se encuentran Distrito Comedia, Ritmoson y Golden.

'Los patrones de consumo han cambiado, hay más déficit de atención. Es por eso que ahora hay que competir con más canales de distribución y más generadores de contenido, lo cual es maravilloso; la TV de paga siempre ha sido así', completó.

En este sentido, la empresa lanzó el 3 de julio el nuevo canal Telehit (ver aparte). 'Es una nueva era del canal, ya que además de presentar lo mejor de la música trae nuevos conductores y será más interactivo. Además, ofrecerá contenidos innovadores

y exclusivos en pantalla, redes sociales y en su página oficial'.

El talento del nuevo Telehit incluye a Ximena Cardozo, Paly Duval, Brenda Kellerman, Estefanía Ahumada, Octavia Porto, Israel Labastida, Rulo Sker y Oscar Burgos Jr. quienes se unen a Karla Gómez, Claudio Rodríguez, Bárbara Islas, Ceci Flores y Poncho Maciel como conductores. 'En esta renovación, el canal presentará contenido lineal y no lineal integrando en su programación música, comedia y entretenimiento'.

Dedicado a los operadores, el ejecutivo señaló: 'Cada año, la TV paga gana más terreno ante la audiencia de la TV; hoy en día tiene un alcance demográfico transversal, con altos niveles de consumo en todas las edades y niveles socioeconómicos, además de tener una gran variedad de oferta, lo que genera oportunidades muy interesantes para el desarrollo del negocio publicitario y alcanzar audiencias muy específicas'.

Producciones originales

'Tenemos producciones propias que se



Daniel Picazzo, director de ventas afiliados Latam

presentan en las señales de Bandamax, Telehit, RMS, TDN, Unicable y FSN (Fighting Sports Network). Unicable es la señal que presenta el mayor número de producciones propias con gran éxito. Algunas de ellas han llegado a presentarse en TV abierta y también están disponibles en Blim', agregó Picazzo.

'Además de que nuestras producciones han servido para colocar a nuestros conductores en producciones de TV abierta, como ha sido el caso de Natalia Tellez, Bárbara Islas de Telehit y recientemente Joselyn Juncal y Wendy Braga de Bandamax'.

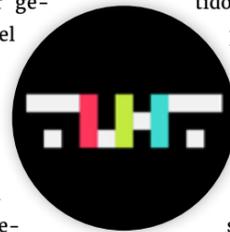
Telehit lanza una nueva era

Desde el 3 de julio, Telehit, la señal de música de Televisa Networks, lanza su versión renovada. Además de presentar lo mejor de la música y nuevos conductores, será más interactiva y ofrecerá contenidos innovadores y exclusivos en pantalla, redes sociales y en su página oficial. En esta renovación, presentará contenido lineal y no lineal integrando en su programación música, comedia y entretenimiento.

Ximena Cardozo, Paly Duval, Brenda Kellerman, Estefanía Ahumada, Octavia Porto, Israel Labastida, Rulo Sker y Oscar Burgos Jr. se unen a Karla Gómez, Clau-

dio Rodríguez, Bárbara Islas, Ceci Flores y Poncho Maciel como conductores del nuevo Telehit.

Carlos Murguía, productor general, expresó: 'Telehit será el primer canal con una plataforma de contenido original interactivo en el mundo. Somos el canal top de música pop anglo y de habla hispana a nivel mundial, por lo que complementaremos nuestra programación con el top 40 del hot pop latino, creando una mezcla ecléctica de éxitos'.



La audiencia de Telehit supera los 14 millones de seguidores en redes sociales. Desde sus inicios, esta señal se ha conver-

tido en una ventana fundamental para la proyección nacional e internacional de grandes figuras de la música. Con esta renovación apoyada en la era digital, Telehit mostrará lo mejor de la tecnología para seguir fortaleciendo su posición en la industria de la TV paga, como una señal novedosa, vanguardista, divertida, fresca y 100% interactiva.

Rai Italia
WWW.RAITALIA.IT

PROGRAMAS ÚNICOS | GRANDES PRODUCCIONES
LA LIGA ITALIANA DE FÚTBOL



DON
MATTEO

DISFRUTE DE LAS MEJORES SERIES ITALIANAS.

CONDISTA
INTERNATIONAL
WWW.CONDISTA.COM

CONTACTOS:

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

Thema America: 'Trabajamos muy de cerca con los operadores'

El grupo crece con sus señales en Latinoamérica

Con base en Miami y una oficina en México, **Thema America** ya ha consolidado su equipo de trabajo especializado en la industria de TV paga, apuntando a los mercados de Latinoamérica y al hispano de Estados Unidos. Además, ha cerrado acuerdos con agentes locales en otros mercados clave, como Argentina.

El grupo estará en **ConvergenciaShow** exhibiendo sus cuatro señales para la región, todas disponibles en HD: **Mezzo Live HD**, **Motorsport.tv**, **Trace Sport Stars** y **PX Sports**. Sobre la definición de las señales que se comercializan en esta región, **Patrick Rivet**, CEO de Thema America, comentó: 'Tuvimos en cuenta las expectativas y el tipo de audiencia de Latinoamérica. En Thema America tenemos la posibilidad de ofrecer una variedad en contenidos de manera que pueden ser consumidos como lo exige el público hoy en día'.

Adelantó: 'Durante los próximos meses, seguiremos reforzando las relaciones con los operadores clave en el mercado y trabajando conjuntamente para fortalecer sus ofertas de contenido. También vamos a promocionar las nuevas señales que traemos para el mercado'.



Sobre las señales, destacó su gran aceptación en Europa y arriesgó: 'Creemos que pueden funcionar muy bien para la región'.

Euronews es el canal enfocado a las noticias globales, Mezzo Live HD tiene toda la música clásica con conciertos de ópera, festivales de jazz y las más prodigiosas presentaciones de danza de todo el mundo. Motorsport.tv es el más importante generador de transmisiones en vivo del deporte automotor con tecnología digital y Trace Sports Stars es la señal de entretenimiento que indaga en la vida de las celebridades del deporte.

'Vamos a continuar representando a los canales latinoamericanos que distribuimos en la región tales como **FIBA Americas TV**, que trae las más importantes ligas y partidos de la Federación Internacional de Básquetbol, y **PX Sports** el canal de deportes extremos en Latinoamérica que representamos en México'.

Sobre la relación con los operadores, Rivet dijo: 'Seguimos trabajando muy de cerca con ellos; sabemos que hay una creciente demanda por parte de la audiencia en adquirir más y mejores contenidos. Nosotros podemos ofre-



Patrick Rivet, CEO de Thema America

cerles productos a su medida que se adapten a las nuevas tecnologías en los consumos de los contenidos y derechos multiplataforma para así enriquecer la oferta de los operadores, ya que los hábitos de consumo de contenidos han ido evolucionado a través de los últimos años y con ello la industria de TV paga en general'.

Agregó: 'A partir de este año, PX Sports forma parte de la oferta de canales de **Megacable**, logrando así una importante distribución en México y Latinoamérica, lo que representa un beneficio mutuo, ya que por un lado el canal se constituye como un canal único de deportes extremos en la región y por el otro lado el canal ingresa a uno de los sistemas de televisión de paga más importantes del país'.

Finalmente, confirmó que después de **ConvergenciaShow** en México, Thema participará en **Andina Link** Centroamérica, en Costa Rica, y **Jornadas Internacionales**, en Argentina.

TV5Monde: 50% de programación subtitulada

La señal francesa disponible en Latinoamérica, **TV5Monde**, dio a conocer sus novedades en programación para julio y anunció que ha incrementado sus contenidos subtitulados en español, hasta alcanzar el 50% de su grilla diaria. 'Gracias a una programación variada y de alta calidad, TV5Monde es hoy más que nunca un canal para todos los gustos y edades', afirmaron desde el grupo.

En el segmento cine, la señal presenta este mes las películas *Tchao Pantin*, *Piezas de mí*, *Castillos de Arena* y *Las Sillas Musicales*. Además, tendrá nuevos documentales y magazines



como la cuarta temporada de *Le Vuelta del Mundo de Las Artes Marciales*.

Además, desde el 1 de julio, TV5 Monde transmitirá para Latinoamérica uno de los mayores eventos deportivos del país europeo, la 104ª edición del Tour de Francia, la carrera de ciclismo que se desarrolla en 21 etapas, concluyendo el 23 de julio en los Campos Elíseos de París, tras recorrer 3540 kilómetros.

Otro de los contenidos deportivos destacados en julio es la transmisión del torneo de fútbol femenino donde la selección nacional



Stephane David, de Liberty, y Frederic Grol-Bourel, de TV5Monde

disputará dos partidos preparatorios contra Bélgica y contra Noruega, en preparación de la Eurocopa 2017, que tendrá lugar del 16 de julio al 6 de agosto en Países Bajos.



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

HUSTLER TV

XTSY

HUSTLER HD

JUICY

QUICKIES

manhandle

GIRLFRIENDS FILMS

HIS

Turner realizó su upfront 2017 en Perú

El grupo crece con sus señales en Latinoamérica

Con la conducción del presentador de CNN en Español, Guillermo Arduino, Turner presentó sus novedades en programación 2017 en Lima, Perú. El evento contó con la participación de Felipe De Stefani, SVP de ventas panregionales e innovaciones para Latinoamérica, y gerente general de Turner Internacional Argentina, y Bernardo Benedit, VP de ventas publicitarias para Latinoamérica.

Felipe De Stefani expresó: 'Tenemos grandes expectativas puestas en las posibilidades de desarrollo de Turner en Perú. Es un mercado que viene marcando un crecimiento muy importante en los últimos años y que logramos capitalizar gracias a la alianza con Media Networks y con una propuesta que constantemente busca soluciones innovadoras para los clientes, integrando plataformas y creatividad'.

Fernando Espinoza, director comercial de Media Networks, partner estratégico de la división de ventas publicitarias de Turner para el mercado peruano, dijo: 'Estamos muy satisfechos de la alianza que tenemos con Turner, un grupo que ofrece contenidos de la más alta calidad y plataformas para llegar a diversos públicos, esto nos permite ofrecer a nuestros clientes muchas



Felipe De Stefani, Bernardo Benedit, Pablo Greco, Guillermo Arduino y Fernando Espinoza

posibilidades de llegar efectivamente a sus consumidores'.

En términos de performance, Turner es líder de audiencia en Perú para los targets hombres y mujeres 18-49, con un total de 24% y 23% de share respectivamente. Su variedad de contenidos destaca dentro del bloque de prime time con las señales TNT, Cartoon Network, Space y Boomerang en el top 10 del ranking general de canales de TV paga.

En el grupo de canales de niños, Cartoon Network se posiciona como el segundo canal más visto por niños y niñas entre 4-11 años en Perú con TV paga; y Boomerang integra el top #5 de los canales más vistos en Perú por niños y niñas con TV paga de 4-11 años.

Los canales de cine y series mantienen la

segunda posición en este ranking de canales en 24hs y primetime para el target de 18-49 con TV paga, consolidándose desde 2015 en el podio del Top #3. Su spin off, TNT Series, también presenta una buena performance desde su lanzamiento en 2015. Space ha mantenido entre las cinco preferidas del ranking de cine y series por la audiencia de 18-24 años con TV paga de Perú en la franja de 24 hs. en lo que va del primer trimestre de 2017. TBS, entre 2015 y 2016, avanzó cinco posiciones en el ranking 24 hs, situándose de esta forma en el Top #8 del ranking de cine y series.

Producciones originales

En 2017 la compañía continúa apostando a su repertorio de producciones originales en Latinoamérica con títulos como *La fragilidad de los cuerpos*, *Un Gallo para Esculapio* y el concurso *Miss Universo Argentina* y Uruguay para TNT; *El César* y *Pacto de Sangre* para Space y *America's Funniest Videos* para TBS. Esta inversión en contenidos responde a una de las estrategias de Turner por posicionarse como casa productora de los futuros éxitos latinoamericanos.

'Perú representa hoy en día uno de los mercados de mayor crecimiento para la compañía: con 2 millones de suscriptores y una tasa anual que crece a un ritmo del 10%, Turner se mantiene como líder del sector con un portfolio de 15 señales; confiamos en que el desempeño en 2017 no será la excepción para este prominente mercado', comentó Bernardo Benedit, VP de ventas publicitarias para Latinoamérica.

turner

Nuevas producciones con Telefe y eltrece, de Argentina

TNT anunció que ya se iniciaron las grabaciones de las nuevas series *Un Gallo para Esculapio*, con Telefe, y *El Maestro*, con eltrece.

TNT y la productora argentina Under-



Luis Brandoni, Bruno Stagnaro y Peter Lanzani, de *Un Gallo*.

ground, junto a Boga Bogagna y con el apoyo del Incaa, producirán la serie de nueve episodios *Un Gallo para Esculapio*, dirigida por Bruno Stagnaro, que será estrenada en 2017 por TNT en Argentina y Latinoamérica, en conjunto con Telefe, que también tendrá a su cargo la distribución internacional y Cablevisión.

Por su parte, *El Maestro* es la nueva miniserie de 12 episodios producida por eltrece, TNT, Cablevisión y Pol-ka, con Julio Chávez y un elenco de primeras figuras, libro de Romina Paula y Gonzalo Demaría y la dirección de Daniel Barone.

PRIVADO,
SEGURO Y 24HS
DISPONIBLE



HOTGO ▶ hotgo.tv

PLAYBOYTV 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

MVS: Protagonismo en México

Estará en ConvergenciaShow

MVS volverá a tener un stand en **ConvergenciaShow** para recibir a los clientes de **ATIM**, la asociación de cableoperadores independientes de México, y de todo el mercado local en general, donde la empresa tendrá un gran protagonismo con sus señales, según adelantó **Jorge Tatto**, director de MVS Televisión, a **Prensario**, en la última convención de Tepal, en Panamá.



‘Estamos poniendo especial empuje en **Multicinema HD**, al ser nuestro último lanzamiento abriendo la señal para toda Latinoamérica en los últimos meses. Su



Yo, Frankenstein, uno de los títulos de terror de Multicinema HD

posicionamiento como el canal especialista en cine de terror, acción y suspenso no se ha hecho esperar y ahora cuenta con las ventajas del formato HD para Centro y Sudamérica’, explicó.

