



EL MEJOR MIX DE CONTENIDOS
PARA TODAS LAS AUDIENCIAS.

Las señales líderes de Argentina para informar y entretener a sus televidentes.
La más alta calidad, dondequiera que sea.



Departamento Venta Señales
5411 4370 1395 | 5411 4339 1541

Contenidos que conectan

@ArtearMarketing

artear
www.artear.com

SEPTIEMBRE 2017 | AÑO 24 | # 307

Prensario Internacional

www.prensario.net

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING



EL FÚTBOL ARGENTINO
VUELVE A BRILLAR



JORNADAS INTERNACIONALES 2017
Informe Especial Cono Sur

netv Series
MEXICO & CENTRAL AMERICA 2017 • MEXICO

Economía creativa

Startups exitosas en Latinoamérica. Los jóvenes emprendedores con innovadores proyectos son capaces de transformar las sociedades en América Latina.

VISÍTENOS
EN EL STAND
NÚMERO 40

MIENTRAS LEES ESTO...

ENTERTAINMENT TELEVISION ES UN CANAL DISTRIBUIDO POR HBO LATIN AMERICA GROUP



ALEJANDRA
GUILMANT

WILD ON

L A T I N O

EL LUGAR DONDE TÚ
Y TU LADO SALVAJE
SE ENCUENTRAN

ESTRENO 8 DE OCTUBRE

DOMINGO 10PM

EONLINELATINO.COM    @EONLINELATINO





Jornadas Internacionales 2017

Tiempos Extremos

UN DESTINO DE AVENTURAS, DIVERSIÓN Y NUEVAS EXPERIENCIAS TE ESPERA...

El negocio de la TV paga lineal -lo que se conoce generalmente como cable y satélite- está viviendo tiempos interesantes, como diría la tradicional frase china o su versión anglosajona, que asimila "interesante" a 'diferente de lo sucedido hasta ahora, y de consecuencias imprevisibles'. La aparición de **Netflix** hace ya varios años no se ha reflejado en una reducción visible de la base de suscriptores a los cableoperadores y **DirectTV**, el único operador satelital en la actualidad, pero sí se ha caído en un crecimiento menor a la tradicional tasa demográfica -en función del crecimiento de la población, a través del número de hogares- que caracterizó a la Argentina en los últimos años.

Esto, en tiempos en que Brasil creció fuertemente primero para bajar su nivel en los últimos dos años, y México aumentó más del 10% en 2016 cuando el gobierno de **Enrique Peña Nieto** digitalizó abruptamente la TV de aire, entregando cerca de 10 millones de receptores digitales sin cargo pero dejando a la vez a cerca de 3 millones -de acuerdo a estadísticas oficiales del INEGI de ese país- sin acceso al medio por carencias económicas; parte de ese sector socioeconómico se volcó a los

paquetes económicos de TV paga como manera de recuperar el entretenimiento.

Hoy México es el mercado más importante de TV paga lineal en América Latina, superando a Brasil pese a su menor población, pero su crecimiento ha vuelto a valores menores -aunque positivos- frente a un auge importante de los SVODs, con Netflix a la cabeza, y su constante (e inútil) debate sobre si **Televisa** domina el mercado y si se debe a no permitir a **América Móvil**, controlada por **Carlos Slim**, entrar en el negocio de la televisión paga.

Brasil tiene también su cuota de problemas: por un lado, el mercado de la TV paga está controlado por las telcos: América Móvil tiene **Net**, **Telefónica** ha avanzado

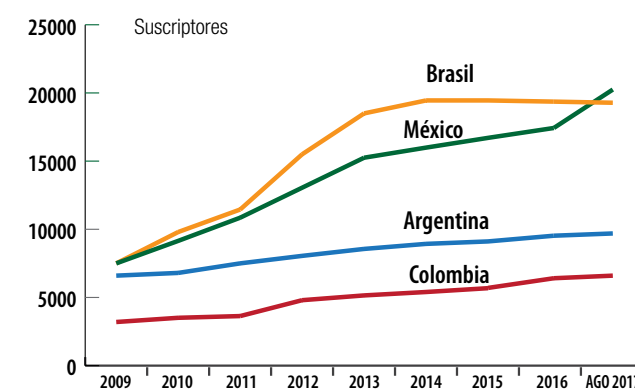


Walter Burzaco, de ATVC, Sergio Veiga, de Capps, Horacio Rodríguez Larreta, jefe de gobierno de CABA, y Hernán Lombardi, del SFMyCP, en el corte de cinta de Jornadas 2016

a fuerza de compras, **AT&T** lucha contra de la oposición del gobierno de Temer a que se fusione con **Time-Warner**, lo que va en contra de la célebre Ley SeAC, que prohíbe que un productor de contenidos los distribuya. Telefónica ya se ha ofrecido a comprarle **Sky Brasil** a AT&T, pero no está lejos del fantasma de la SeAC: es imposible que pueda competir si no produce sus propios contenidos. América Móvil es

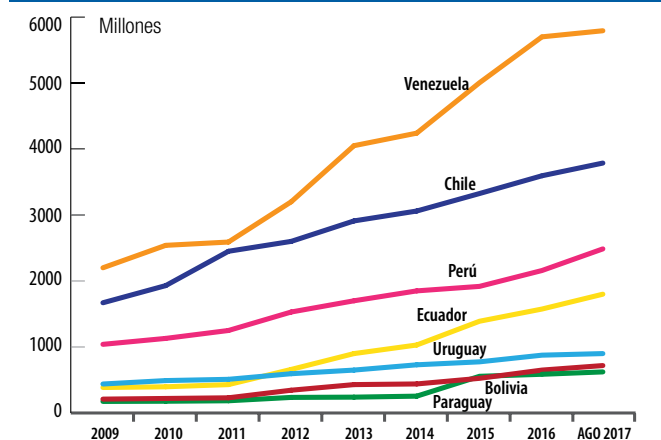
>> Pasa a Pag # 6

Evolución de suscriptores de TV paga en los principales mercados de Latinoamérica (2009-Agosto 2017)



Fuente: Private Advisor - Reguladores

Evolución de suscriptores de TV paga en otros mercados de Latinoamérica (2009-Agosto 2017)



Fuente: Private Advisor - Reguladores

Jornadas Internacionales 2017

>> Viene de Pag # 5



Eduardo Stigol, CEO de Inter/TuVes, Frank Smith, de HBO, Sofía Higuera, de Fox, Felipe de Stefani, de Turner y Allan Navarrete, de Discovery, en Tepal 2017



José Cretaz, de La Nación, con Carlos Moltini, CEO de Cablevisión, Oscar Simoes, presidente de ABTA, y Eduardo Stigol, CEO de Inter/TuVes, en Jornadas 2016

un caso diferente porque es una 'máquina de vender', un modelo de negocios que la acerca a Amazon y será puesto a prueba en los próximos tres años, cuando la verdadera Amazon se haya instalado en la región.

Las telcos y la TV

Argentina también tiene su eje de conflictos: a partir de 2018 las telcos podrán distribuir televisión lineal a través de sus redes (no vía satélite, un monopolio de DirecTV que podría ser roto por Arsat) en tanto los cableoperadores tendrían un camino más abierto hacia la telefonía fija y sobre todo la móvil.

Cablevisión no pudo ingresar en la telefonía hasta 2016 porque, aunque autorizada por la ley, el gobierno anterior no le entregaba la numeración necesaria y le restringía la importación de equipos. Ahora, está aprobada su fusión con Telecom y podrá competir finalmente con Telefónica y con América Móvil, apoyada en la fibra óptica de Fibertel. La empresa española y la mexicana han podido, hasta ahora, ofrecer Video on Demand, pero su

oferta ha resultado pálida frente a Netflix, que se estima tiene actualmente algo menos de 1 millón de suscriptores, buena parte de los cuales tiene múltiples conexiones, frente a los 9,6 millones de la TV paga lineal y los 1,3 millones estimados para la Televisión Digital Abierta, servicio gratuito que está confluyendo con Arsat y con la red nacional de fibra óptica, otros dos interrogantes mayores.

Telecentro viene ofreciendo televisión y telefonía fija desde hace tiempo, al igual que otros cableoperadores a lo largo y ancho del país, y las cooperativas telefónicas en diversas provincias. La empresa de los Pierri parecería haber optado por la figura del MVNO (Mobile Network Virtual Operator), operador virtual móvil que ofrece servicios utilizando la red de una telco, como hace VTR en Chile y está probando Megacable en México, entre otros. Los independientes argentinos, muchos de ellos agrupados en Red Intercable,

tienen la posibilidad de apoyarse en la red de Arsat y ser una alternativa fuerte en varias zonas del país, si logran aunar criterios más allá de lo institucional.

De todos modos, la telefonía móvil -en parte debido a las exageradas

América Latina - Market Share de TV Paga por país (Julio 2017)



Fuente: Private Advisor

tarifas aplicadas hasta ahora por las telcos, especialmente en el "roaming"-viene sufriendo embates del WiFi, con creciente número de celulares en "modo avión" aunque su titular tenga los pies firmemente apoyados en la tierra. Esto hace que el negocio de las telcos deba virar cada vez más hacia los datos, pero muchas de ellas no están preparadas; en una reciente conferencia en Estados Unidos, David Walsh, CEO de Genband, señaló que la gran mayoría de los 180 carriers internacionales existentes van a desaparecer, generalmente por absorción, quedando 'de 10 a 20 empresas' operando en RTC (Real Time Communications), servicio instantáneo y simultáneo de voz, imágenes y datos. Es probable que muy pocas de las telcos latinoamericanas -incluyendo Brasil- estén preparadas para esta transformación, y entre los

>> Pasa a Pag # 8

ENTRETENIMIENTO INTELIGENTE EN CONSTANTE EVOLUCIÓN



HBO | LATIN AMERICA

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 aliados y licenciatarios, y está protegido por las leyes de derechos de autor y otras leyes aplicables.

Jornadas Internacionales 2017

>> Viene de Pag # 6



Hernán Donnari y Sergio Veiga, de Fox, con Carlos Moltini, de Cablevisión, y Edgar Spielmann, de Fox



Nadine Pavlovsky y Nicole, de DirecTV, con Whit Richardson y Felipe de Stefani, de Turner

cableoperadores sólo VTR en Chile y un par de empresas en México están trabajando el tema.

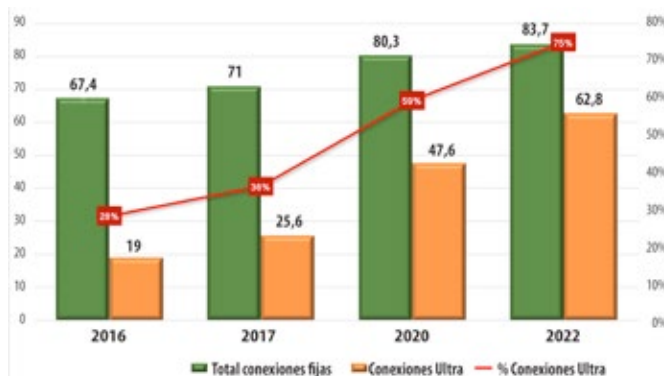
Fútbol por TV

La desaparición del plan Fútbol Para Todos y la adjudicación de los derechos de transmisión del fútbol argentino a Fox y Turner es otro de los temas candentes en Argentina. La inversión efectuada para reemplazar los generosos subsidios del Estado hasta 2016 excede los 200 millones de dólares, y, de acuerdo a las versiones circulantes, será necesario que alrededor del 30% de los actuales suscriptores a cable y satélite se abonen al nuevo servicio -cuyo costo está en el orden de los 300 pesos, unos 17 dólares- para que la operación sea rentable. Al cierre de esta edición se estimaba que había ya cerca de 380.000 abonos concretados.

El desafío es titánico porque no se trata sólo de transmitir algo que está sucediendo en vivo y monetizarlo: el fútbol argentino vive envuelto en una maraña de intereses cruzados y manejo poco transparente de los miles de millones de pesos que el gobierno anterior envió a la Asociación del Fútbol Argentino, que a su vez debía distribuir entre los clubes. Pese a esos caudalosos fondos, la mayoría de estas instituciones vive inmersa en deudas gigantescas que ahora deberán corregir, y hay mucha gente relacionada con ellas -desde los dirigentes y los jugadores

>> Pasa a Pag # 10

América Latina: Conexiones Banda Ancha 2016-2022 (en millones)



Fuente: Dataxis

Conferencias de Cappsa en Jornadas Internacionales 2017

Jueves 21 de septiembre

> 10:00 Panel: Creatividad en televisión

Disertantes

- Marcelo Tamburri (VP & Channel Manager de Space, I.Sat y TCM - Turner)
- Mariana Pérez (SVP Production & Development de Fox Networks Group)
- Miguel Brailovsky (SVP Programming & Production de A+E Networks Latin America)
- Manuel Marti (Head of Development and International Business de Pol-Ka Producciones - Artear)
- Julián Rouso de Anima Films
- Helga Lightowler (Programming & Media Planning Director de Discovery Communications Southern Cone)
- Pablo Culell (Director de Producción y Contenido de Underground)
- Verónica Rondinoni (Head of Programming Lifestyle AMC Networks)
- Germán Groba (Director de Estrategia de Contenidos, Disney Channels, The TWDC Company, Latin America)
- Sebastián Beltrami (Responsable de Programación de Magazine / Artear)

Moderador

- Miguel Smirnof de Prensario

> 15:30 a 15:50 Conferencia Disney

Disertantes:

- Nora Tela (Chief Marketing Officer TWDC Latam)
- María José Calónico (Director de Marketing Kids, TWDC Latam)

> 15:50 a 16:10 Conferencia ESPN

Disertantes

- Sebastián López (VP de Ventas Afiliadas DEMNLA)
- Martín Altberg, periodista de ESPN

> 16:10 a 16:30 Entrevista

- Martín Altberg a Santiago Phelan (ex-jugador y entrenador argentino de rugby, Los Pumas)

> 16:30 a 17:00 Conferencia HBO Latin America: 10 retos para la industria del entretenimiento

Disertante

- Javier Figueras (Corporate Vice President HBO Latin America)

> 17:00 a 17:30 Conferencia Turner: Contenidos originales

Disertante

- Marcelo Tamburri (VP & Channel Manager de Space/I.Sat/TCM)

MINI BEAT POWER ROCKERS

**NUEVA SERIE
ROCKERO SE NACE**

★ ★ ★

discovery k!ds™

VENTAS AFILIADOS:
+54 11 4000-4030/4031
Sergio Canavese - Regional Director
Claudio Santiago Isolani - Account Manager
Juan Toth - Account Manager

discoverykidsplay.com

© 2017 DISCOVERY NETWORKS LATIN AMERICA

Jornadas Internacionales 2017

>> Viene de Pag # 8



José del Valle, Ricardo Raimondi y Peter Kothe, de Telefónica, con Alejandro Kember, de AMC, en Natpe 2017



Gonzalo Hita, de Cablevisión, con Luciano Marino, de Millicom, en Tegal 2017

hasta los “barras bravas”, herederos de los guapos y cuchilleros que describió Borges- que está siendo afectada.