Además, la empresa destaca la señal **NU Music** que, según remarco Tatto, ‘sigue aumentando su cobertura’. Explicó que hay grandes expectativas con este producto por estar enfocado en el público joven y, particularmente, en el mercado de los millennials. ‘Se trata de un segmento comercialmente muy atractivo y con gran repercusión en las redes sociales y llegada a todos los dispositivos conectados’. La idea de **Nu Music** es ir aumentando las horas de producción original y seguir generando contenidos atractivos para su mercado con temáticas juveniles.

Además, el director de MVS habló sobre la renovación del sitio web de servicio al cliente, www.mvs-marketing.com. ‘La mejora



Jorge Tatto y Rafael Diaz Infante de MVS con el equipo de MBA

responde al interés en seguir destacándonos en atención postventa hacia los operadores que cuentan con nuestras señales. Brindar la materiales e información oportuna para la promoción de los contenidos de cada una de nuestros canales es el principal objetivo que se persigue con estos esfuerzos’, completó.



El Rolón se emite por NU Music

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 el stand 718 de Convergencia Show

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.



ANALIZADORES PARA TV ATSC CABLE, SAT Y WI-FI

RANGER Neo

PANTALLA TÁCTIL
 MEDIDAS EN FIBRA OPCIONALES
 ORIENTACIÓN DE PARÁBOLAS
 ANALIZADOR WI-FI
 GPS Y ANÁLISIS DE COBERTURA
 GRABACIÓN Y ANÁLISIS DE TS
 DESCODIFICACIÓN H.264
 COMPATIBLE CON WIDEBAND LNB
 ESPECTROGRAMA

DESCODIFICADOR H.265
 SUPER ANALIZADOR DE ESPECTRO
 CONTROL REMOTO
 ANALIZADOR IPTV
 SALIDA HDMI
 ACTUALIZACIONES GRATIS
 GRABACIÓN DE SERVICIOS
 WEB SERVER



pro mexar
 PROMEXAR SA de CV
 Edo. de México
 +5255-2628-3476
 +5255-5398-9382
 email: ventas@promexar.com

www.promexar.com

www.promax.es





EWTN: 'Cobertura más profesional y con mayor impacto'

La señal de programación católica EWTN tiene una muy buena distribución en Latinoamérica, especialmente en México, donde está en la mayoría de los sistemas de cable, grandes, medianos y pequeños. 'Aún así existen muchas oportunidades de crecimiento', afirmó **Juan Manuel Youshimats**, gerente de marketing para México y Centroamérica.

Así como está presente en la mayoría de los eventos de la industria, este mes participará en *ConvergenciaShow*, que Youshimats definió como 'fundamental ya que permite a EWTN entrar en contacto con muchos operadores mexicanos de diferentes dimensiones', y completó: 'Es muy alentador saber que el tamaño y asistencia de la exposición crecerán considerablemente. No tengo dudas que será de gran provecho para nosotros'.

Además dijo: 'Creo que el mercado seguirá cambiando y creciendo en beneficio de los operadores que tienen una atención cercana a los clientes. En eso tienen una gran ventaja los operadores pequeños y medianos, por razones obvias. Si a esto se

agrega que la tecnología se ha hecho cada vez más accesible a estos operadores y por tanto se están haciendo más competitivos tecnológicamente, tenemos todo para que la clientela de estos operadores crezca en los próximos años'.

En la parte de programación, Youshimats resaltó la cobertura de los viajes del Papa Francisco como los eventos que llaman la atención dentro y fuera de la Iglesia. 'Este año, a principios de septiembre visitará Colombia. La cobertura de EWTN cada vez es más profesional y con mayor impacto. Hemos crecido mucho en nuestras áreas de noticias y esto se nota particularmente en este tipo de eventos'.

Sobre la influencia del primer latinoamericano en ocupar el rol más importante de la Iglesia, el ejecutivo comentó: 'La Iglesia se comporta de forma distinta a otras instituciones. Cuando consideramos su historia milenaria se puede entender que los sucesos no producen en ella cambios perceptibles en el corto plazo. Además, el papado tiene una relevancia que se ve muy poco afectada



La Madre Angélica, fundadora de EWTN

por el origen de quien ocupa la posición. Es por eso que no hemos tenido un incremento considerable en la respuesta de los televidentes, no porque no haya una buena respuesta, sino porque ya era muy fuerte la respuesta en los papados anteriores'.

Finalmente, se refirió a la interacción con otras plataformas. 'Cada vez generamos más contenidos específicos para las redes sociales. Esto nos está dando una mayor presencia entre el creciente público del Internet, lo que a su vez los dirige hacia nuestra señal transmitida en los sistemas de televisión paga. Recientes adquisiciones nos han abierto también la puerta al sector de público joven, que a través de las redes nos está conociendo y empezando a seguir'.



EWTN Everywhere!

Disponible para sus servicios multiplataforma.

NHK viaja a Chernobyl y Fukushima

NHK World estrena este mes el especial en dos episodios, *From Chernobyl to Fukushima: Alexievich's Journey*, que sigue los 16 años de viajes de la Nobel de literatura Svetlana Alexievich, incluyendo visitas a esas dos ciudades.

El desastre nuclear de Chernobyl ha sido de especial significancia para ella, pues su familia sufrió los efectos del desastre. Cuando el desastre de Fukushima ocurrió



Alexievich's Journeys

en el 2011, se sintió impulsada nuevamente a escuchar las historias de 'la gente pequeña'. La primera parte, Chernobyl, se emite el viernes 21 de julio, mientras que la segunda, Fukushima, se verá el viernes 28 de julio.

Otro de los estrenos del mes es *Spiritual places in Nara*. La prefectura de Nara es un tesoro de santuarios y templos. El lugar atrae a viajeros al área que fuera la capital de Japón unos 1.200 años atrás. En la primera parte, el músico americano Nelson Babin-Coy se encuentra con obras maestras de esculturas budistas, en el templo Todaiji, que data de la octava centuria. En la segunda parte, Foo Swee Chin artista e ilustrador caricaturista de



Singapur visita Omiwa, uno de los santuarios más antiguos del país.

Finalmente, el sábado 22 de julio, NHK emitirá *Entertainment Nippon 2017: Hatsune Miku x Kodo*.

En marzo pasado el cantante virtual Hatsune Miku y el grupo de música japonesa Taiko Performing Arts Ensemble Kodo sorprendieron a los fanáticos de la música con su primer concierto juntos. En el próximo episodio se da un vistazo a esta nueva generación de música japonesa con escenas de su actuación; una colaboración entre un cantante virtual, que usa tecnología digital de punta y un grupo de música japonesa tradicional, donde se conectan, el pasado con el futuro a través tambores taiko.

BBC Worldwide: *Life Below Zero* se emitirá por History en Latinoamérica

BBC Worldwide anunció un acuerdo con History Latin America por el que cede los derechos de la serie factual *Life Below Zero* para su emisión en la región. La tercera temporada podrá verse este año, mientras que la cuarta entrega se estrenará en 2018.

Ganadora de un Emmy a la mejor fotografía en una serie factual, *Life Below Zero* narra las heladas aventuras de un grupo de personajes que luchan por sobrevivir en el gélido invierno de Alaska. Fue producida por Adjacent Productions, con Travis Shakespeare (Ice Road Truckers, Deadliest Catch) y Jane Tranter (Dancing with the Stars, Getting On, Top Gear USA) como productores ejecutivos de la tercera temporada. El coproductor ejecutivo fue Joseph Litzinger, quien junto a Shakespeare produjo la cuarta temporada.

Anna Gordon, EVP y directora gerente de BBC Worldwide Latin America/US Hispanic, dijo: 'Este acuerdo subraya el interés en los contenidos de BBC Worldwide y valida nuestra estrategia de ofrecer a las audiencias

en América Latina algunos de nuestros más populares títulos a través de una diversidad de plataformas entre las que se cuentan señales de TV Paga, plataformas de video-streaming y canales abiertos de televisión'.

Y agregó: 'Convenios como el hoy firmado con History Latin America muy pronto nos permitirán brindar el mejor contenido británico del mundo a las audiencias de América Latina en donde quiera que estas se encuentren'.

Por su parte, Miguel Brailovsky, SVP de producción y programación de A+E Networks Latin America, comentó: 'Creemos que *Life Below Zero* tiene todos los ingredientes que los fanáticos de la televisión factual buscan en una serie: grandes personajes, escenarios naturales monumentales, y la adrenalina de enfrentar vidas extraordinarias con peligros desconocidos para la mayoría de nosotros. BBC ha construido un programa apasionante, que complementa en forma perfecta otros contenidos originales de History'.



Life Below Zero

Imagen TV adaptará formato de *Telefe* en México

Imagen TV, la nueva cadena de TV abierta en México, anunció la adquisición del formato de la serie *Sres. Papis*, producida y emitida por Telefe de Argentina en 2014.

Aurelio Valcárcel, director de producción de ficción Imagen TV, dijo: 'En Imagen Televisión nos sentimos muy emocionados de producir esta divertida comedia romántica. Estamos a punto de iniciar grabaciones con toda la tecnología de punta, y con esto contribuir con nuestro ritmo de crecimiento de producciones originales de alta calidad hechas en México. Esta serie es una interesante alternativa para la audiencia mexicana que noche a noche va a

poder disfrutar en familia'.

Guillermo Borensztein, gerente de negocios internacionales de Telefe, completó: 'Después del suceso de la adaptación del formato en Chile, estamos realmente entusiasmados con la próxima versión mexicana de *Sres. Papis*. Fueron varios meses de negociaciones con Imagen donde fuimos trabajamos en paralelo sobre el contenido y estamos convencidos de que tendremos un producto mexicano de excelencia. Estamos felices con el proyecto y nos llena de orgullo acompañar a Imagen en una de sus primeras producciones de ficción, que además distribuiremos desde Telefe en todo el mundo'.



Consolidando su estrategia global, Telefe continúa realizando acuerdos para la expansión de sus productos en el mundo. *Sres. Papis* cuenta la historia de tres padres que se encuentran diariamente en la entrada del jardín de infantes de sus hijos y aborda temáticas como la amistad, la relación padre-hijo, los conflictos amorosos y el cambio de roles sociales.

CONFIA TU ESTRATEGIA OTT EN LAS MEJORES MANOS

Produce, distribuye y monetiza con Ooyala. Nuestros productos te permitirán darle vida a tu estrategia OTT para incrementar tu audiencia y maximizar tus ingresos.

El poder del big data a tu alcance. Solo con Ooyala.



www.ooyala.com

Expo Tepal 27: El mejor lugar de discusión

Entre los grandes operadores y programadores líderes

La Expo Tepal 27 en Panamá cerró con un balance claramente positivo en las conferencias, donde se vivió uno de los mejores momentos del año para la industria de la TV paga: el panel de programadores líderes junto a **Eduardo Stigol** de **Inter/TuVesHD** en el estrado y las preguntas de **Enrique Yamuni** de **Megacable** y **Nicolás González Revilla** de **Cable Onda** como destacamos aparte.

Eso además del foro de negocios con todos CEOs, un notable comienzo sobre la estrategia tecnológica de **Comcast**, la visión de los protagonistas de TV Everywhere donde se destacó **Tivo** y el final con las cifras del mercado del **JP Morgan**, siempre con los OTT en el centro de las discusiones.

Gran inauguración

La gran mesa inaugural expuso la fuerza de Tepal con **Mauricio Ramos** de **Millicom**, **Enrique Yamuni** de **Megacable**, **Jorge Garro** de **CableTica**, **Nicolás González Revilla** del anfitrión **Cable Onda**, **Carlos Moltini** de **Cablevisión Argentina**, **Eduardo Stigol** de **Inter/TuVes**, **Jorge Schwartz** de **TVCable Ecuador** y **Desiree Londoño** de **Altice República Dominicana**. Ellos con el ministro de comercio de Panamá, **Augusto Arosemena** y luego llegó **Liberty Global** con su representante **Stephane David**.

La bienvenida la dio Ramos en su rol de presidente de la entidad, quien celebró que la expo es cada vez mejor, con esfuerzos junto a organizaciones líderes como **Cablelabs**, representado por **Christopher Lammers**. Dijo que aprendió 'que esta industria tiene la capacidad de volver a reinventarse; cuando parecía acabarse, apareció la banda ancha. Hoy los desafíos son parecidos a las oportuni-

dades. El gran tema es la convergencia del cable con el móvil, ¿hay que hacerlo con capital heavy o con capital light? Los dos más grandes de Estados Unidos entraron al móvil y el 5G los pone en el centro, ya que lo primero de eso es la fibra. El segundo gran tema son OTTS; ¿son enemigos o amigos para crear un mejor ecosistema? La penetración siempre está entre el 40% y el 70%, así que también hay una gran oportunidad. Las redes son las autopistas para llegar al camino digital.

González Revilla destacó las constantes inversiones del sector y como sus sociedades están totalmente digitalizadas. **Cable Onda** lanzó también en Tepal su plataforma de TV Everywhere junto a **Tivo** en firma con **Randy Osborne** y con **José Rivera** de **Sony Pictures** que le dio 800 títulos.

La expo comercial y el futuro

La importancia comercial del encuentro, con todos teniendo sus citas con los grandes socios de Tepal, no ofrece discusión. Estuvieron además asociaciones como **Asotel** de Venezuela, la de **Roy Salazar** de Costa Rica y clientes tier 2 como **Cable & Wireless** de Panamá, **Telecable** de Costa Rica, **Aster** de Dominicana o **Telecable** de Costa Rica. De todas maneras, lo que está más en duda de cara al año que viene es el formato de la expo comercial, a la que se sumaron sponsors importantes como **Huawei** y **Guavus**. Si bien los stands tuvieron movimiento hasta horas



Mesa inaugural



Carlos Moltini, de Cablevisión, y Eduardo Stigol, de Inter/TuVes



Nicolás González Revilla, de Cable Onda, César Sabroso, de A&E, Sofía Higuera, de Fox, y Jorge Schwartz de TVCable Ecuador

avanzadas de la tarde los dos días, incluso el segundo con un cóctel abundante hasta las 19, la cantidad de clientes por fuera de los socios de Tepal no fue tanta. Aquí hay que saber que los grandes no promueven la interacción con los más pequeños, así que hay varias decisiones que tomar al respecto.

Pero todo esto no debe hacer olvidar lo importante de las charlas mantenidas, y el carácter único de los debates y la calidad de gente a ambos lados del mostrador que va a Tepal cuando otras ferias no reciben figuras representativas. Sin conferencias como en Tepal, la industria de Latinoamérica ya no tendría donde reunirse de la misma manera.



Humberto García, de Tepal, Stephane David, de Liberty, y Frank Smith, de HBO



Francisco Cuscó, de Olecom, y Enrique Yamuni, de Megacable

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.signalveu.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

*Las imágenes utilizadas en esta pauta fueron tomadas de internet, por ende respetamos sus derechos de autor de quien perteneca dicha imagen

Histórico panel de programadores líderes

OTTs directos al consumidor, parity y skinny bundles, los grandes temas

El panel de programadores que tuvo la expo Tepal este año fue único en la historia de los eventos de la industria, reuniendo en un mismo lugar de debate a **Frank Smith**, EVP de Distribución y Desarrollo de Contenidos de **HBO Latin America**, **Sofía Higuera**, SVP de **Fox Networks Group**, **Felipe de Stefani**, gerente general de **Turner Argentina**, y **Alan Navarrete**, EVP de distribución de **Discovery**, con la incisiva moderación de **Eduardo Stigol**, CEO de **Inter/TuVes**.

HBO Now

Tras el lanzamiento de **HBO Go/Now** directo al público, Frank Smith no dijo que la TV Everywhere fue evolucionando, que primero se lanzó como estrategia de fidelización pero luego, ante las limitaciones en la distribución y del acceso a su contenido, se decidió seguir adelante.

Remarcó que ante la realidad de las nuevas formas de consumo, el grupo necesitaba dar acceso a sus contenidos para poder mante-



César Sabroso, SVP de Marketing en A+E Networks, en el cierre del panel

ner la capacidad financiera de producir series de la magnitud de *Game of Thrones*. Añadió que todavía hay que crecer' con los clientes tradicionales y que los

OTT 'no tienen el contenido que tiene un operador'.

Dificultad de Parity y producción original

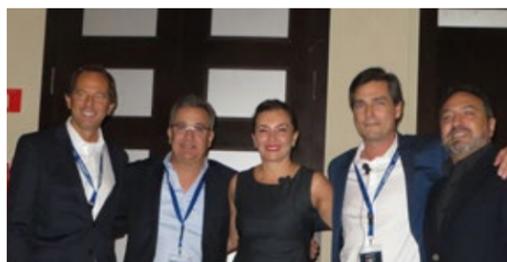
Sofía Higuera, de Fox, agregó que el grupo todavía está viendo cómo moverse en el panorama actual para recuperar a los Millennials para que sigan siendo sus clientes en el futuro. Por su parte, Allan Navarrete, de Discovery, sostuvo que no hay que perder el rumbo de la creatividad, ya que 'el contenido se impone', pero que hace falta 'más agilidad de derechos para las nuevas plataformas'.

Todos coincidieron en que es difícil dar parity con los OTT por el manejo de los estudios de Hollywood cobrando cada ventana por separado y vendiendo derechos diferentes a los OTTs. Por eso van la tendencia es firme a la producción original para tener todos los derechos.

Eso lo avaló Felipe de Stefani, de Turner, contando cómo el grupo se ha transformado sumando contenidos de deportes y en vivo como el fútbol en Argentina con **Fox**, algo impensado tiempo atrás, que seguirá con el fútbol brasileño.

Skinny Bundles

Pero además del parity, la interpelación principal de los socios de Tepal fue para



Todo el panel de programadores

reformular los paquetes de señales actuales y tener Skinny Bundles (paquetes más ligeros). Pidieron que las repeticiones vayan on demand y se gane espacio para la banda ancha. Stigol preguntó por qué los clientes a la carta pueden comprar sólo el contenido Premium y los operadores no.

Pero sobre todo, fue importante la visión de **Enrique Yamuni**, CEO de **Megacable**, de que menos canales no tienen que implicar menos contenido ni menos dinero para los programadores.

Sobre eso contestó Frank Smith que 'todo hay que hablarlo', pues les piden cambios pero no se está creciendo. Y de Stefani agregó que el problema 'no es de cantidad de contenido sino de precio', considerando que ya existen los mini básicos, y que para eso hay que hacer economías de escala como tienen los OTT. El cierre fue con una teatral intervención de **César Sabroso**, SVP de marketing de **A+E Networks**, haciendo un llamado para que se use la data para evaluar y que todos trabajen juntos.

Gonzalo Hita, de Cablevisión, en Tepal

Gonzalo Hita, COO de **Cablevisión** de Argentina, se refirió al cambio cultural que representó su nueva plataforma **Flow**, que apuesta al big data y cuenta con un equipo de parity, para obtener los derechos de emisión multiplataforma de los contenidos.

Habló del futuro y de la relación con los OTT y Netflix en particular, remarcando que tiene que ser win-win. Agregó que el vínculo puede estar en tres niveles: tener la app para ayudar a Netflix cuando el televi-

sor no sea Smart; mediante un motor de recomendación con metadata integrada con el OTT; y la tercera opción sería compartir la comercialización de Netflix, que dependerá de cómo se negocie en el futuro.

Sobre la agenda futura dijo que la fibra óptica será clave, lo mismo la movilidad 4G y 5G, poder distribuir contenido full IP y multicast IP, el Wi-fi en el hogar para garantizar el video, universalidad on demand de las series completas, el 4K, el desarrollo del



Gonzalo Hita, de Cablevisión, y Frank Smith, de HBO

big data para ver cómo se vive la experiencia y el foco en la interfaz de usuario.

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

Foro de CEOs: Interfaz y datos para integrar a los OTTs

Con un alto nivel de ejecutivos y declaraciones más que interesantes, se realizó en Tepal el Foro de Negocios, donde participaron **Mauricio Ramos de Millicom**, **Enrique Yamuni, de Megacable México** y **Carlos Moltini, de Cablevisión Argentina**.

Ramos remarcó que su foco está en los datos y que es una falacia que la penetración de los móviles sea del 100% en Latinoamérica, ya que hay que considerar a los que tienen smartphones. En los ocho países en los que está Tigo, la penetración de los teléfonos 4G es de sólo 15%. Remarcó que su ARPU promedio es de USD 8, pero en los clientes que pasan de teléfonos 2G a 3G y luego al 4G, éste crece a USD 20, lo cual es un cambio rotundo.

Sobre el hogar digital, dijo que sus países todavía no tienen el suficiente despliegue de fibra. Donde opera Tigo hay 30 millones de hogares, y su red cubre 8,5 millones. A duras penas el 30%. Espera llegar a más, pero llevar a 15 millones tomará demasiado tiempo. Para hacerlo rápidamente hay que acudir al DTH, más si se cuenta con una compañía móvil que permite usar su marca y logística. Ahí se empiezan a mezclar los segmentos fijo, móvil y DTH.

Ramos habló de la alianza de Millicom con Netflix ya que, con el foco de la empresa en los datos, los clientes tienden a contratar

velocidades más altas. Las claves son tener una mejor interfaz (eligió a Tivo), más velocidad y más producto en las góndolas como los OTTs.

‘No podemos poner un cartel que diga que aquí no vendemos OTT’, afirmó.

Enrique Yamuni, siempre irónico, dijo que se necesitan mejores redes para cubrir la brecha digital y no OTTs que no pagan impuestos ni generan trabajo en los países. Pero que igualmente buscan a los operadores porque en la región la bancarización es baja, las tarjetas de crédito no tienen penetración y ‘las de débito casi nunca tienen saldo’, bromeó. Megacable acaba de lanzar su plataforma **XView**, pero confirmó que lo hace como un ‘retenedor de usuarios’. ‘El tiempo dirá qué negocios podrá hacer’, remarcó. Igual destacó que más daño le hizo **Roku**, cuyos equipos finalmente fueron prohibidos en México por la denuncia de un solo programador, aunque deberían haberlo hecho todos.

Carlos Moltini dijo que la cuestión es si estos OTTs les sacan los clientes o son un comple-



Nicolás González Revilla, de Cable Onda; Enrique Yamuni, de Megacable; Mauricio Ramos, de Millicom; y Carlos Moltini, de Cablevisión

mento. Él lo ve más como esto último. Netflix también hizo una redefinición de su compañía; antes decía que era la nueva televisión y hoy que es un estudio de programación con distribución diferente. Y hasta acepta pagar impuestos en algunos lugares, como Francia.

Igual dijo es necesario para darle la experiencia al cliente y puede sumar otros OTT como en soluciones de deportes. El OTT aparece como una reconversión del servicio ante la evolución del consumidor. En lugar de llamarlo “nuevo Cablevisión” se lo denominó **Flow**. Agregó que no cree en las exclusividades porque traen más problemas que soluciones. Finalmente, coincidió con Yamuni en la necesidad de mejorar la eficiencia de los costos, que menos canales no implican menos contenido, y que en tecnología siguen la misma estrategia de **Comcast**.

Comcast apuesta a FiberDeep con Docsis 3.1

La sesión de conferencias de Tepal abrió con **Jorge Salinger** de **Comcast** de Estados Unidos, que remarcó que ‘Docsis 3.1 es lo fundamental en esta etapa’. Completó: ‘Se cree que GPON es lo más utilizado pero esto no

es cierto; están migrando toda la estrategia a Fiber Deep en su planta lo más rápidamente posible’. Esto tiene mejor costo-beneficio que el FTTH y además implica más tiempo de implementación. Remarcó que Fiber Deep exige mucha fibra pero hay maneras de aliviar eso. También habló de desplegar el concepto Full Duplex como pilar de la estrategia de manera de ofrecer más GB por segundo en Docsis 3.1 en upstream y downstream para los lugares de más demanda.

Es fundamental para dar servicios simétricos pero funciona sólo en plantas pasivas. En otros lugares que no puedan van a hacerlo con Remote File Devices. También hace fibra al

hogar con EPON FTTP, pero es un porcentaje muy pequeño respecto a Full Duplex. Trabaja con **CableLabs** para hacer 100 MG con eso. También hacen mucho esfuerzo en wireless.

Sobre el futuro dijo que no hay cliente que necesite un GB por segundo, pero hay clientes que lo piden y pagan 500 dólares por 2. Bromeó que el Speed Testing es el único que requiere un Giga por segundo, no la necesidad de los clientes. Ya está planeando cómo dar 5 GB.

Christopher Lammers de **Cablelabs** también habló de sus miembros en Latinoamérica como **Cable Onda**, **Cablevisión**, **VTR**, **Liberty** e **izzi** de México, entre otros.



Charlie Brown de Cable Onda, Jorge Salinger de Comcast, Nico González Revilla y Mauricio Ramos de Millicom

technetix

DBX PLATAFORMA DE ACCESO MODULAR

Technetix DBx es una plataforma de acceso flexible con módulos intercambiables que se puede reemplazar rápidamente y económicamente para cumplir con los requisitos cambiantes de actualización de red. Amplificador • Nodo • MDR • Remote PHY

- 1.2 GHz completamente funcional, listo para DOCSIS 3.1
- Listo para operación remota usando transpondedor DOCSIS 3.0
- Diseño energéticamente eficiente
- Actualizable en campo
- Plug-ins no requeridos
- Plataforma modular permite convertir amplificadores en nodos

LISTEN | INNOVATE | DELIVER

info-usa@technetix.com • 1 866 956 5608 • technetix.com

© Copyright 2017 Technetix Inc. All rights reserved. Technetix, the Technetix logo, and certain other marks and logos are trade marks or registered trade marks of Technetix Group Limited in the UK and certain other countries. Other brand and company names are trade marks of their respective owners. Technetix protects its technology and designs by registering patents, trade marks and designs in United States, Europe and certain other countries.



Francisco Cusco y Tony Salanova de IVC



Jorge Schwartz, Juan Carlos Arguelles de Televisa Networks y Diego Puento de TV Cable



Maki Mazawa, Sara Rojas, Daniela Ruggiero y Mauro Páez de Food Networks



Jorge Salinger y Christopher Lammers de Cablelabs



Frederic Grol Bourel de TV5, Carlos Boshel y Aljeandro Bernal de Caracol TV



Hubert Legrix de la Salle de Broadpeak, Mauro Bonomi de Minerva, Tobias Nystrom de CryptoGuard y Rodrigo Godoi de Elemental



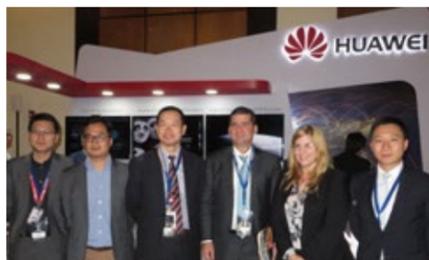
Diego Concenio, Pedro Leal de Clearfield, Carolina Sánchez, Ernesto Rivera, Danixa Sandoval y Pablo Aldames de ATX en Power & Tel



Gustavo Minaker y Felipe de Stefani de Turner



Jorge Fiterre de Condista, Juan Manuel Betancor y Hernán Chiófalo de TyC Sports



El staff ejecutivo de Huawei con Nico González Revilla



Hubert Legrix de Broadpeak, Yuval Schwarts de Guavus y Jorge Salinger de Comcast



Iris San Juan de GDI, Richard Kohlweg e Iliana Tuyá de Intelsat



Tony Cameron de Tulsat en el stand de Cableonda



M.Eugenia Ugueto de Agrotendencia y Roy Salazar de Costa Rica



Fernando Semenzato de Schange y Rafael Díaz Infante de MVS



Rodrigo Godoi y Dwaine Brady de AWS Elemental



M.Eugenia Ugueto de Agrotendencia y Patricia Coronel de DestinosTV

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.