Como si esto fuera poco, en agosto surgió la amenaza de una empresa con sede en México, autodenominada **Sportflix**, que anunció que ‘retransmitiría’ una cantidad

de eventos deportivos, entre ellos el fútbol argentino. Los tenedores de los derechos reaccionaron enérgicamente, negando que dicha empresa tuviera los permisos que se adjudicaba. La intervención del IFT en México y la amenaza de juicios penales parece haber detenido a quienes

intentaron este quiebre del orden establecido, pero subsiste la necesidad de una vigilancia constante en la materia, desde que las descargas ilegales siguen siendo el principal riesgo que corre la industria en la era digital.

Vivimos tiempos extremos.

Extreme Times

The Latin American linear pay television industry is gathering once again at Jornadas in Buenos Aires this month, and, as usual in recent times, there are more questions than answers. The rub is that the questions are different from those asked, say, three years ago, when Netflix was the major foe and the cable operators requested the pan regional networks to extend their programming rights beyond the 12- to 18-month usual time period.

Today Netflix is a sort of uneasy friend that keeps the customers tuned into the cable operator’s network, while the programmers are thinking that maybe they stretched themselves a bit too thin by adding so many channels in the past. After all, pay television’s Second Commandment (“You shall offer more programming choices”) might have its boundaries, as worldwide supermarkets have found when displaying a large number of brands of the same merchandise.

So, the cable operator’s attention has been diverted to the fact that the LatAm business is currently controlled by four telcos (América Móvil, Spanish Telefónica, AT&T and Millicom) and a fifth group is on the rise through the merger of Argentine Cablevisión and local telco Telecom

Argentina. This company was founded decades ago by Telecom Italia and France Telecom with local group Wertheim, is now controlled by Mexican tycoon David Martinez, who also held a 40% stake in Cablevisión prior to this company being spun-off by Grupo Clarín a couple of months ago.

A look at the other major LatAm markets suggests this is not a lonely Argentine affair: in Mexico, America Movil’s Eng. Carlos Slim has been battling for years to obtain a permit to enter the TV field. In Brazil, the government is blocking AT&T’s purchase of Time-Warner because Brasilia has made a cause out of now allowing programmers to be distributors, a rather futile obsession in times of YouTube and Amazon. At the same time, Brazil is witnessing the demise of Oi, President Lula da Silva’s flagship telco years ago, when he --albeit temporarily-- stopped Telefónica from buying GVT, a feat the Spaniards accomplished later. In Argentina, Telefónica and América Móvil complain that, due to deregulation timing, Cablevisión/Telecom and the other cable operators will be able to deliver wireline and mobile telephony prior to these telcos being allowed to enter the linear television



Eng. Carlos Slim

business. This timing hitch cannot mean a lot to local video competition, since the telcos have been delivering SVOD for years, without a significant dent on Netflix’s market share.

Compounding all this, several LatAm governments are racing to tax the OTT newcomers. Brazil first, Argentina and Uruguay a bit later have heralded they will apply levies on the intruders, claiming they provide no local jobs, pay no local taxes. While Netflix officially stands by its commitment to pay all the applicable taxes in every country where it operates, local analysts suggest that the OTT price gap against linear pay TV (say, \$10-12 vs. \$60-80 per month) will hardly move cord-cutters and never-cutters to return to the traditional consumption mode if a sales or VAT tax is imposed on video streaming. This, even when they have to subscribe to more than one OTT service in order to fulfill their aprogramming choice needs.

PARA VER Y VOLVER A MIRAR.
En exclusiva y en todas las plataformas, como lo desean tus suscriptores.



SU MAYOR GLORIA FUE
GANARLE A LA VIDA.

EL CÉSAR

JULIO CÉSAR CHÁVEZ, EL HOMBRE DETRÁS DE LA LEYENDA.

ESTRENO

18 DE SEPTIEMBRE, 23:00 HS.

 **SPACE**

#ElCesar

Conferencias Académicas

Miércoles 20 de septiembre

Salón Atlántico C – Hilton Buenos Aires

15.00 Hs

El futuro llegó. Oportunidades y desafíos para el cable y las telecomunicaciones en escenarios convergentes

Moderadora:

· Andrea Catalano, periodista especializada en tecnología iProfesional

17.00 Hs

Las regulaciones como dinamizadores del acceso a las telecomunicaciones

Moderadora:

· Leticia Pautasio, periodista, editora en TeleSemana

Jueves 21 de septiembre

Salón Atlántico C

12:00 Hs

La regulación de la TV no lineal en América Latina

Moderador:

· Alejandro Alfie, periodista especializado en medios y tecnología diario Clarín

Sesiones Académicas Técnicas

Miércoles 20 de septiembre

Salón Atlántico A – Hilton Buenos Aires

9:45 – 10:30 Hs

Tendencias en la oferta y demanda de tráfico en internet

Disertante:

· Claudio Righetti, jefe de arquitectura de datos, Cablevisión

10:30 – 11:15 Hs

Nuevas tecnologías en redes de acceso: D3.1, arquitecturas distribuida y virtualización

Disertante:

· Eduardo Panciera, jefe de arquitectura y tecnología, Cablevisión

11:15 – 12:00 Hs

Docsis Supercharged, el desafío HFC vs. FTTH

Disertante:

· Juan García Bish, comisión técnica ATVC

12:00 – 12:45 Hs

La evolución del hogar conectado

Disertante:

· Rodrigo Plaza, Arris

Conferencias SCTE/ISBE

Jueves 21 de septiembre

Salón Atlántico A – Hilton Buenos Aires

10:30 – 11:00 Hs

Remote PHY (Video Conference)

Disertante:

· Dennis Brown, SCTE-ISBE director, engineering education

11:00 – 12:00 Hs

Fiber Deep

Disertante:

· Steve Harris, SCTE-ISBE senior director, engineering and field education

12:00 – 13:00 Hs

Una visión moderna de las redes hogareñas

Disertante:

· Rodrigo Plaza, sales engineering manager, Arris

13:00 – 13:30 Hs

DOCSIS 3.1 (Video Conference)

Disertante:

· Paul Rodrigues, SCTE-ISBE director field education

Workshops Técnicos

Miércoles 20 de septiembre

Salón Atlántico A – Hilton Buenos Aires

15.30 – 16.00 Hs

Pay Media – CRM y billing como herramienta clave para el crecimiento de servicios multipantalla

Presenta: Hansen Technologies

Disertante:

· Hernán Hoczman, gerente de servicios

16.00 – 16.30 Hs

HD Directo al TV

Presenta: Interlink

Disertante:

· Emiliano Bonansea, gerente de tecnologías

16.30 – 17.00 Hs

Sistemas integrados de codificación y modulación para dar fútbol por tv cable

Presenta: Viditec / Wellav

Disertantes:

· Hugo Caudet, Viditec product manager

· Diego Tanco, Wellav regional manager

17.00 – 17.30 Hs

Gpon Huawei y como integrar TV inteligente

Presenta: Solution Box

Disertantes:

· Diego Berenguer, PM IP Services

· Miguel A Martinez, PM IP Services

17.30 – 18.00 Hs

Evolución de la red: implementación de daa

Presenta: ARRIS

Disertante:

· Carlos Reyes, gerente de ingeniería de ventas

Jueves 21 de septiembre

Salón Atlántico A – Hilton Buenos Aires

15.30 – 16.00 Hs

Seguridad 360: El secreto para transformar su negocio

Presenta: IRDETO

Disertante:

· Gabriel Ricardo Hahmann, sales director

16.00 – 16.30 Hs

Transformando la experiencia de cliente

Presenta: STECHS

Disertante:

· Ariel Laganá, director comercial

16.30 – 17.00 Hs

La evolución de FTTH: Phantom

Presenta: LATINO TCA

Disertante:

· Guido Otero, nuevos desarrollos de software

Bloomberg Television: Ahora con subtítulos en español.