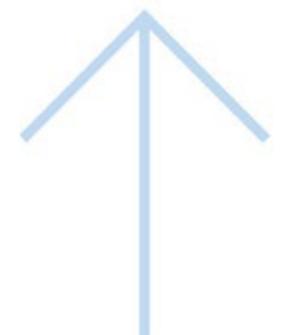
WRTP: Wireless Router Test Platform

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



Alpha Technologies crece en todas las áreas de negocio

Fuentes de poder, small cells y fibra

Alpha estuvo en la Expo Tepal de Panamá, representada por **Antonio Gálvez**, para mantener su presencia en la región junto a **AMT**, marca con la que también se presentará en **ConvergenciaShow**, de México.

La marca está teniendo un buen desempeño en la región, donde todas sus líneas de negocio avanzan y está con las primeras implementaciones y pruebas en grandes empresas. Es el caso de **Claro** en Chile con las small cells, y en la parte de fibra, ya está con en **Tigo**.



La parte tradicional de fuentes de alimentación también ha crecido este año en la industria de cable, según remarcó Gálvez. Alpha Technologies es un socio importante para la confiabilidad de las redes ahora que todos los grandes clientes son operadores de telecomunicaciones y no pueden ver interrumpidos sus servicios. En línea con eso, los UPS



Emerson Pérez, de Bridge; Vladimir Velikovich, de AMT; Jorge Gandulfo, de Veas; Mauro Peluso, de Toolbox; y Antonio Gálvez y Jorge Villalobos, de Alpha

tradicionales cambian por modulares de grado telco que ofrecen hasta 75KVA.

SES: De Tepal a Convergencia

Promoviendo la migración al NSS806 y al SES 10

SES tuvo su stand en Tepal y lo volverá a tener en **ConvergenciaShow** promoviendo tanto la comunidad que está armando en México como la panregional. Eso con los satélites **SES 6**, **NSS 806** y el **SES 10**, que es el más nuevo, en operación desde el 15 de mayo después de mucho comentarlo. Vale



destacar que es el primero que se lanzó con un cohete reutilizado, que ya había viajado al espacio y como se recuperó lo volverá a hacer.

Sigue la campaña de las antenas para que los operadores migren al **NSS806** y al **SES 10**, ideal para los **DTH** y las soluciones de datos.



Carlos Gutiérrez

Stechs, para toda la región

Una nueva empresa argentina de exportación empieza a penetrar en Latinoamérica y estuvo presente en Tepal como el único stand totalmente nuevo, **Stechs** (Smart Tech Solutions). Eso además de seguir incursionando en otras ferias como **ConvergenciaShow** de México. La marca está abocada a la parte de software para **ISPs** y **cableros de OES**.



diagnóstico y gestión remota del **Wi-fi** en el hogar con su plataforma **Home Wifi Experience**, que es una de las necesidades mayores de los operadores. Incluye una interfaz customizable con la marca del propio operador que permite al cliente autogestionar su red **Wi-fi** y también un motor de recomendaciones y seguimiento de cambios realizados sobre el dispositivo.

También la parte de **broadband provisioning** unificada de productos



Agustin Bertamoni, CEO, y Ariel Laganá

y servicios, y un **Bandwidth Manager** para el control y gestión de tráfico **IP** para los **ISPs**.



Conoces a Power & Tel? Exportamos.

SUMINISTRAMOS PRODUCTOS PARA CONSTRUIR Y DAR MANTENIMIENTO.

Mantenemos stock de productos para Latinoamérica:

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

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

NexTV Series South America: Los OTTs desde todos los ángulos

Con buena concurrencia se discutieron estrategias de TV paga

Una nueva edición de NexTV Series South America tuvo lugar el 14 y 15 de junio en el Alvear Palace Hotel de la Ciudad de Buenos Aires, demostrando que el evento de **Dataxis** es el punto de encuentro obligado para todos los jugadores de la industria que buscan hacer crecer sus negocios OTT, lanzar al mercado nuevas plataformas o incluso comprender hacia dónde se mueve el negocio.

Las principales plataformas de TV Everywhere, programadores de TV paga, cableoperadores y empresas digitales con cualquier tipo de distribución de contenidos en video online estuvieron participando de los paneles, junto con los proveedores de soluciones que apuntan a mejorar los servicios, logrando discusiones de relevancia frente a una audiencia que llenó la sala principal en las dos jornadas.

Entre los operadores de TV paga, se destacó la presencia de Miguel Fernández y Gonzalo Hita, de Cablevisión Argentina; Javier Ruete, de TCC Uruguay; Mario de Oliveira Madeira, de Nuevo Siglo Uruguay; Pedro Planas de Telefónica Perú; Marcelo Juárez, de Supercanal; además de representantes de las cooperativas argentinas y empresas de TV paga de la provincia, como TeleRed.

Participaron también los principales gru-



Panel TV abierta hacia la multipantalla



Panel de Estrategias de OTTs por suscripción



Ariel Barlaro, de Dataxis, junto a los disertantes del panel de CTO's

pos de señales, como HBO, Turner, Disney Channel, Fox Networks Group, Sony Pictures Television, History Channel, Viacom; canales abiertos como Arteray y América TV de Argentina; TVN y Mega de Chile, Monte Carlo de Uruguay.

Nuevas formas de consumo

El primer panel indagó en los millennials y los nuevos hábitos de consumo de la TV, donde **Román Guasch**, de **Turner** afirmó que este segmento poblacional ya está impactando en los números del negocio y afirmó que el camino a futuro es reducir el número de canales pero incrementar la calidad, pero que se debe encontrar un modelo que reemplace a la TV paga.

Leonardo López Larraquy, de **Movile**, dijo que estos jóvenes buscan contenidos gratis, a demanda y según su conveniencia de uso, mientras que **Pablo Lacroix**, de **Leader Entertainment**, agregó que los niños buscan contenidos cortos, desde plataformas gratuitas y que los SmartTVs permiten tiempos más largos de visualización.

En cuanto a la calidad, todos coincidieron en que los dispositivos móviles requieren contenidos más dinámicos, mientras que los televisores conectados precisan una mayor calidad de imagen. Todo requiere un análisis para ver cómo se monetizará y qué se puede sacar de cada plataforma.

Estrategias OTT

En el panel sobre estrategias OTT, se expusieron

los casos de **Qubit**, **Telefónica On Video**, **Veoflix** y **Seledcta TV**, donde cada uno de los participantes contó en qué momento están sus respectivas plataformas y hacia dónde creen que avanzará el negocio.

Facundo de la Iglesia, de **Qubit** comenzó como un servicio de marca blanca, pero que desde el año pasado se vio una oportunidad para lanzarse directo al consumidor con foco en el cine, donde encontró un espacio sin explotar. Ahora funciona como SVOD de cine y ya está en ocho países.

El caso de Telefónica lo presentó **Gustavo Castro**, quien describió este momento para la empresa como de transición ya que opera tanto en transaccional como en suscripción, llegando a 150.000 clientes en Argentina. Se está por lanzar en Uruguay con contenido local y cuando hay banda ancha se comercializa empaquetado.

Veoflix fue definido por **Ricardo Nougué**, como un negocio de nichos, donde se prueba contenido premium, y ahora produce obras de teatro con una sala en Montevideo

Finalmente, **Federico Scialabba**, de **SelectaTV**, explicó que su OTT va a un núcleo de usuarios de música clásica y ópera, encontrando que la cobranza internacional por tarjetas de crédito tiene muchos problemas, sin importar el nivel adquisitivo; se están haciendo convenios con operadores telefónicos, que resultan más caros pero tienen menos problemas.

La transformación de la TV paga

Los principales programadores junto a TCC y DirecTV discutieron sobre la transfor-

Pasa a la pág. 68

Bring Interactive HDTV Experiences Home

Unleash the versatility, connectivity and power of the
ARRIS HMC3000 HD Interactive Set-Top. Available from TVC Communications.



www.tvclatinamerica.com



NexTV Series South America: Los OTTs desde todos los ángulos

Viene de la pág. 66

mación de la TV paga, refiriéndose a temas como la evolución hacia el OTT, las nuevas interfaces de usuarios, derechos de VOD y Catch-up, multipantalla y la conveniencia de integrar Netflix en las ofertas de los operadores.

Nicolas Albistur, de DirecTV, afirmó que los eventos deportivos generan picos de audiencia altos y que hay que estar preparados para dar un buen servicio. Agregó que los clientes quieren más contenidos pero sin tener que pagar por ellos y que hay una piratería creciente en Internet. Añadió que el contenido sigue mandando y lo hará por mucho tiempo.

Ezequiel Fonseca Zas, de Viacom, señaló que la librería es lo que nivela los picos y los valles y que hay que pasar de una mentalidad de preprogramación a tener recurrencia y predictibilidad en el consumo. Dijo que está avanzando diferente con cada operador, según lo que quiera y que encuentra distintas velocidades de negociación.

Javier Ruete, de TCC, se refirió al proceso de educación, acomodación de la tecnología, con la regulación y los cambios en las modalidades de consumo. Dijo que el trabajo es administrar suscripciones y que hay nuevos oferentes de contenidos, no siempre de mejor calidad. Ahora el desafío está en la regulación y la gestión de derechos, que es diferente según el medio de transmisión.

Ivana Steinberg, de Sony, citó el modelo

de Crackle, que ofrece una asociación con el distribuidor, y es un producto llave en mano, es la posibilidad que ofrece una solución en este momento de transición de una plataforma a otra.

Gonzalo Sternberg, de HBO, dijo que su meta fue llegar a todos los clientes de todas las formas posibles y por eso lanzó tanto su plataforma VOD mediante operadores, como el servicio OTT por suscripción independiente. Afirmó que los cambios son más rápidos pero que el negocio es saludable y se adapta a los cambios de consumo.

TV abierta multipantalla

Los broadcasters también tuvieron su lugar en NexTV, en un panel donde se discutió la conveniencia de desarrollar sus propias plataformas de streaming, así como las alternativas publicitarias para monetizar los contenidos.

Mega de Chile hizo cuatro transformamos la página de web hasta convertirse en un catch-up, ahora es una extensión de lo que se ve en pantalla. En el caso de **Monte Carlo** de Uruguay, el contenido se procesa y se publica online en bloques según las formas de consumo en cada plataforma.

El Trece de Argentina tiene diferentes formatos para cada plataforma, mientras que **América TV**, un canal de contenido en vivo, tiene en su web una plataforma

de streaming con publicidad en digital y las mismas tandas que en televisión, pero trabaja en tandas digitales independientes para monetizar por separado.

Google YouTube sostuvo que los canales de TV abierta son socios, con cuatro pilares estratégicos: la distribución de contenidos; interacción con el usuario; la monetización de acuerdo al modelo que busque el canal, por publicidad, por suscripción o transaccional; y la infraestructura, la Nube y la inteligencia artificial. Los modelos de monetización pueden combinarse en muchos casos, segmentándolos.

El futuro de las nuevas tecnologías

El panel de CTOs tuvo el tema del 4K como eje central y contó con la participación de los ejecutivos técnicos más importantes de la industria, con descripción de los esfuerzos realizados por los participantes.

Mario de Oliveira, de **Nuevo Siglo** de Uruguay, afirmó que puede haber una etapa intermedia en la evolución de los STBs y que en este momento no existe un motivador para la transición de HD a 4K, como lo hubo para pasar de SD a 4K.

Guillermo Bertossi, de Fox Networks Group, relacionó el progreso con la experiencia HDR, que ofrece mayor rango dinámico y mejora la experiencia de visualización en HD, dando una sensación de realidad. **Mario Primavera**, de QubitTV, dijo que desde el punto de vista de la producción, el 4K ya se está usando; Netflix lo utiliza como una herramienta de marketing.

Sobre Realidad Virtual, Bertossi señaló que se están haciendo experiencias inmersivas que pueden verse con distintos tipos de dispositivo, falta que eso sea masivo, los dispositivos especiales son caros, puede ser un poco más masivo con la PlayStation; todavía no se ha extendido.

Mario De Oliveira señaló que hay una gran mejora en la latencia, pero todavía existe incertidumbre sobre la aceptación del servicio. En los últimos tiempos ha habido una integración de servicios en el STB; la meta es que todo esté ahí y que la experiencia sea uniforme, que se pueda acceder en un dispositivo que tiene mucha menos tecnología que un teléfono, tienen que costar 50 dólares; el desafío es poder contemplar eso.



Ariel Barlaro and Pedro Luis Planas of Telefónica Perú



Roberto Buccolini, Mauro Peluso de Toolbox, Marcelo Juárez and Juan Cruz Bobillo de Supercanal



Javier Ruete of TCC and Sebastián López, de ESPN



Pablo Fernández de Red Intercable and Arnault Lannuzel de Broadpeak



NC4000 Series



SFP 1310-1550-DWDM



Digital Tranceiver



Aurora Optical Platform



MUX/DEMUX



Digital Return




01-918-251-2887

tcameron@tulsat.com







FTTH OTT HFC CATV

Cablevisión Flow ya tiene 300.000 clientes

Suma 30.000 por mes

Gonzalo Hita, COO de **Cablevisión**, tuvo una charla cara a cara con **Ariel Barlaro**, de **Dataxis**, en NexTV Series de Buenos Aires, donde el tema principal fue el OTT lanzado el año pasado, **Flow**. 'Es algo maravilloso por la chance de convertir lo lineal en no lineal, y de ver el vivo dentro y fuera del hogar', afirmó el ejecutivo.

'El ecosistema no estaba maduro por lo que tuvimos que armarlo con un montón de proveedores durante cuatro años, pero finalmente lo tuvimos'. En sus dos versiones, el Flow y el Flow Box dedicado al cliente, hoy tiene más de 300.000 clientes y con los set top boxes específicos, 100.000, creciendo a un ritmo de 30.000 clientes mensuales.