Más de 80 notas regionales diarias en español.

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

Entrevistas exclusivas con CEOs y dirigentes empresariales de primer nivel.



**Bloomberg
Television**

Locos X el Asado



UN APLAUSO PARA EL ASADOR

LUEGO DE HABER CONQUISTADO EL MUNDO DIGITAL, "LOCOS X EL ASADO" SE PREPARA AHORA PARA CAUTIVAR A MILLONES DE TELEVIDENTES A TRAVÉS DE FOOD NETWORK LATINOAMÉRICA

Todos hemos soñado escuchar esa frase de la boca agradecida de alguno de nuestros invitados, no sólo porque daría fe de que finalmente hemos logrado integrar la experiencia adquirida luego de muchas horas de ensayo y error para que las brasas, la temperatura, y el tiempo de cocción se alineen — como los astros — de modo perfecto, sino también porque dejaría claro que hemos generado alrededor de la parrilla momentos memorables con familia y amigos, que son la razón fundamental y la excusa perfecta para juntarse alrededor de la mesa un fin de semana cualquiera, o al menos así lo dicta la tradición culinaria argentina del "asado".

En Argentina aprender a hacer un buen asado es materia obligada entre los miembros de una familia, y se aprende de generación en generación, transmitiendo trucos y secretos, aprendiendo sobre cantidades y medidas al "ojo por ciento". Luciano "El Laucha" Luchetti aprendió el arte del asado así, viendo a su hermano mayor destacarse frente a la parrilla, hasta que un día — a los 15 años — decidió que él se haría cargo de las brasas. A partir de allí, la pasión por dominar cada detalle a la perfección, lo llevó a realizar asados en su casa — "el templo" como le llaman sus invitados — cada fin de semana. El festín era cada vez más innovador y succulento, por lo que un día uno de sus amigos y socio en la actualidad, Kevin Chochlac, tuvo la idea de compartir fotos y videos a través de sus redes sociales con otros apasionados del asado.

Y pudiéramos decir que así, orgánica e intuitivamente, se empezó a crear lo que es hoy "Locos X el Asado", un programa digital con una comunidad virtual de más de 600 mil seguidores, que a partir del próximo 22 de septiembre estrenará su versión para televisión de la mano de Food Network, canal que ya cuenta con una fuerte presencia en Latinoamérica y que ha empezado a invertir en producciones originales que reflejen las tradiciones y

tendencias culinarias que influyen el estilo de vida en cada uno de nuestros países.

En "Locos X el Asado", el asador experto "El Laucha" demostrará cada semana los detalles detrás de esta amada tradición culinaria argentina, desde cómo preparar el fuego o la famosa receta de la salsa chimichurri, hasta los secretos clave para cocinar todo tipo de carnes, incluyendo un cerdo entero. A él se le sumarán familiares, amigos e invitados especiales, que formarán parte indispensable de cada episodio, y quienes con su espontaneidad, juegos y entusiasmo, nos mostrarán cómo se vive la experiencia de disfrutar un auténtico asado argentino un fin de semana cualquiera.

El programa, aunque ahora cuenta con los altos estándares de producción de Food Network, mantiene la espontaneidad, la creatividad y el desparpajo con los que "El Laucha" y sus amigos iniciaron esta aventura, por lo que quienes lo vean no sólo aprenderán, sino que se divertirán y contagiarán de las ganas de compartir y hacer un buen asado en casa. A través de trucos, secretos y recetas, "Locos X el Asado" expande ahora a millones de televidentes en toda Latinoamérica esta tradición argentina, a fin de que, desde el más novato hasta el más experto, todos los asadores reciban un merecido aplauso por haber echado toda su pasión a las brasas. ¡Un aplauso para el asador!

"Locos X el Asado" estrena el próximo 22 de septiembre en toda Latinoamérica a través de Food Network. Si no tienes el canal, solicítalo a tu proveedor de TV paga.



RECETA DE SÁNDWICH DE VACÍO

- Condimentar el vacío con sal, pimienta y aceite de oliva.
- Sellar el vacío 7 minutos de cada lado a fuego fuerte.
- En una fuente incluir cebolla, zanahoria, morrón y sumar el vacío.
- Luego, tapar todo con cerveza negra y cubrir con papel aluminio.
- Llevar al horno a 180 grados por 2 horas.
- Desmenuzar el vacío y mezclarlo con las verduras.
- Terminar todo en un sándwich con pepinos agri dulces.



DESDE SUS INICIOS, LOCOS X EL ASADO HA LLEVADO A LAS BRASAS MAS DE 3.850 KG. DE CARNE



Un aplauso al asador x compartir

Estreno 22/09
18:30 MEX/COL - 20:30 BS.AS.



@foodnetworklatam • foodnetworklatam.com

food network

¿Cuánto comprar?
APROXIMADAMENTE

Asado perfecto
(BUEN CARBÓN • LEÑA SECA)
• TEMPERATURA • CARNE DE CALIDAD
• TIEMPO = ASADO MEMORABLE

Temperatura perfecta
LA PALMERA DE LA MANO A 2 O 3 CM.
SOME LA PARRILLA, PUDIENDO AGUANTAR A SEG. SIN QUEMARSE

El fuego
PAPEL • RAMAS O MADEPETAS
• CARBÓN • LEÑA • SÓLIDOS

Término perfecto
ARROZ
NOJAY JUGOSA
VIZ
DORADA
NISADA

Locos X el Asado
BIEN COCINADO
COLOR CARNE

Algunos trucos fundamentales
1. DESCONGELAR LA CARNE DE FORMA GRADUAL.
2. UN BUEN ASADO NO LO HACE EL FUEGO, LO HACE LA BRASA.
3. NO PENELES LA CARNE CON UN CUERTILLO O Tenedor. ASÍ NO PERDES SUS JUGOS.

Salaz la carne ¿antes o después?
LOS QUE SALAZ ANTES ADIQUEN QUE EL COSTRÓN QUE SE FORMA ES IRREMPLAZABLE.
LOS QUE SALAZ DESPUÉS JURAN QUE LA SAL ABSORBE EL JUGO Y SECA LA CARNE.
ESO SE, EN CUALQUIER CASO, SALAZ CON SAC GRUESA.

ARGENTINA

Cablevisión, camino a liderar las telecomunicaciones

A partir de la fusión con Telecom

‘La fusión de **Cablevisión** con **Telecom Argentina** permitirá generar el operador de telecomunicaciones líder en soluciones convergentes para hacer plena la vida digital de las personas’, afirmó **Gonzalo Hita**, COO del MSO, sobre uno de los acuerdos más importantes del año, anunciado en julio pasado por **Clarín** y **Fintech**.

El proceso fue aprobado un mes más tarde por los accionistas de las dos compañías, restando ahora el visto bueno por parte de los entes reguladores, **Enacom** y la **Comisión Nacional Defensa de la Competencia**. ‘Si bien el proceso para que se apruebe es largo, sabemos que esta combinación potenciará la inversión en la infraestructura más moderna de tecnologías móviles así como el despliegue de una red de fibra óptica de alta velocidad’, agregó Hita.

Hoy, Cablevisión cuenta con 4 millones de clientes únicos, de los cuales más de 3,5 millones son suscriptores de TV por cable y más de 2,2 millones, de banda ancha. De los abonados al cable, más de 880.000 tienen HD. ‘Además, con **FiberCorp** brindamos servicios corporativos a más de 41.000 empresas, comercios, profesionales y organismos públicos’, remarcó el ejecutivo.

Flow, una realidad

A casi un año del lanzamiento de **Flow**, Hita afirmó que está teniendo una ‘excelente aceptación’ y señaló: ‘Ya alcanzamos los 400.000 usuarios de Flow App y los 140.000 de Flow Box, y seguimos creciendo. Cada mes se suman más de 30.000 clientes. Flow es una plataforma diferente a todas, es la única en Argentina y la más evolucionada de la región que suma las funcionalidades que permiten hacer de la TV en vivo una televisión a demanda, algo disruptivo que se ajusta a la demanda de quienes nos eligen’.

En línea con la tendencia de los servicios OTT, Cablevisión está apostando a las producciones originales mediante alianzas con otras

empresas. ‘Hemos encarado un proyecto de coproducciones en el marco de una alianza estratégica con productoras y señales nacionales e internacionales que contempla la generación de productos de alta calidad para televisión. El objetivo es ofrecer un nuevo formato de disponibilización de contenidos, teniendo en cuenta los nuevos hábitos de consumo. El usuario quiere tener el control y decidir si quiere ver uno, dos o tres capítulos o si verá toda la serie de corrido al estilo maratón’, dijo el ejecutivo. En este sentido, ya son tres los contenidos coproducidos: *Divina*, *La fragilidad de los cuerpos* y *Un gallo para Esculapio*; todas disponibles completas en el catálogo de series a demanda en Cablevisión Flow y Canal 1 HD. ‘Para este año estamos trabajando en un proyecto más, *El Maestro* junto con **Pol-ka**, **eltrece** y **TNT**, que se estrenará este mes’.

Inversiones en infraestructura

Dijo sobre los principales proyectos: ‘Este año hemos realizado una fuerte inversión en capacidad de la red, preparándola para duplicar la velocidad de todos nuestros clientes, eliminando las velocidades más bajas y comercializando aquellas que aseguren una óptima experiencia en cada hogar, aún cuando existan múltiples dispositivos conectados’.

Entre todo, la empresa concretó: ‘Capacidad de transporte de red, nueva generación de cablemodems 3.0, crecimiento de Flow, recableados en zonas del interior a doble vía, mas kilómetros de fibra óptica para aumentar la capacidad de transporte e inversión en más contenido han sido los ejes de las inversiones de este año’. Sobre el futuro próximo, mencionó: ‘Estamos en pleno proceso de armado del presupuesto de inversión 2018. Sin dudas, los rubros a invertir serán similares al 2017 ya que mejorar la capacidad de transporte de nuestras redes para ofrecerles a los clientes más y mejores servicios seguirá siendo nuestro foco’.



Gonzalo Hita, COO de Cablevisión

Novedades en programación

‘Nuestras grillas de programación ofrecen gran variedad de señales orientadas a distintos públicos y gustos. En septiembre, sumamos nueve nuevas señales HD. Además, con Cablevisión Flow los contenidos de la TV lineal se vuelven a demanda, haciendo la propuesta mucho más flexible y adecuada a los deseos del cliente’, destacó el COO. ‘Constantemente buscamos enriquecer y agregar valor a la grilla de programación y, sobre todo, a la experiencia del cliente, entendiendo que una oferta de contenidos amplia y robusta constituye un diferencial en una época donde los usuarios son cada vez más exigentes y demandan más libertad para elegir’. Por último, Gonzalo Hita se refirió al mercado local: ‘El mercado de la TV paga y las telecomunicaciones se enfrentará próximamente a un entorno mucho más competitivo que traerá aparejada la aplicación de la convergencia en el mercado a partir del 1° de enero cuando todas las empresas del sector puedan ofrecer cuádruple play’.

‘Esto hará que la industria se transforme para dar una respuesta integral al cliente que busca una experiencia de entretenimiento y conectividad que no tenga como límite el living de su casa. La industria está obligada a evolucionar con los hábitos de consumo’.

‘Nuestra industria requiere una inversión tecnológica constante e intensiva, cuando invertimos en tecnología no lo hacemos para solucionar un problema de mañana sino que lo hacemos proyectando nuestra infraestructura para los próximos diez años’, finalizó.

Cablevisión

Fibertel



**PUEDES AMARLO. PUEDES ADMIRARLO.
HASTA PUEDES ENVIDIARLO.**

LO QUE NO PODRÁS ES DEJAR DE VERLO.

En Fox Sports Premium te vamos a mostrar al Fútbol Argentino como nunca lo viste y como lo que realmente es: el mejor espectáculo del mundo.



ARGENTINA

DirecTV Argentina diversifica su oferta de servicios

Producción original y señales deportivas en exclusiva

Previo a Jornadas Internacionales, DirecTV Argentina compartió con Prensario los principales logros de la empresa en todos los segmentos de negocio, destacando las señales exclusivas, la producción de contenidos y desde el año pasado, el lanzamiento del servicio de Internet satelital.

‘Uno de los principales anuncios que realizó la compañía a fines de 2016 fue sin duda el lanzamiento de nuestro servicio de internet satelital. Somos la primera filial de DirecTV en el mundo en ofrecer este servicio que permite a usuarios de localidades rurales acceder a Internet de calidad en cuanto a velocidad y capacidad’, explicaron desde la empresa.

Señales exclusivas

‘Nuestros clientes pueden acceder a dos señales de forma exclusiva: On DirecTV (cines y series) y DirecTV Sports. Podemos afirmar que somos líderes en el género deportes, con una diferencia considerable con la competencia. Tenemos la mayor cantidad de canales de deportes, con tres señales exclusivas: DirecTV Sports, DirecTV Sports 2 y DirecTV Sports+. En ellas, se fusionan contenidos internacionales y locales de los deportes más vistos, como por ejemplo el fútbol. Este camino lleva varios años y comenzó con la definición de cinco deportes estratégicos. A partir de allí, trabajamos día a día para sumar derechos y aumentar nuestra programación original’.

En cuanto al HD, dijo: ‘Es una tecnología

que nuestros clientes eligen sobre todo para disfrutar de eventos deportivos y series. Fuimos los primeros en ofrecer los 64 partidos en HD en el Mundial 2010 y hoy somos la empresa que más señales en HD ofrece en el mercado. Somos líderes por la cantidad de señales en HD y en los últimos meses hemos incorporado AMC HD, Baby TV HD, Discovery World HF y Nat Geo Kids, entre otros’.

Producción de contenidos

‘Una tendencia muy clara en esta industria, y que vemos en Argentina también, es que las empresas de entretenimiento se vuelcan hacia la producción de contenidos. En este sentido, desde 2015 emprendimos el camino de las producciones originales con la miniserie argentina *Casa del Mar*, que con dos temporadas fue la primera producción propia completa y original de DirecTV en Latinoamérica. Esta miniserie no sólo fue nuestra puerta de entrada al mundo de la producción sino que además tuvo un éxito de rating en todos los países y estuvo incluso nominada a los premios Emmy Internacional como mejor serie dramática’.