Más streaming y reinicio de contenido

'Fue un cambio cultural en la compañía; Flow es un producto vivo en el que tenemos que trabajar todos los días. Luchamos por el Cloud DVR y hoy es de lo menos utilizado. Lo que más se usa es el streaming de video en vivo de las señales de Cablevisión en múltiples dispositivos. Lo que nos sorprendió es que eso se da un 33% dentro del hogar en lugar de prender el televisor. Hoy, está primero el uso del streaming en vivo, luego la chance de reiniciar un contenido ya emitido (ir con la guía de programación para atrás), tercero el On demand y el cuarto el Cloud DVR', explicó Hita.

'Lo de reiniciar el contenido tiene derechos ligados, fue un trabajo muy grande con los programadores. Había mucho contenido que pasaba de largo por no ponerlo On Demand. El reverse tiene 24 horas pero el On Demand tiene mucho más tiempo. Muchos contratos no incluían esto, pero en estos cuatro años pudimos hacerlo para que Flow naciera de una manera simple y completa', agregó.

STB's necesarios

Hoy los clientes de Cablevisión pueden optar por tomar un STB con HD y SD, o las nuevas cajas con Flow que sobre ese producto suma el OTT y en segundas pantallas. Hoy el 70% compra Flow y el 30% sólo HD. 'Nuestro

sueño es prescindir de un STB, pero hoy es necesario y se sigue debatiendo si tiene que estar o no en el futuro. Pero una app en Internet depende del ancho de banda, y con el STB eso no ocurre con calidades de video que van creciendo. Igualmente trabajamos con los televisores para que la app esté de forma nativa y que no haya que mandar un técnico a instalar nada', remarcó.

"Ganar ganar" en OTT

'Sony quiere integrar a **Crackle** en su servicio de oferta; **Comcast** incorpora a **Infinity** como competidor de **Netflix**. El éxito consiste en evitar que el cliente salga de nuestra interfaz. El objetivo es integrar a todos los OTTs relevantes. Hay muchos que quieren sumarse respetando el ecosistema y otros que quieren sumarse a la plataforma sin respetarlo. Todos formamos parte de un ecosistema y cambiar el paradigma tiene que ser en un ganar-ganar y no de beneficio sólo para uno'.

El ejemplo de **HBO**, que lanzó un OTT directo al consumidor en el Caribe cambia las reglas del ecosistema. 'Hasta ahora fue un excelente socio de negocio en todo el proceso de formación de nuestro negocio y estamos contentos de tenerlos. Veremos qué pasa en el futuro', añadió.

Valor del core business

'Históricamente, hemos utilizado un modelo de distribución completa. Hoy el cliente pide otra cosa. Si medimos el valor respecto a la TV básica tradicional, nos dice que cae hace nueve años. Con Flow el objetivo no es monetizarlo porque no se paga ni en 100 años, pero sí incrementar la parte central de los ingresos', explicó **Gonzalo Hita**.

'Tenemos que analizar el desempaqueamiento de señales. Lo que está claro es que la industria no puede perder ARPU; el tráfico de las redes crece a un ritmo de 50%



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

interanual. Eso hay que mantenerlo y en la red fija cobramos por velocidad y no por tráfico. Tenemos que estar muy atentos a los cambios y adaptarnos', completó.

Cable vs. Internet

'No creemos que los que reemplazan el cable por Internet hayan llegado a Argentina. Sí vemos consumidores nuevos que contratan banda ancha y no cable. No creo que vayamos a ser un caño bobo que da Internet, pero si tendremos que competir con alternativas de contenido diferente. No tenemos miedo al fenómeno, pero si respeto en adaptarnos al tiempo'.

Los temas para el futuro

'Hablamos de OTT desde hace cinco años y en los próximos creo que hablaremos de otros cuatro temas. En primer lugar, para dar más velocidad y analizaremos la fibra óptica; no sé si FTTH, pues cambia todo dentro del hogar', reflexionó Hita.

'En segundo, discutiremos el lugar de la movilidad, hoy el 4G y mañana el 5G serán indispensables fuera del hogar. En tercer lugar, hay que prestar más atención al 4K. Hay un fenómeno en los jóvenes que hoy ven todo en HD, pues no soportan SD. Hoy Cablevisión tiene un 90% de rating en HD. En China y Japón hacen lo mismo pero con HD y 4K. El 4K está para quedarse y hay que poner foco'.

Y el cuarto punto, destacó 'no hablar de contenido sino de Big Data. Todas las industrias hablan de Big Data y sirve para saber qué fortalezas tiene un cableoperador. Saber qué prefiere y cuándo lo prefiere el cliente es Big Data', concluyó.

NUEVA LÍNEA DE CABLES COAXIALES

LTE SAFE[®]

BLOCKING SYSTEM

LTE SAFE BLOCKING SYSTEM DESARROLLADA POR CNA con una innovadora tecnología de triple aluminio, tanto en la cinta interna como en la cinta externa trishield, garantizan la máxima protección frente a interferencias por sobrecarga de fuertes señales LTE.

La cinta interna pegada al foam y la cinta trishield están construidas con materiales de primer nivel, altamente flexibles, para desarrollar un excelente desempeño en ambientes extremos o sometidos a múltiples flexiones, manteniendo de forma constante los niveles de atenuación al mínimo y alargando la vida útil del cable.



SOLICITE INFORMACIÓN
(52) 55 5640-7287



CableNetwork Associates, Inc.

Eje 5 Sur N°36, Col. Paseos de Churubusco México D.F. Tel: (52) 55 5640-7287 ventas.mx@cablenetwork.net



cnatechnology.com

UEI, fuerte en México

UEI sigue creciendo fuertemente en la región con sus controles remotos personalizados, mientras está cumpliendo nada menos que 30 años en el mercado de TV paga, avanzando en temas como IOT, seguridad en el hogar y domótica en las casas inteligentes. En la región, tiene fábricas en Monterrey y Manaus para abastecer y dar un buen servicio a los clientes de todos los países. En esa línea estuvieron en



Tepal **Tania Cordero y Juan Carlos Ocampo**. Mientras sigue adelante el proyecto con **Claro** en todos los países, es importante la penetración que ha logrado en México, territorio que maneja Cordero. Allí está con **Sky** que tiene tres modelos, con **Megacable** a quien le fabricó un modelo especialmente para el lanzamiento de su interfaz con **OTT Xview**, y también con **Dish**, aunque a ésta se la provee desde EE.UU., al igual que al **DTH** de ese país.



Tania Cordero y Juan Carlos Ocampo

De la órbita de la región andina los ejecutivos destacaron que también es cliente **Univisa**, que actualmente tiene un control negro pero está analizando uno naranja totalmente customizado.

Promax: Soluciones para broadcast y cableoperadores

Promax participará en la próxima edición de **ConvergenciaShow**, destacando sus productos para broadcasters, fundamentales para su transición de analógicos a digitales, y operadores de TV paga, destacando toda la gama de fibra óptica, según adelantó a **Prensario** **Jordi Pallarés**, director comercial.

‘Nuestro representante en México es **Promexar** que, si bien no estará en Convergencia, está muy activo en el seguimiento de la evolución de la radiodifusión en México. Desde que empezó la transición de la televisión analógica a la televisión digital, son muchas las emisoras Broadcast que están adquiriendo los equipos de **Promax** para resolver los problemas de radiofrecuencia que les surgen’, comentó.

Sobre su desempeño en México, afirmó: ‘Hemos tenido un año 2016 especialmente activo, con un incremento de la facturación espectacular debido al interés de las emisoras en disponer de equipos de medida adecuados a las necesidades de campo. Los equipos **Ranger NEO ATSC** que proponemos en el mercado mexicano son multipropósito y permiten solucionar problemas de una instalación y de un transmisor incluyendo las funcionalidades que corresponden a la señal satélite. Desde el apuntamiento de la antena de una unidad móvil hasta el apuntamiento de las antenas de contribución de varios metros que son necesarias en las emisoras’.

‘Es interesante notar el creciente aumento de interés por parte del IFT y de las emisoras

en temas relacionados con la monitorización continua. De hecho, la nueva línea de productos **Prowatch NEO** permite crear redes de monitorización permanentes con un sistema centralizado de control para conocer en todo momento el estado del espectro en cualquier lugar del país. De este modo, se pueden controlar las interferencias, conocer cualquier caída de un transmisor u otro tipo de incidencia’.

En el segmento de TV paga, comentó: ‘Los equipos para asegurar la calidad de los servicios de las operadoras de TV paga son muy solicitados. El nuevo **CableRanger** es un instrumento híbrido que permite asegurar la recepción de señales de fibra óptica así como de radiofrecuencia. Con un solo equipo podemos garantizar que la señal entregada, está correcta, tanto si se trata de señal analógica, digital QAM o incluso DOCSIS. Con su cablemodem interno, puede incluso darse de alta dentro de la red para navegar como un módem más del sistema’.

‘También la gama de fibra óptica empieza a remontar. Desde las fusionadoras, medidores, OTDRs y todos los medidores híbridos que pueden ampliarse para este tipo de medidas’, agregó.

Lo más vendido en México

‘El equipo más vendido es sin duda el modelo **HDRanger NEO2 ATSC**. Se trata de los equipos que sustituyen al modelo **Explorer**, ampliamente difundido en México. Además de las posibilidades comentadas



Jordi Promax

anteriormente, tiene la función de análisis de cobertura de un canal, que permite volcar directamente las medidas realizadas sobre un mapa de Google Earth y ver en un instante como se recibe nuestro canal en cualquier lugar donde llega nuestra señal’.

‘Otras medidas muy valoradas son las medidas de IPTV y sobre todo, el análisis del Transport Stream en campo para asegurar que se están transmitiendo las tablas de forma correcta para asegurar que todos los receptores van a funcionar bien’.

Finalmente, destacó su relación con los clientes de ese país. ‘La mayoría de los socios de **ATIM** son clientes nuestros de una forma u otra. Las grandes emisoras lo son desde hace muchos años. Las más pequeñas, con la digitalización se han buscado equipamiento fiable a un coste asumible que pueda dar respuesta a sus problemas técnicos. De esta manera, se han acercado a **Promax** y han descubierto en nuestros instrumentos de medida la solución a sus necesidades’.



Más de 50 años llevando la mejor señal de TV y datos hasta el hogar

Diseñamos y fabricamos productos y soluciones que convierten las infraestructuras de edificios en autopistas de alta capacidad para servicios de ocio, salud y bienestar en el hogar. **Un Fabricante que Garantiza la Calidad de su Producto con el Mejor Soporte Post Venta**

EL FABRICANTE EUROPEO CON PRESENCIA EN MÁS DE 100 PAÍSES



soluciones avanzadas para redes GPON



captación y distribución de TV satélite, cable y terrestre, para soluciones colectivas



soluciones profesionales para operadores DTH



redes de datos, televisión y VOD para edificios especiales, como hoteles, hospitales y escuelas.



internet más rápido y seguro utilizando el cable coaxial de la infraestructura existente con nuestras soluciones coaxdata



Skyworth crece en México y Brasil

Nuevos proyectos con Megacable y Televisa

Skyworth, uno de los fabricantes 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 Latino-

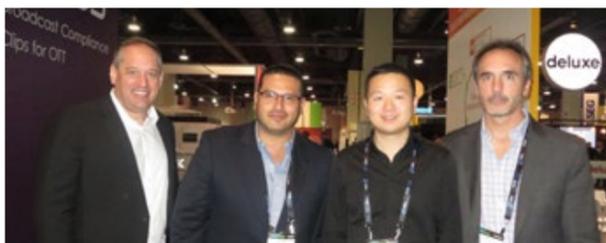
américa al cerrar acuerdos con grandes proveedores. Ahora anunció la apertura de oficinas comerciales en la misma ciudad.

Mientras tanto, promocionan otros productos que tiene en el portfolio 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 tercera a medida se expanda el negocio en el país. Ya estamos iniciando 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.



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



The Ultimate Software Based Headend Solution

CHAMELEON
SOFTWARE-BASED HEADEND PLATFORM

CHAMELEON Software Packages

- DVB Receiver & Modulator
- IP Streamer
- DVB Receiver with VSB RF Outputs
- Edge VSB
- Edge QAM/COFDM

HEVC RECEPTION
MAXIMUM FLEXIBILITY

EDGE COFDM

EDGE QAM

ANALOG TV

DESCRAMBLING

FUTURE PROOF

IP TV

MODULARITY

ATSC

EASY TO USE

DVB-T2

AES ADVANCED MULTIPLEXING

EDGE PAL PROCESSING

EPG REGENERATION

EDGE NTSC

IP STREAMING

SIMPLICITY

CSA SCRAMBLING

GN50

GN20

www.wisi.de

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.

ABITronix: 15 años en la industria de las comunicaciones

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.



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.



Hugo Almeida

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 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.

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.

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

Skyworth

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

Smart Home Solution

Set-top Box Solution

OTT Solution

Bridging the Gap

Solutions and Services Customers Crave

SNL Kagan, a media research group within the TMT offering of S&P Global Market Intelligence. ©2017 S&P Global Market Intelligence. All rights reserved.

Wireless Solution

Broadband Solution

GPON Solution

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

Encuentro Regional de Telecomunicaciones discutió la problemática del sector PyME

Declarado de interés provincial y municipal, el Encuentro Regional de Telecomunicaciones se llevó a cabo en el centro de convenciones Ros Tower de la ciudad de Rosario, Argentina. En su 21º edición, centró sus actividades en las problemáticas del sector PyME, como el recalentamiento de las redes de acceso, la instalación de fibra y las consecuencias del aumento de la demanda de servicios OTT y de datos.

Con un primer Talk Show titulado "Los OTT's Recalientan las Redes de Acceso - El colapso de la arquitectura HFC" a sala llena, la feria mostró su mejor versión en la mañana de la primera jornada, convocando a más de 200 participantes.

En la conferencia, los ingenieros **Marcelo Ruggiero**, **Sebastián Rossi** y **Juan Ramón García Bish** junto con el moderador, **Marcelo Posse**, dieron diferentes puntos de vista sobre el futuro de las redes de cable y fibra, y hacia dónde se dirige o debería dirigirse, desde el punto de vista de las redes y el de la oferta de servicios.

Consultados respecto de la actualidad de la industria, algunos visitantes, técnicos y propietarios de cables pequeños y medianos indicaron que la realidad es muy distinta para cada empresa: hay algunos que están dando sus primeros pasos en fibra y otros aun no han comenzado siquiera a brindar servicios de datos.