‘A esta se suma la serie estadounidense *Kingdom* que también es producción original de DirecTV en Estados Unidos, y que ya va por su tercera temporada. En julio pasado, sumamos otra miniserie de tipo documental/deportivo titulada *Alma de Potrero*, y que se

emite por DirecTV Sports con la conducción de **Diego Korol**’.

Además de las series, también participa activamente en cine como coproductor en varias de las películas argentinas más vistas en 2016 como *Koblic* con

Ricardo Darín, *El Hilo Rojo* con **Benjamín Vicuña**, *Permitidos* y *Gilda*, y otras dos que se estrenaron este año como *Nieve Negra*, *Casi Leyendas* y *Sólo se vive una vez*.

‘Una de nuestras señales exclusivas, **OnDirecTV**, se ha convertido en uno de las opciones más elegidas entre nuestros clientes en el segmento espectáculos. La principal razón es la calidad de los contenidos que ofrecemos. De forma exclusiva los clientes pueden ver los tres programas más vistos en Estados Unidos: los shows de **Jimmy Fallon**, **Ellen Degeneres** y *The Today Show*. Además series exclusivas como *Velvet* y *Fargo* y documentales premiados como el de *Amy Winehouse* o el recientemente estrenado *Sargent Pepper* de los Beatles’.

‘Y cuando hablamos de deportes sabemos que ellos encontrarán en DirecTV una oferta inigualable: desde las ligas europeas, la NBA hasta el torneo de Rugby de la URBA son algunos de los eventos que sólo pueden verse en nuestra pantalla. A las producciones y exclusividades se suma un prestigioso equipo de periodistas deportivos como **Juan Pablo Varsky**, **Pablo Giral**, **Gustavo López**, **Matías Martín** y **Diego Korol**’.

Rusia 2018 y DirecTV Play

‘Para DirecTV, cada Mundial o Juego Olímpico es sinónimo de innovación tecnológica. Por ejemplo en el Mundial Sudáfrica 2010 fuimos los primeros en ofrecer los 64 partidos en alta definición, en Brasil 2014 fuimos los primeros en sumar las transmisiones en vivo en smartphones y tablets. Nuestra plataforma online, **DirecTV Play**, registró 2,5 millones de visitas únicas y la aplicación alcanzó 1,6 millones de descargas. Por lo cual, ya nos estamos preparando para el Mundial 2018.

‘DirecTV Play es nuestra plataforma para ver contenido on demand y vía streaming, en computadoras, tabletas y celulares. Damos acceso a miles de películas, series, recitales documentales y contenido deportivo sin cargo adicional para todos nuestros clientes’.



DIRECTV OFRECE LA COBERTURA COMPLETA DE LA COPA MUNDIAL DE LA FIFA RUSIA 2018™

#ElMundialEnDIRECTV

Cobertura en vivo por DIRECTV Sports, DIRECTV Sports HD, y LIVE STREAMING a través de DIRECTV Play, DIRECTV Sports.com y DIRECTV Sports App.

MUNDIAL TOTAL Y CENTRAL DEPORTIVO
Dos programas diarios desde Rusia

Líderes en la cobertura de los partidos más importantes de los torneos internacionales de DIRECTV Sports y el reconocido grupo de comentaristas, analistas y corresponsales de distintos países de Latinoamérica para la Copa Mundial de la FIFA.

JUAN PABLO VARSKY, periodista deportivo del programa 'Más que Fútbol' y comentarista de DIRECTV Sports

PABLO GIRALT, periodista, analista y presentador de DIRECTV Sports

DIRECTV ofrecerá nuevamente el MOSAICO INTERACTIVO con el sistema MULTICÁMARA que permitirá ver DISTINTOS ÁNGULOS DE UN MISMO PARTIDO EN UNA SOLA PANTALLA

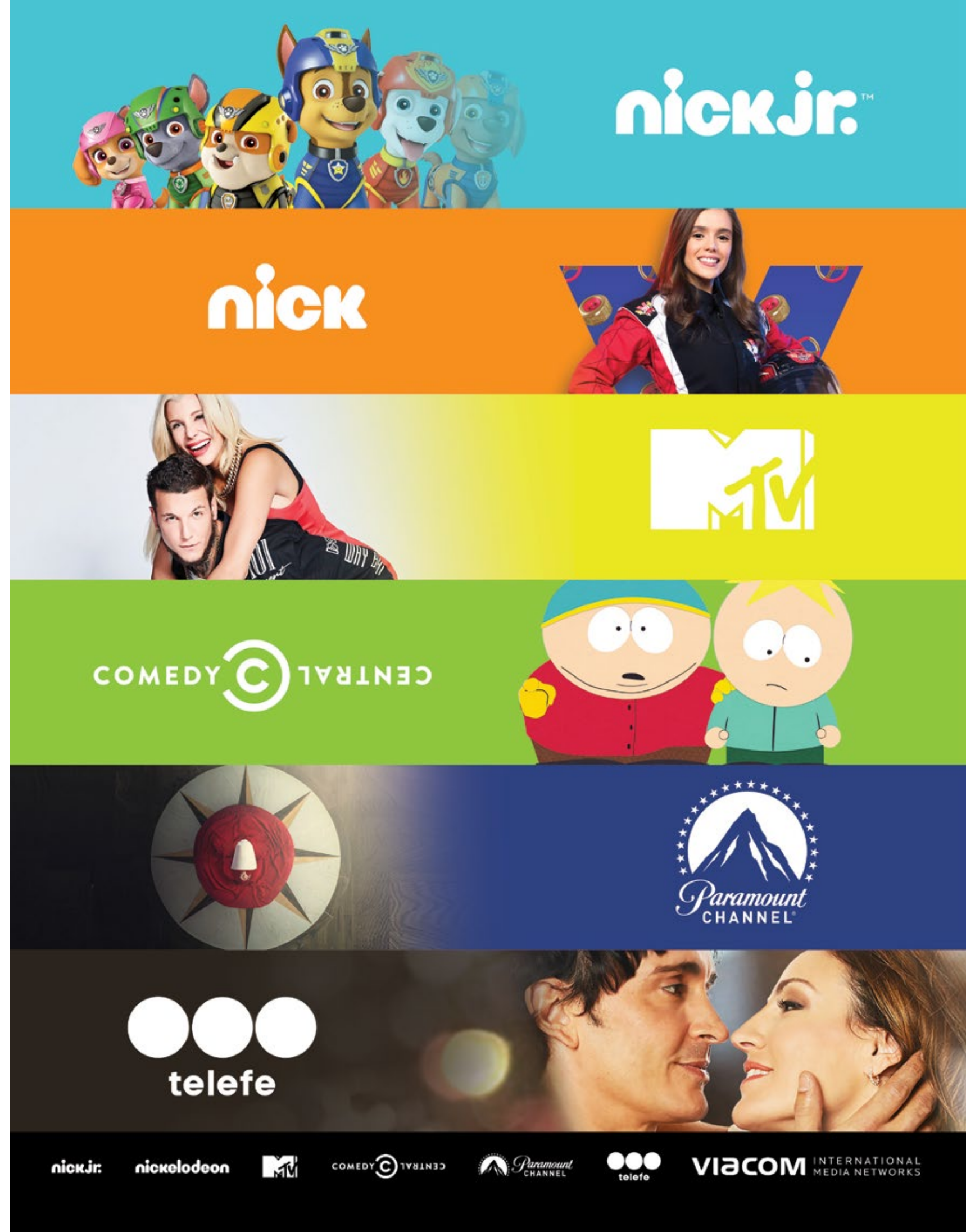
TRANSMISIÓN EN VIVO Y EN DIRECTO DESDE RUSIA
ESTUDIO EXCLUSIVO EN LA PLAZA ROJA EN EL CORAZÓN DE MOSCÚ

PRESENCIA EN 12 ESTADIOS 11 CIUDADES

MIL HORAS DE PRODUCCIÓN ORIGINAL
CONTENIDO 100% HD

TODOS LOS 64 PARTIDOS
CONTENIDO 24 HORAS

MÁS DE DOS DÉCADAS DE COBERTURA DE LA COPA MUNDIAL DE LA FIFA



ARGENTINA

Supercanal lleva sus productos digitales a todas las plazas donde opera

Para Juan Marcelo Juárez, gerente de programación de Supercanal-Arlink, el 2017 será un año que quedará marcado en la historia del operador argentino. 'Lanzamos numerosos productos al mercado, incluyendo nuevas grillas digitales en diez plazas, abarcando el norte, centro y sur argentino. Este hecho es inédito, ya que son cabezales independientes, lo que nos permitió completar la distribución de nuestros productos digitales en todas las provincias donde opera la compañía, con grillas de más de 100 canales digitales, donde 45 son HD'.

A su vez, concretó el lanzamiento de la fase de 2 de MIO, el servicio online TVE multidispositivo, con más de 20 plataformas play o go servidas por sus proveedores de señales y contenidos, más los canales lineales Premium de la Superliga Argentina de Fútbol. 'Esperamos así, incrementar sustancialmente la proporción de clientes digitales respecto del total, que hoy ronda el 15%', remarcó Juárez.

Entre los proyectos de inversión para el futuro próximo, adelantó: 'Está la consolidación de las plataforma MIO y Black, esta última con contenidos no lineales a través del set top box, estando a la vanguardia en el interior del país, en la distribución de contenidos a través

de todos los medios disponibles. Relacionado a esto, está la ampliación en la distribución de los servicios de Internet que prestamos a través de Arlink con el objetivo de alcanzar todas las provincias donde servimos TV por cable'.

Programación

'Este año hemos incorporado más de diez plataformas no lineales a nuestro producto MIO (destacándose HBO GO y las plataformas on demand de señales básicas distribuidas por este grupo y, para los más chicos, Discovery Kids Play, que se suman a las que teníamos (ESPN Play, Fox Play, TyC Sports Play, F1TV, Cartoon Network/TNT/Space Go', dijo el gerente de programación.

'Los canales lineales también han sido novedades y las principales pasaron por la ampliación de distribución los canales del grupo Viacom (con la incorporación en HD de Telefe, Paramount y Nick2), j la culminación del proceso de distribución de los canales HD de ESPN, y por supuesto, por el producto estrella del momento, el fútbol de la Superliga Argentina, con la incorporación de los canales Fox Sports Premium y TNT Sports, ambos en HD y con una exclusiva programación 24x7 referida al fútbol de primera



Juan Marcelo Juárez, gerente de programación de Supercanal-Arlink

de Argentina donde nuestros clientes pueden disfrutar la pasión de todos los partidos en vivo y en la mejor calidad de imagen y sonido'.

El mercado argentino

Por último expresó: 'Las expectativas referidas al mercado argentino de TV paga son, a la vez, positivas y de un gran desafío. Positivas porque, el haber alcanzado el actual nivel de capilaridad en la distribución de contenidos, dirigidos a distintos públicos, nos pone en carrera para competir de igual a igual frente a otras opciones locales pero también, y principalmente, extranjeras. El desafío está con la llegada de nuevos jugadores y la consolidación de otros que ya venían participando en este negocio, hace que el mercado todo tenga la motivación para poder llegar a servir a todos los públicos que requieren contenidos, en todo momento y lugar, y Supercanal está en carrera'.

MÓRBIDO TV
NO SOMOS UN CANAL DE TERROR,
SOMOS EL TERROR HACIENDO UN CANAL

f MÓRBIDO TV @MORBIDOTV

elnueve

ARGENTINA

Gigared: Crecimiento impulsado en inversión y nuevos servicios

Su plataforma OTT alcanzó los 30.000 usuarios

Carlos Granzotto, gerente general de Gigared, afirmó que el operador continúa posicionándose 'como uno de los principales jugadores del segmento, sumando clientes tanto de TV como de Internet de manera continua'. Actualmente, la empresa cuenta con gran cantidad de servicios y productos, entre los que se encuentra

Espacio Giga, su plataforma OTT, donde los clientes pueden disfrutar contenido en vivo, o de galería, estén donde estén.

'Gigared se encuentra en un proceso de inversión constante, el cual busca mantener la calidad del servicio brindado a una cartera de clientes que cada día exige más. Por otro lado,



Carlos Granzotto, gerente general de Gigared

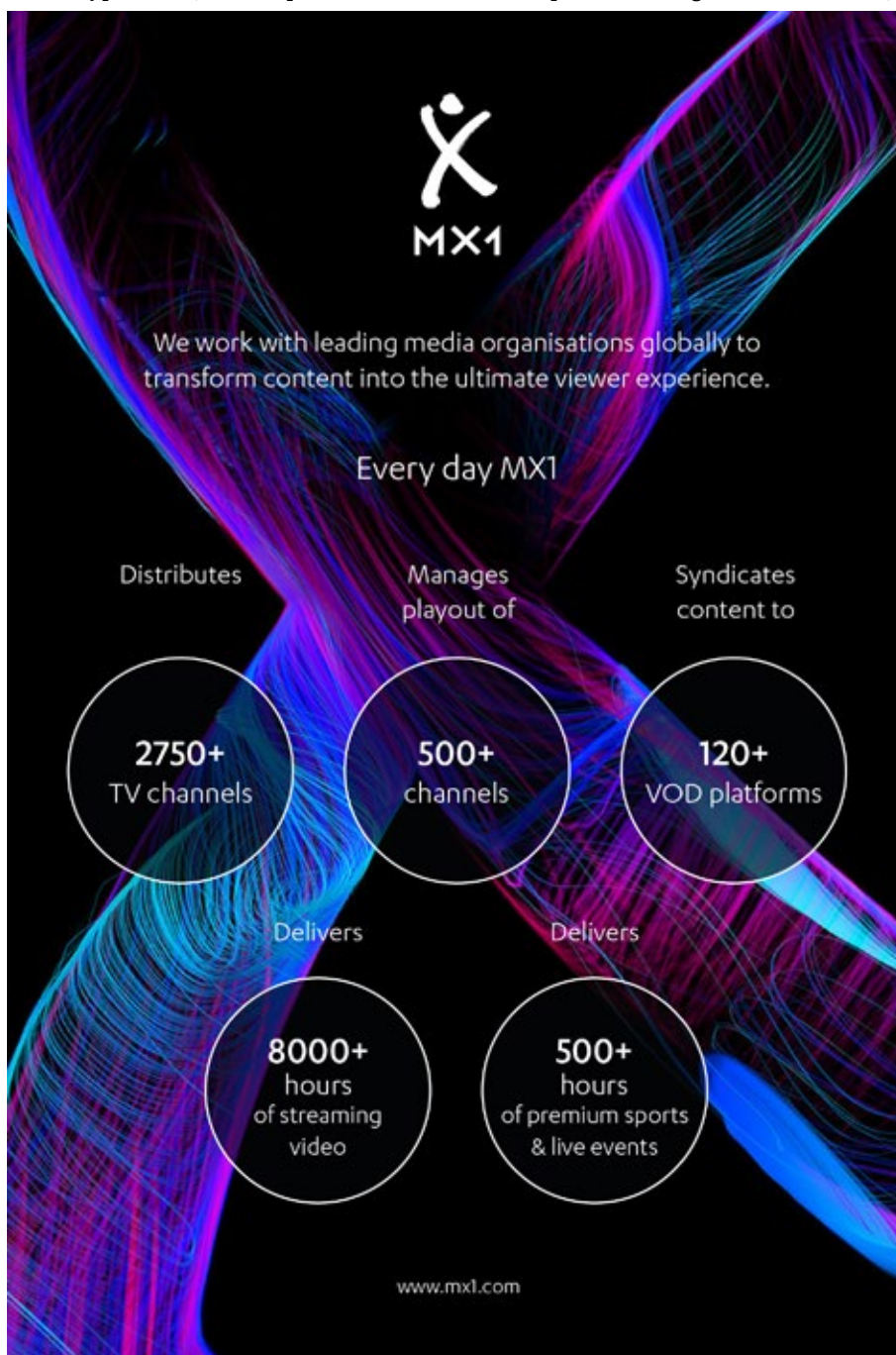
y respondiendo a una demanda creciente por nuestros servicios, se están sumando nuevas zonas y localidades, en las cuales se están utilizando tecnologías de última generación que nos van a permitir diferenciarnos de todos nuestros competidores y ofrecer productos y servicios totalmente nuevos', añadió el ejecutivo.