El alto costo de la interconexión con las incumbentes, y la falta de iluminación de la fibra de **Arsat** hace que, en algunas regiones, brindar servicios de datos para algunos operadores, sea aún una utopía. Si

bien todos los operadores consultados se encuentran estudiando y planificando la instalación de fibra, todavía les resulta difícil determinar cuál sería el proveedor indicado para hacerlo, ya

que las marcas más reconocidas son caras y las más accesibles no suelen contar con el soporte post venta para garantizar una buena calidad de servicio.

Expo comercial

Las primeras horas de la exposición contaron con una muy buena afluencia de público, los stands más consultados fueron aquellos relacionados con la provisión de equipamiento para FTTX. Y aquí la primera aclaración: se habla de FTTX y no FTTH porque aun no se ponen de acuerdo los operadores si vale la pena hacer la inversión para llegar con fibra al hogar o si se puede armar una red en un formato N+0 y la bajada al hogar del abonado mantenerla con coaxial para no tener que cambiar el equipamiento en la casas del abonado.

La experiencia de **Comcast** con el Docsis 3.1 o **Google** con Fibra al hogar, demuestra que un operador puede llegar al hogar del abonado con 1GBS, pero los equipos del suscriptor no están preparados para manejar esas tasas de conexión.

En la muestra se vieron distintos tipos de proveedores, desde equipamiento de red a



Enrique Honor, Jorge Jacobi y Ariel Graizer durante la inauguración

medición, pasando por señales y proveedores de equipamiento de audio y video profesional, como **Megaserivce**, **SVC** o **Carbi**. Todavía la presencia de canales locales sigue siendo un gran diferencial para los pequeños operadores frente al creciente aumento de la competencia de proveedores más grandes.

Dentro de los nuevos expositores se destacó **Rocstar**, un sistema que permite agregar servicios OTT con el contenido propio del cable. Este tipo de soluciones vienen a sumar opciones para que el cable no se quede afuera de la competencia frente a otros operadores. Como todos los años el stand de **Latino TCA** fue uno de los más concurridos en la muestra junto con **Wire Tech**, **BCD**, **Cybercom** e **Industrias KC**. **Interlink** presentó el upgrade de su sistema **Flowdat**, lo pone a la vanguardia en monitoreo de red y muchos usuarios ya se acercaron para conocer su disponibilidad.

Por el lado de distribución de fibra, **Latino TCA**, **Planex**, **Koc**, **Belconn**, **Exo**, **Cybercom** y **Tecnored** estuvieron mostrando sus distintas soluciones y las marcas que distribuyen; en este sentido, como se mencionó anteriormente **TCA**, **Cybercom** y **Tecnored** estuvieron entre los más activos, cada uno con su oferta diferenciada, pero lo más importante es que estuvieron hablando sobre proyectos concretos.

Los programadores tuvieron una feria mucho más tranquila, la mayoría confirmó que viajó a Rosario con citas previas, las cuales se cumplieron en un 100% y que la presencia en la feria es más para apoyar y estar cerca de los operadores que la captación de nuevos clientes.



CACPY organizó una reunión con los miembros para discutir sobre la actualidad de la cámara



Marcelo Ruggiero, Sebastián Rossi, Marcelo Posse y Juan Ramón García Bish



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

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



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.



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-

Rompiendo Paradigmas UPS para la premisa del cliente



LBP-UPS-F



LBON-500AC



LBON-300AC

El Modelo LBP-UPS-F es la nueva fuente de energía ininterrumpida de nueva generación para las premisas del cliente de Lindsay Broadband. Con tecnología de baterías de garantizamos un avance en la industria al reducir el costo de los despliegues de FTTH.

Características:

- Empaque más pequeño de la industria 78 x 156 x 44mm y 0.45kg
- 8 horas de respaldo de energía
- Tiempo de transferencia cero
- Manejo inteligente de la carga de la batería
- Kit de baterías reemplazables
- Amigable con el ambiente
- Grandes ofertas si se adquiere con nodos RFoG Lindsay

Para conocer más sobre el LBP-UPS-F, y toda nuestra línea de nodos RFoG, contactenos a: contactus@lindsaybroadbandinc.com

Standards-compliant and *Lindsay TOUGH*
Tough Wireless, Optical and RF Solutions.



Booth #337



www.lindsaybroadbandinc.com

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



diboxOTT



dibox.com.ar

f t y /diboxargentina

dibox

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

WE'VE GOT THE POWER

TO DESIGN

Set Top Box in a Plug



TO INNOVATE

Operator Smart TV



TO INTEGRATE

Large Partner Network



TO CONNECT

CONVERGENCIA SHOW.MX 2017

12-13 July - Mexico



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.



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

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 distribuir 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.



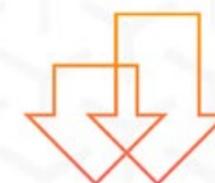
En este sentido, la empresa sostiene que en muchas áreas, para poder progresar hay que atravesar ciertas dificultades o falta de estímulos, pero lo que antes parecía una desventaja, más adelante puede convertirse en una ventaja sobre los demás. En el caso de los cableoperadores, muchos de los tradicionales 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 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.

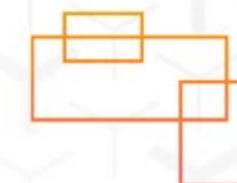
Perfecting the Media Experience



Increase Revenue Streams



Reduce Operating Costs



Enrich The Viewing Experience

AWS Elemental combines the vast capabilities of the Amazon Web Services cloud with the deep video expertise of Elemental to power superior viewing experiences for consumers. Integrated solutions and flexible infrastructure give pay TV operators, content programmers, broadcasters and enterprise customers the ability to quickly, easily and economically scale video workflows and services on-premises and in the cloud.



elemental.com

CommScope presenta su portfolio de terminales ópticas

Diseñadas para agilizar el despliegue de fibra

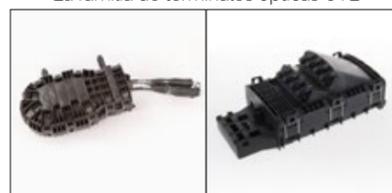
CommScope presentó su nueva familia de terminales ópticas, OTE, que fueron diseñadas específicamente para ahorrar tiempo y agilizar el despliegue de fibra, a la vez que proporcionan confiabilidad duradera y tranquilidad.

El portafolio de OTEs aporta opciones casi ilimitadas en tamaños, estilos y configuraciones de conectividad reforzada Plug & Play, ya sea en tamaño estándar o reducido. Además, su portafolio incluye la opción de divisores integrados,

optical tap o CCWDM (serie mini-OTE 300), y ha sido construido para soportar condiciones climáticas extremas para aplicaciones aéreas, de registros y pedestal.

Las terminales cuentan con un sello de gel ideal para re-entrada a la terminal sin necesidad de herramientas.

La familia de terminales ópticas OTE



Mini-OTE 400

Mini-OTE 200



OTE 200



Mini-OTE 300

Veas: Nuevo RVS integra varias soluciones en un equipo

Veas anunció el lanzamiento de su versión RVS donde en un equipo integra su solución de play out, CG, mixer de cámaras, salida SDI, HDMI y streaming permitiendo generar un canal con bajo nivel de inversión, y cumplir con las regulaciones necesarias de disponer de un canal local con noticiero y programación variada.

Enrique Gandulfo, director de Veas, dijo: 'Tendremos la nueva versión *Veas Gold* que también permite el armado de un canal local automatizado las 24 horas o para asistencia en vivo, que también incluye CG con opción

a financiamiento. Además de la versión *Veas Black* para insertar por comando digital o cue tone, además de estar integrado a *Ateme de BlackMagic*'.

'En México estamos lanzando la opción de renta de servidores de inserción de comerciales analógico, ya que vemos que todavía hay posibilidades de utilización en este segmento durante algunos años más, para la promoción de servicios de Internet y/o digital', agregó.

Las plataformas de inserción de comerciales multicanal en digital han tenido un notable éxito en Sudamérica que son los mismos que



Veas TSI, único sistema que trabaja en estándar SCTE, desarrollado en Latinoamérica

utiliza *izzi*, *Cable Tica*, *TV Guadiana*, y muchos más, 'por lo cual la nueva versión tiene mejoras notables en su operación automática. Siendo el *Veas TSI* uno de los pocos sistemas en el mundo bajo estándar SCTE, y el único desarrollado en Latinoamérica en su tipo', resumió Gandulfo.



FIBRASTORE
especialistas en productos de fibra óptica

Disponemos de stock de productos orientados a la conectividad con fibra óptica, que permitirá satisfacer las necesidades de la industria manufacturera, de telecomunicaciones y datos.



www.fibrastore.com



CUALQUIER APLICACIÓN. CUALQUIER CONFIGURACIÓN. UN PORTAFOLIO.

La familia de Terminales Ópticas (OTE) de CommScope fue diseñada específicamente para ahorrar tiempo y agilizar el despliegue de fibra, a la vez que proporciona confiabilidad duradera y tranquilidad.

- El portafolio de OTEs de siguiente generación proporciona opciones casi ilimitadas en tamaños, estilos y configuraciones de conectividad reforzada Plug & play, ya sea en tamaño estándar o reducido.
- Opción con divisores integrados, optical tap o CCWDM (serie mini-OTE 300)
- Construido para soportar condiciones climáticas extremas para aplicaciones aéreas, de registros y pedestal
- Sello de gel ideal para re-entrada a la terminal sin necesidad de herramientas.

CommScope conecta la solución correcta a sus necesidades, a la vez que ofrece un excelente servicio y valor.



Conozca más en commscope.com



COMMSCOPE®

Fyco Telecomunicaciones: La distribución “glocal” llega a México

en Convergencia estará con PerfectVision

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 Perfect-Visión 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.

Arcom Digital fue premiada por la SCTE de Europa

Gabriel Larios recibió el premio

La sociedad europea de profesionales de la banda ancha (SCTE) reconoció a Arcom Digital con el segundo lugar en la categoría “Mejor solución para transmisión de red de banda ancha”, en el marco de la gala de premiación anual, que tuvo lugar el 17 de junio en el Drapers’ Hall de Londres, Reino Unido.

Allí, Arcom Digital fue reconocida con el segundo puesto, detrás de Bridge Technologies, por haber desarrollado el reflectó-

metro de dominio de tiempo compatible con el tráfico de red (NTC TDR, por sus siglas en inglés).

La competencia honra los productos, sistemas y conceptos innovadores en la industria de la banda ancha.

‘Ha sido un fantástico año para nuestros premios, con una impresionante selección

de finalistas, que mostraron el alcance de la innovación en la industria. Nos gustaría expresar nuestras felicitaciones a todos los ganadores y participantes por sus avances en tecnología para banda ancha, los que estamos seguros tendrán un gran impacto en esta industria’, expresó Mike Thornton, presidente de la FSCTE.



El equipo de Arcom en la gala de premiación



Fundada en 1945, la SCTE es una asociación educacional y organización sin fines de lucro cuyo objetivo es elevar el estándar de la ingeniería de la industria de la banda ancha y las telecomunicaciones. La entidad está dedicada a fomentar el entrenamiento y los avances en las carreras de los profesionales técnicos en este campo.



Gabriel Larios, de Arcom, recibe el premio de la SCTE

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

Arris realizó el Foro de Liderazgo Estratégico 2017, en Miami

Con mucho éxito se realizó en el Ritz Carlton Hotel de Miami la tercera edición del Foro de Liderazgo Estratégico de Arris, con presentaciones sobre la situación económica de América Latina y el Caribe, análisis del futuro y soluciones tecnológicas para cable y redes de telecomunicaciones.

El foro fue conducido por **Germán Iaryczower**, SVP de ventas para Latinoamérica y Caribe de Arris, y contó con la presencia de los principales directivos de la empresa y especialistas como el profesor y economista **Sebastián Edwards**, de la **UCLA**; el futurista y angel investor **Volker Hirsch**; **Ariel Barlaro**, de **Dataxis**, quien expuso el panorama del OTT en América Latina; **Hugo Ramos**, CTO CALA de la empresa; **Rishi Mehta**, VP Product Management de **Ruckus**, empresa adquirida y en proceso de ser incorporada por Arris; **Steve McCaffery**, presidente de ventas internacionales & managing, y otros ejecutivos, así como **Víctor Inchausti**, de **Cable Onda** Panamá y **Vincencio Maya**, de **Millicom**, quienes participaron en un panel con usuarios, moderado por **Emilio Chalita**, VP of sales engineering de Arris.

Las presentaciones y debates se centraron en el presente y futuro de la industria,



Steve McCaffery, CEO de Arris

y el aporte de soluciones desde el punto de vista de uno de sus proveedores líderes, con enfoque en, entre otros temas, el Wi-Fi, que se ha convertido en atracción --y a la vez preocupación-- de los usuarios y de dolores de cabeza para quienes deben instalar el equipamiento en los hogares, recibiendo quejas cuando la intensidad de la señal no resulta satisfactoria para la familia; también hubo extensas referencias a la "Era Gigabit", donde se ofrecerá y exigirán anchos de banda



Dan Whalen y Germán Iaryczower, de Arris

muy superiores a los actuales --la demanda crece exponencialmente, a un ritmo de 50% anual-- y ello planteará notables desafíos a los cableoperadores y redes de telecomunicaciones; la transición a IP, para lo cual Arris ha diseñado un sistema que permite aprovechar las ventajas de Protocolo de Internet sin que los operadores deban renunciar a la mayor parte de las inversiones realizadas hasta la actualidad; el hogar conectado, con una visión de una cantidad elementos del hogar --refrigeradores, iluminación, alarmas, etc. -- conectados a lo que conocemos como la Internet Of Things (IoT) y, además, el avance de las fuentes alternativas de energía, como la solar, que permitirán reducir ostensiblemente el consumo de combustibles fósiles (carbón, petróleo) y el calentamiento global.

Hubo también referencias al desarrollo de robots que puedan llegar a asumir las tres cuartas partes de lo que hace actualmente los humanos, y, para compensar la pérdida de empleos resultante, la necesidad de cambiar radicalmente los métodos de educación, de modo que una mucho mayor proporción de la población mundial pueda involucrarse en el manejo de la *data* (información) y desarrollar nuevos negocios y fuentes de ingreso a partir de la utilización adecuada de dicha información.

También fue abordada la realidad virtual, con referencias a la necesidad de mejorar su funcionamiento para evitar el malestar que produce en muchas personas, pero también evaluando que posibilitará a las personas tener encuentros inmersivos con parientes o amigos a distancia y también tratamiento médicos con menor utilización de drogas. La seguridad en la información

fue otro de los aspectos considerados, y se realizaron dos series de workshops sobre los temas técnicos tocados en las presentaciones, con participación activa de los concurrentes y respuesta a sus inquietudes y preguntas técnicas.

La parte social fue cubierta con un cóctel de recepción, una cena en Seaspice, uno de los restaurantes del momento en Miami, y la alternativa de realizar una excursión en speed boat --llegando a los 75 Kms por hora en mar abierto-- o una más apacible pesca en el Océano Atlántico, una vez finalizadas las actividades académicas.

En su alocución final, Iaryczower enumeró los temas tocados en las conferencias y sesiones de trabajo, anunció la realización de



Hugo Amaral Ramos CTO CALA Arris; Chris Williams, VP Business Developments de Arris

otros foros similares en el futuro y agradeció a la entusiasta concurrencia su activa participación en la conferencia, destacando el intercambio de experiencias entre los usuarios de diferentes países de la región y el aporte de los especialistas convocados en favor de la mejor información para la toma de decisiones a presente y futuro.

Ver informes completos de cada sesión en www.prensario.net bajo la búsqueda "Arris"

distribución de video premium

ESCALABLE. AGIL. ABIERTA.



Acérquese a la plataforma mas apropiada de OTT para México y Latinoamérica

Converse con los expertos de SeaChange acerca de nuestra plataforma Rave para OTT, y verá como rápidamente todo su catálogo de contenidos y programación lineal, podrá ser optimizado ante una audiencia global.

SeaChange
www.schange.com

Ooyala: El potencial de las soluciones integradas

Unificó las áreas de ventas y servicios en la región



Patricio Cummins, VP regional de Ooyala

Ooyala unificó las áreas de servicios y ventas en una sola bajo el liderazgo del VP regional, **Patricio Cummins**, quien afirmó: 'La gran ventaja es encontrar sinergias entre entidades que tradicionalmente se oponen. Creemos que si logramos encontrar esa dinámica colaborativa, no sólo nuestra entidad interna se robustecerá, sino que también se fortalecerá la oferta a clientes'.

La empresa ha estado en Latinoamérica por ocho años. 'En los últimos años hemos crecido principalmente en los estratos superiores del mercado de media tradicional que está dando el salto a entrega vía IP. Ooyala siempre sobresalió por su foco en innovación y lo confirmamos al consolidar nuestras herramientas relacionadas al video en línea en una plataforma integrada (IVP) que resuelve tanto las demandas básicas de un OVP (online video platform), como las de producción, distribución y monetización. Cubrimos muy bien todos estos segmentos con *Flex* (manejo de workflows), *Asset Manager*, *App Studio* (OVP / OTT) y *Pulse* (Adtech)'.

La empresa cuenta con oficinas en Ciudad de México y Guadalajara, donde está el centro de desarrollo y soporte. 'Tenemos dos tipos de socios: estratégicos, como **Microsoft** o **Adobe**, con quienes tenemos planes de go-to-market regionales, y locales como **Brasvideo** en Brasil, **Mag-**

num y **Videointegra** en México, **Videotec** en Colombia, **Novadevices** en Ecuador, y **Viditec** en Argentina'.

'Veo potencial en acercar soluciones integradas. Ya no hay tanto espacio en el área tradicional de OVP, siendo un espacio cada vez más comoditizado y que encierra poco atractivo para empresas que quieren crecer en alcance y mercado. Hay oportunidades para quienes entiendan los flujos complejos de publicación, desde la producción o post producción de contenido, hasta su monetización, todo en una orquestación aceitada y eficiente', explicó Cummins.

Y dijo sobre OTT: 'La barrera de entrada ha bajado; tres años atrás hacía falta un desarrollo a medida para cualquier tienda del tamaño necesario para un operador; hoy esa misma tienda se compone de piezas pre integradas, y si el operador elige modelos templatizados, el costo baja aún más. Esto ha permitido que jugadores que antes no se imaginaban tener una oferta OTT, como ser operadores de telefonía, u otras empresas vinculadas a masas de clientes finales, se animen a entrar, ya que el costo reducido hace más viables sus modelos de ingresos'.

Ventajas de Flex

'Flex es nuestro orquestador de workflows, que permite automatizar y eficientizar tareas desde antes del punto de publicación. Esto trae enormes beneficios a empresas con grandes volúmenes, o broadcasters con flujos internos complejos que quieren reducir costos y reducir los tiempos para publicación de material. A nivel OVP creo que casi todas las empresas ofrecemos características similares, aunque Ooyala siempre se destacó, y se sigue destacando por sus analíticas. Creo que seguimos siendo quienes mejor información relevante de audiencia entregamos'.

'Flex es una solución versátil y perso-

nalizable para agilizar flujos de trabajo de producción de video y gestión de activos, diseñada lanzar contenido al mercado más rápido. Esto se ha vuelto cada vez más crítico ya que los sistemas heredados de software y hardware de producción tienen muchos componentes que no están vinculados, lo que complica el acceso a los contenidos, disminuye el tiempo de producción, aumenta los errores humanos y hace que muchos procesos sean redundantes'.

'Ooyala Flex actúa como un concentrador que conecta todos los sistemas y equipos necesarios para producir, revisar, aprobar y gestionar todos los aspectos de la creación y entrega de contenido de video, desde el guión a la pantalla.

Con la conexión de silos y la automatización de procesos y flujos de trabajo, los clientes de Ooyala Flex obtienen visibilidad en tiempo real en toda la cadena de suministro de video, permitiéndoles identificar y resolver cuellos de botella, aumentar la colaboración entre equipos y regiones, y gestionar más fácilmente los procesos'.

Ooyala en NAB

Ooyala estuvo en la última NAB de Las Vegas, donde Patricio Cummins dijo: 'Presentamos nuestra propuesta para una plataforma de video integrada de punta a punta, con demos funcionales a medida de problemas reales. El mensaje está acorde con los tiempos; que la tecnología exponencial da beneficios bien tangibles en ciclos cada vez más cortos. Desde Ooyala estamos muy en línea con esta propuesta y nuestra apuesta es a estar siempre a la vanguardia'.

Por último, se refirió a los objetivos del año en Latinoamérica: 'En términos de mercado, esperamos sumar cada vez más adeptos y seguir dejando conformes a nuestros clientes con nuestra visión unificada de la TV del futuro'.



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

Technetix abrió nueva oficina en Ciudad de México

Technetix anunció la apertura de su nueva oficina de ventas en Ciudad de México, que cuenta con su propio equipo local y forma parte de la expansión de la marca en Latinoamérica y el Caribe.

Después de la adquisición de **TeLeWire Supply** (anteriormente de Arris) en 2015, Technetix vio la oportunidad de expandir su presencia física en las Américas para incluir gran parte de América Latina y el Caribe. Para lograrlo, trajo a **Rodrigo Marín** como director regional de ventas, quien se trasladó a la Ciudad de México para comenzar a desarrollar el mercado regional.

Con Marín a la cabeza de la región, Technetix está bien posicionada para ayudar a los países de América Latina y el Caribe con la obtención de una gama más amplia de apoyo para la expansión de sus propios mercados de cable. El soporte de Technetix actualmente llega de México a Argentina, con clientes también en Puerto Rico, Costa

Rica, Brasil, Chile y Colombia.

Para apoyar el desarrollo del mercado de la región de América Latina y el Caribe, **Eiko Santillan** se unió al equipo en abril de 2017 como gerente de servicio al cliente. Juntos, Rodrigo y Eiko facilitan las interacciones con los clientes y brindan soporte de ventas. La oficina de ventas ahora opera en el Distrito Polanco de la Ciudad de México.

Aliado en la transición a Docsis 3.1

Las tecnologías emergentes como DOCSIS 3.1 son un desafío para los operadores de sistemas múltiples (OSM) en la región, lo que representa una gran oportunidad para Technetix de ofrecer una variedad de soluciones especializadas y personalizadas para facilitar esta transición. Las diferentes características encontradas en las redes de acceso latinoamericanas hacen que las soluciones modulares, como la plataforma



Rodrigo Marín, director regional de ventas

DBx de Technetix, sean altamente eficientes de implementar.

Technetix desarrolló la plataforma DBx en los últimos años como una alternativa a los amplificadores y nodos tradicionales con el objetivo principal de reducir el costo total de propiedad de los MSO.

Para apoyar el desarrollo en el Caribe y América Latina, la marca organiza regularmente una serie de talleres con los principales MSO en el área en la que asesoramos a los operadores sobre cómo migrar sus redes utilizando DOCSIS 3.1 y cómo pueden aprovechar todo su potencial.

Grey Juice Lab: Movistar lanzó VOD transaccional en Perú

Grey Juice Lab, proveedor de contenido premium y servicios de VOD, fue elegido nuevamente por **Telefónica** para su oferta de contenido VOD transaccional en **Movistar Play**, Perú.

Si bien Movistar Perú ya venía ofreciendo contenido en suscripción y catch up con miles de títulos a través de su servicio Movistar Play, ha incorporado recientemente junto con el apoyo de Grey Juice Lab el modelo transaccional con un importante catálogo de más de 500 películas de estreno y librería de Estudios como Warner Bros., Disney, NBC Universal, Paramount, FOX y Lionsgate.

En los próximos meses, los clientes de Movistar Play Perú podrán alquilar películas como *La Gran Muralla*, *Cars 3*, *Mi Villano Favorito 3* y *La mujer Maravilla* entre otros. El servicio también

estará disponible en múltiples plataformas tanto para la renta como para la visualización: Deco, PC, móvil y Smart TVs.

Este es el lanzamiento más reciente de VOD transaccional en el marco de una serie de servicios de Movistar Play en la región para los cuales Grey Juice Lab ofrece sus servicios, incluyendo Argentina, Chile, Colombia, América Central y Ecuador.

Damián Craitowicz, director regional en Grey Juice Lab, dijo: 'Perú es un país que viene creciendo en forma sostenida en la región y creemos que Movistar tiene ahora todas las condiciones para ser líder en el mercado del entretenimiento. Desde el equipo de Grey Juice Lab Latam tendrán todo el apoyo para que ello suceda'.

Y agregó: 'Contar con el equipo en Buenos



Damián Craitowicz, director regional

Aires es clave. Necesitamos estar cerca de los clientes para dar cada vez un mejor servicio. Estar en la región, a pocas horas de cada país y hablando el mismo idioma, nos permite tener la sensibilidad necesaria para entender las necesidades locales y afrontar las problemáticas con soluciones creativas y eficientes'.

Grey Juice Lab provee a Telefónica con diversos servicios, incluyendo el procesamiento y delivery de materiales, subtítulo, y creación de metadatos, así como programación y servicios de marketing.



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

Por Christopher Schouten, director de mercadeo de productos, Nagra

Propietarios y distribuidores de contenido deben unirse para vencer la piratería

La amenaza de la piratería nunca ha sido mayor. Considere las amenazas recientes a las que se enfrenta Disney con los ciberdelincuentes que amenazaron el gigante del entretenimiento con publicar una de sus nuevas películas en línea. Aunque Disney ha planteado preguntas sobre la legitimidad de la amenaza, la demanda se produce semanas después de que un hacker subiera 10 episodios de la nueva temporada de *Orange Is the New Black*, seis semanas antes de su lanzamiento, después de que Netflix se negara a pagar un rescate. Estos ataques recientes, dirigidos a contenido premium, son la punta del iceberg y destacan la necesidad de que los propietarios de contenido y distribuidores tomen la seguridad en serio.

Una investigación reciente hecha por la Oficina de Propiedad Intelectual (IPO por su sigla en inglés) sugiere que el 21% de los consumidores del Reino Unido han accedido a contenido de televisión ilegal mientras que el 25% de los usuarios han visto películas ilegalmente en algún momento de sus vidas. Y en España, los distribuidores de fútbol perdieron 271 millones de euros en 2016 debido a la piratería, según la coalición. En Latinoamérica, la descarga u observación de contenidos audiovisuales desde páginas Web que no pagan los derechos para distribuirlos, alcanzó a unos 110 millones de usuarios en el último año, o 50% de los usuarios de la región, según encuesta de la empresa británica NetNames.

La piratería también está cobrando su precio a los proveedores de televisión de pago. Los consumidores están desertando en mayor número - ya sea cancelando o rebajando sus paquetes a favor de los servicios piratas. Sobre la base de las respuestas de más de 2.000 consumidores del Reino Unido, la firma de investigación YouGov encontró que la mitad (49 por ciento) dijo que esperaba cancelar su suscripción a la televisión dentro de los 12 meses de obtener un dispositivo pirateado. Según estimaciones de especialistas, el porcentaje de piratería de señales de TV paga en América Latina

ya ha pasado del 20% en los últimos años.

La realidad es que si un propietario de contenido está vendiendo a múltiples licenciarios, y el Licenciario A está asegurando con éxito su contenido, pero el Licenciario B no está, es probable que los clientes del Licenciario A lo noten y se vayan, pensando: "Si puedo conseguirlo de forma gratuita ¿por qué debo pagar?" Esto crea un problema adicional, ya que el Licenciario A probablemente pregunte al titular de los derechos de contenido por qué están pagando tanto por su contenido cuando está siendo pirateado por toda la Internet. Esto deteriora el valor del negocio para todas las partes - excepto para los piratas. Es ahí donde la marca de agua de nivel de licencia, o ID de red, se vuelve importante. Esto les da a los titulares de derechos la capacidad de ver quién está causando el problema y trabajar con ellos o, en el peor de los casos, retirar la licencia.

Pero más todavía puede ser hecho. Para luchar eficazmente contra la piratería, los propietarios de contenido deben tener un papel más proactivo. Hasta ahora, era bastante fácil creer que los distribuidores, y no los titulares de derechos de contenido, deberían asumir la responsabilidad de la seguridad de la distribución. Pero hoy vemos a más titulares de derechos deportivos, como la Premier League Inglesa, la Bundesliga y la Liga, poniendo más esfuerzos en la lucha contra la piratería, comenzando con la implementación de las marcas de agua forenses. Con esta tecnología, los propietarios de derechos marcan de forma única el contenido distribuido a cada uno de sus licenciarios para que puedan identificar qué proveedor de servicios de televisión de pago o de OTT lo está causando o permitiéndolo y, en última instancia, rastrearlo de nuevo a la fuente. La marca de agua en vivo puede ayudar a los proveedores de servicios a administrar mejor sus flujos de contenido. Las marcas de agua múltiples harán que sea más fácil para los distribuidores detectar la



Christopher Schouten

piratería e identificar a los responsables.

Cualquier contenido con valor siempre estará sujeto a robo - pero algunos contenidos tienen más valor que otros. Cuanto más la gente lo desea, más grande es el mercado para ello. Esto significa que existe un riesgo especial para el contenido de deportes en vivo y las películas de éxito. Y al proteger el contenido deportivo premium, la marca de agua en vivo es el santo grial. Esto permite a los propietarios de derechos monitorear la piratería en tiempo real, rastrear la fuente y cortar el servicio para asegurar que el contenido sensible al tiempo retiene su valor. El monitoreo en tiempo real del contenido con marca de agua puede proporcionar una valiosa herramienta en el trabajo contra la piratería.

Expertos en seguridad pueden monitorear Internet y la web oscura y usar una combinación de analistas calificados, automatización inteligente, inteligencia artificial y máquinas de aprendizaje para monitorear el ecosistema de la piratería siempre en constante cambio y sus competidores y, luego tomar medidas para detener el robo de programación en vivo y ayudar a mantener el valor del contenido para el negocio. El proceso debe de ser gestionado plenamente, garantizando una respuesta oportuna a los incidentes de piratería. El uso de derribos automatizados a través de activadores de piratería involuntarios como ISP, CDN, proveedores de servicios de pago, motores de búsqueda y medios sociales pueden acelerar sus tiempos de respuesta a la piratería. Y

pasa a pág. 98

SUMMIT ANTI PIRATERIA & CONTENIDOS TOUR 2017

MIÉRCOLES 16 DE AGOSTO 2017
HOTEL PRESIDENTE INTERCONTINENTAL, MÉXICO CITY

UN EVENTO CON LA PRESENCIA DE LOS PRINCIPALES ACTORES DEL SECTOR.
PROGRAMADORES, OPERADORES, AUTORIDADES Y REFERENTES DE LA INDUSTRIA

REGISTRESE EN WWW.TTVSUMMIT.COM

MAIN SPONSORS
TAP LATIN AMERICA, FOX NETWORKS GROUP Latin America

SPONSOR ORO
LaLiga

SPONSORS PLATA
HBO LATIN AMERICA, MPA

ORGANIZAN
todotvmedia, LAAPIP

f @toursummit @toursummit www.ttvsummit.com

Viene de la pág. 96

cuando ese contenido tiene marca de agua, esta respuesta puede estar cerca del tiempo real, con fugas desactivadas en su fuente a través del sistema CAS o DRM. Los días de envío de notificaciones legales por correo certificado y espera para ver si alguien va a responder se quedaron atrás.

La industria de la televisión de pago necesita acabar con todas las formas de

compartir contenido ilegal mientras desarrolla posibilidades digitales atractivas a los sitios piratas, ofreciendo a los consumidores una alternativa atractiva a la piratería que satisfaga sus necesidades y expectativas. Estos dos desafíos deben ser el encuentro de una respuesta conjunta de los propietarios de contenido y distribuidores. La creciente velocidad de la piratería significa que seguir

a los piratas es una carrera constante contra el reloj. Eliminar piratas requiere una inteligencia más completa, automatización y una reacción más rápida que nunca. Es por eso que la industria de la televisión necesita adoptar un enfoque combinado - con marcas de agua, inteligencia, monitoreo, acciones técnicas y legales - para finalmente ganar la lucha contra los piratas.

Trektek: Monitoreo en tiempo real de la experiencia del usuario

Trektek volvió a Tepal ratificando su relación con los principales operadores del mercado. Ricardo Simpson y Ángel Barrios comentaron: '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 entender el potencial de monetizar información

del comportamiento de los suscriptores y colaborar con otros jugadores en el mercado en el área de marketing'.

'En Trektek 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. 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'.



GRAPAS PARA CABLE RG-6 Y FIBRA OPTICA

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

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

CABLE PROVEEDORA, S.A.

"EL PRECIO SE OLVIDA CUANDO LA CALIDAD PERDURA"

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

NOS RENOVAMOS PARA SERVIRLE MEJOR

UN FABRICANTE GLOBAL
DISTRIBUIDOR Y PROVEEDOR DE SERVICIOS

DE EQUIPOS CATV Y TECNOLOGÍA INFORMÁTICA EN
USA, AMÉRICA LATINA Y CARIBE

www.gditechnology.com

CNA presenta su nueva línea de cables LTE Safe

Diseñados para evitar las interferencias de las redes LTE

Hace algunos años, empezó el auge de las redes LTE o 4G en las empresas de telefonía móvil debido a los enormes beneficios que ofrece esta red en sistema de comunicación y datos a los usuarios finales.

La velocidad de transmisión de datos en dispositivos móviles es, por lo menos, diez veces más rápida que su anterior generación de red 3G. Estos avances en comunicación son grandes éxitos para esta era aunque, como sucede con la mayoría de los avances tecnológicos modernos, todo desarrollo e innovación tiene efectos colaterales en otros campos o servicios. Tal es este

que, las redes LTE y su sistema de transmisión afecta directamente a la transmisión de señales vía cable coaxial en los sistemas TDT (Televisión Digital Terrestre), generando gran distorsión y fallos de señales a los usuarios finales de televisión en sus hogares.

Definitivamente el cable coaxial tradicional no está diseñado para blindar al máximo y evitar este tipo de interferencias generadas por las redes LTE, es por eso que CNA introduce en el mercado una nueva línea de cables coaxiales CNA LTE Safe, diseñados específicamente para evitar este tipo de interferencias.

La nueva línea de cables desarrollada con la innovadora tecnología LTE Blocking System de triple aluminio, tanto en la cinta interna como en la cinta externa trishield, garantiza la máxima protección frente a interferencias por sobrecarga de fuertes señales LTE. La cinta interna pegada al foam y la cinta trishield están construidas de materiales de primer nivel, altamente flexibles, para desarrollar un excelente desempeño en ambientes extremos o sometidos a múltiples flexiones, manteniendo de forma constante los niveles de atenuación al mínimo y alargando la vida útil del cable.

Tecnología avanzada

El cable ofrece una avanzada tecnología de blindaje. La clave para el rendimiento avan-

zado comienza 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 3 factores garantizan el cable LTE de clase A ++, con una eficiencia del blindaje de 110 dB.

CNA LTE Safe se ha desarrollado con materiales de alta calidad en todos sus componentes. El cable ha demostrado un excelente rendimiento en entornos de flexión extrema, manteniendo al mismo tiempo los niveles de atenuación. Su eficacia de blindaje es superior a 105 dB después de 30.000 flexiones, de acuerdo con los requisitos de SCTE.

La nueva tecnología CNA LTE Safe nos permite el desarrollo de la producción del cable mediante la unión mencionada de las cintas de triple capa tanto al dieléctrico como al jacket de PVC. El resultado es un cable que actúa como un único componente, facilitando la manipulación del conjunto y evitando así el desgaste y la rotura de sus elementos por separado.

Esta tecnología permite adaptar todas las capas a los diámetros estándar de la industria no requiriendo para su preparación conectores especiales.

Minimizando el impacto del cliente

Allá donde el operador tiene menos acceso, en la casa del abonado, la vida útil de la instalación está sometida también a constantes incidencias. Los diseños mejorados de la tecnología LTE optimizan la durabilidad del cable minimizando también el impacto en intervenciones técnicas.

CNA LTE Safe, no sólo garantiza la máxima protección frente a interferencias por sobrecarga de fuertes señales LTE. Su cinta adhesiva externa permite la preparación rápida del cable y la conectividad. Los diseños mejorados de cinta de triple capa interiores y exteriores permiten una mayor



Aditivo en polvo para bloquear la entrada de agua:
Polvo de alta absorción de agua evita la entrada de agua dentro del cable.



Cinta de Triple capa de aluminio LTE adherida al aislamiento del dieléctrico y al jacket:
Cada cinta incorpora 2 capas de políster que proporcionan la elasticidad necesaria para reducir el impacto de las múltiples flexiones del cable.



Tecnología adaptada en todas las capas a los diámetros estándar de la industria:
La cinta adherida al jacket permite la más rápida preparación del conector en el cable.

flexibilidad, rendimiento y vida útil del cable, mientras que proporciona el blindaje de alta gama requerido por las redes LTE. Los aditivos en polvo de absorción de agua proporcionan la protección adicional necesaria en entornos húmedos y de alta condensación ambiental de agua.

La línea de productos CNA LTE Safe es el fruto del trabajo de nuestro equipo de ingenieros en estrecha colaboración con nuestro equipo de fabricación y clientes, orientados para desarrollar los mejores productos. Desde el proceso de diseño hasta la implementación, CNA utiliza los procesos tecnológicamente más avanzados de la industria para la confiabilidad, durabilidad y mayor facilidad de uso, participando plenamente para proporcionar el cable más avanzado disponible en la industria.

Soluciones digitales HFC y FTTH

Contamos con un extenso catálogo en línea de soluciones digitales HFC y FTTH para su entrega en el momento en que usted lo necesita.

¡Lo estamos esperando!

¡Visítenos!
www.nonstop.com.mx

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO EN MÉXICO



Venta

Equipo óptico
Amplificadores
Taps y Pasivos
Fuentes de poder
Cablemodems
Moduladores
Cabeceras digitales

CENTRO DE SERVICIO AUTORIZADO



Reparación y calibración

ONT's
Amplificadores
Moduladores
Fuentes de poder
Receptores
Optoelectrónica

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO



Contacto
T +52 (443) 323 12 61

ventas@nonstop.com.mx
agustin@nonstop.com.mx
diocelina@nonstop.com.mx

Non Stop de México: 22 años al servicio de los operadores

Estará con nuevas marcas en ConvergenciaShow

Non Stop de México cumple 22 años desde que inició sus operaciones en las áreas de proveeduría y servicio a redes de telecomunicaciones, donde se consolidó como un apoyo a los operadores ese país. Alejandro Cendejas Guízar, socio director, comentó que el año pasado la empresa mostró un crecimiento moderado y en los primeros meses del 2017, lo está haciendo a ritmo de 20% promedio. 'Hemos registrado incrementos en la venta de equipos ópticos y en los servicios de reacondicionamiento de ONT's, que es lo que en mayor medida han buscado los clientes', afirmó.

La empresa acaba de concluir la remodelación y mejoramiento de las áreas de laboratorio, comedor, oficinas y almacén, para adecuarlas a los requerimientos que genera el crecimiento actual, teniendo ahora una mayor plantilla laboral, así como instalaciones más seguras para nuestro personal y clientes que nos visitan.

'Seguimos atendiendo a todos los segmentos de clientes sin importar su tamaño, que confían en Non Stop para surtir sus equipos y accesorios, así como para la reparación y mantenimiento de los mismos. Estamos convencidos de que es esencial seguir ofreciendo el soporte y garantía de manera local, lo que también aprecia la industria', destacó Cendejas. 'En Non Stop vemos con agrado el dinamismo que mantiene la industria en general, que ha continuado su expansión en área de cobertura, así como en los servicios adicionales que ofrece'.

La empresa anunció la distribución de las marcas PDI y Starburst, con modulos, fuentes de poder y cabeceras digitales, además de continuar representando marcas como Rayvert, Wellav, Pico Digital, Optictimes, y es centro de servicio autorizado para los equipos de medición Trilithic, así como de Alcatel-Lucent -ahora Nokia- para ONT's.



Alejandro Cendejas y Mike Petro, de Non Stop

Non Stop de México estará en esta edición de ConvergenciaShow, sobre la que el ejecutivo expresó: 'Agradecemos y felicitamos a los organizadores, tanto por parte de ATIM, como de Newline Report por este importante foro que aglutina a todo el sector de las telecomunicaciones de la región. Los resultados obtenidos han generado confianza para continuar atendiendo a esta importante expo convención. Seguramente tendremos la satisfacción de atender y saludar a todos nuestros clientes, además de algunos nuevos operadores que asistan'.

Cable Proveedora: Grapas para cable RG-6 y fibra óptica

Cable Proveedora destaca las grapas de plástico para cable RG-6 y para fibra óptica (F.O.), fabricadas con materiales 100% vírgenes que le dan la resistencia necesaria para cumplir su misión de fijar y guiar el cable a la pared o muro de manera



Grapas

definitiva, según explicó el presidente de la empresa, Antonio Letayf. 'Por la protección de rayos UV que contiene evita que esta se quemé o tueste con los rayos solares en la instalación exterior, por lo que reúnen todas las especificaciones de calidad que requiere para sus instalaciones'.

Las especificaciones de calidad incluyen resistencia a los rayos ultravioleta; resistencia al impacto y a la flexión; y resistencia a la deformación ante los cambios de temperatura, además de que está conformada en una sola pieza; ya que el clavo de acero está sujeto firmemente al cuerpo de polietileno. 'Cable Proveedora está ofrecien-



Antonio Letayf Cable Proveedora

do también grapas para ser utilizadas en paredes y muros de madera para que esta se adapte al entorno donde se utilice, ya que por su excelente calidad se tiene planteado el objetivo de exportación a centro Norte y Sudamérica', resumió Letayf.

"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

adamscalequipment.com



WE BUY & SELL
NEW AND USED EXCESS EQUIPMENT.