La plataforma Espacio Giga ya alcanzó los 30.000 usuarios, que pueden acceder a contenido en vivo, series completas y exclusivas, películas, documentales y deportes. Además, los usuarios de la plataforma completan su experiencia accediendo a sorteos, beneficios, y a la posibilidad de gestionar su cuenta de manera simple, sin la necesidad de ir a la sucursal.

En cuanto a los contenidos, el operador se ha asociado a Sony, distribuidor de la plataforma Crackle en Latinoamérica, que cuenta con contenidos exclusivos y temporadas completas de las mejores series de AXN y Sony. 'Esta plataforma está sumando cientos de clientes día a día, brindando un diferencial único a los clientes de Gigared'.

En la parte de infraestructura, Granzotto afirmó: 'Gigared cuenta con un tendido de fibra óptica sobre gran parte del litoral argentino, que une las principales ciudades y brinda conectividad a muchas otras más pequeñas. Actualmente se encuentra inaugurada la primera localidad 100% FTTH de la empresa, que será el modelo a seguir para las nuevas inversiones y extensiones planificadas'.

Concluyó el ejecutivo: 'Muy pronto habrá grandes novedades sobre Gigared que serán un impacto muy fuerte para la empresa'.



Ahora las primicias y las placas rojas también son en alta definición. El canal de noticias más popular suma nuevos estudios, nuevos periodistas, nuevos programas y nueva tecnología para una mayor cobertura informativa.

Crónica HD

FIRME JUNTO AL PUEBLO



Para más información / contacto Ventas Afiliadas:

PROXTV

info@proxtv.com.ar · (+54 11) 4770-9398

ARGENTINA

Telpin: IPTV se consolida con buen ritmo de crecimiento

Invierte en el despliegue de fibra óptica

Telpin es una de las cooperativas de Argentina que a partir de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual logró, hace casi tres años, lanzar y comercializar su propio servicio de TV paga en modalidad IPTV. 'Ingresar al mundo de la televisión fue, y aún lo es, un desafío muy grande para la cooperativa', expresó su gerente comercial, **Leandro Laudano**.

Ubicada en la localidad costera de Pinamar, provincia de Buenos Aires, Telpin logró una tasa de crecimiento de suscriptores de 4% en la parte de televisión, y una penetración superior al 18% sobre los servicios de Internet. 'Estamos entusiasmados con el crecimiento del parque de servicios a partir de la base de clientes que fuimos desarrollando a lo largo de tres años. Realizamos un trabajo fuerte y continuo en cuanto a comunicación y esfuerzo de venta, dado que somos el player ingresante en un mercado de TV muy concentrado en los dos grandes operadores a nivel nacional', remarcó el ejecutivo.

OTT y programación

'Además de los contenidos, ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de transformar cualquier TV en un smart, dado que con el set top box pueden acceder a YouTube y a una serie de aplicaciones desarrolladas

por nosotros con la siguiente información: datos del clima de nuestra propia estación meteorológica, cámaras en vivo las 24 horas los 365 días del año, la cartelera del cine local, las farmacias de turno, noticias, información deportiva, y otros contenidos que nos permiten brindar un servicio diferente'.

Completó: 'Este año lanzamos al mercado la plataforma **TelpinPlay**, que brinda la posibilidad de ver todos los contenidos en el momento que los clientes quieran, a través del dispositivo que quieran: películas, series, documentales, etc.'

La grilla de programación del operador es variada e incluye contenidos en SD y HD. 'La TV es digital y la programación incluye más de 90 canales en calidad estándar y más de 45 en HD, incluyendo las señales de **HBO, Fox**, y los nuevos canales para ver todos los partidos de la superliga en HD. Además, contamos con un canal de TV propio, el **Canal 2 de Pinamar**, con toda la información local: noticias, deportes, programas políticos, y toda la información inherente a la ciudad en la cual prestamos el servicio y vivimos'.

Fibra óptica

Sobre las principales inversiones en infraestructura, remarcó: 'Por un lado estuvimos y estamos invirtiendo fuertemente en la ampliación de la red de fibra óptica, sobre todo en aquellos lugares en los que por distancia a la central no podemos brindar IPTV. Tenemos un plan estratégico de cinco a diez años para fibrar toda el área de cobertura de nuestro servicio. Por otro lado, por la necesidad de seguir



Leandro Laudano, gerente comercial de Telpin

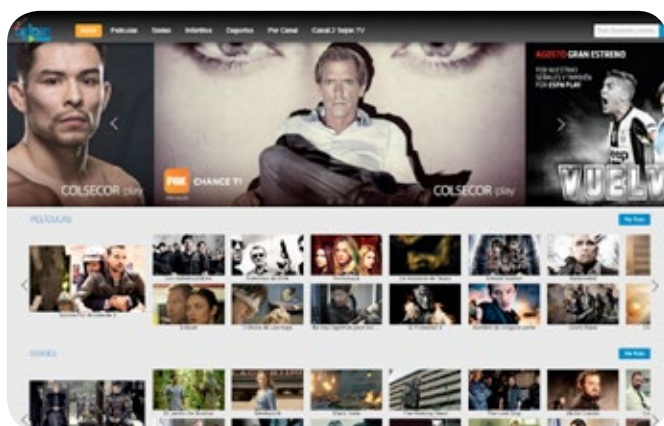
incorporando señales en HD, es continua la inversión en encoders y en la ampliación del enlace para poder traer los contenidos desde el cabezal en Buenos Aires hasta Pinamar'.

'Las próximas inversiones estarán destinadas al desarrollo del servicio de grabación y catch up TV, para aquellas personas que deseen grabar sus contenidos para verlos en el momento que quieran o aquella otra persona que se perdió el inicio de un programa y quiera verlo. Por otro lado, también vamos a estar invirtiendo fuertemente para poder convertir en HLS las señales para poder brindar un servicio multipantalla', remarcó.

El mercado argentino

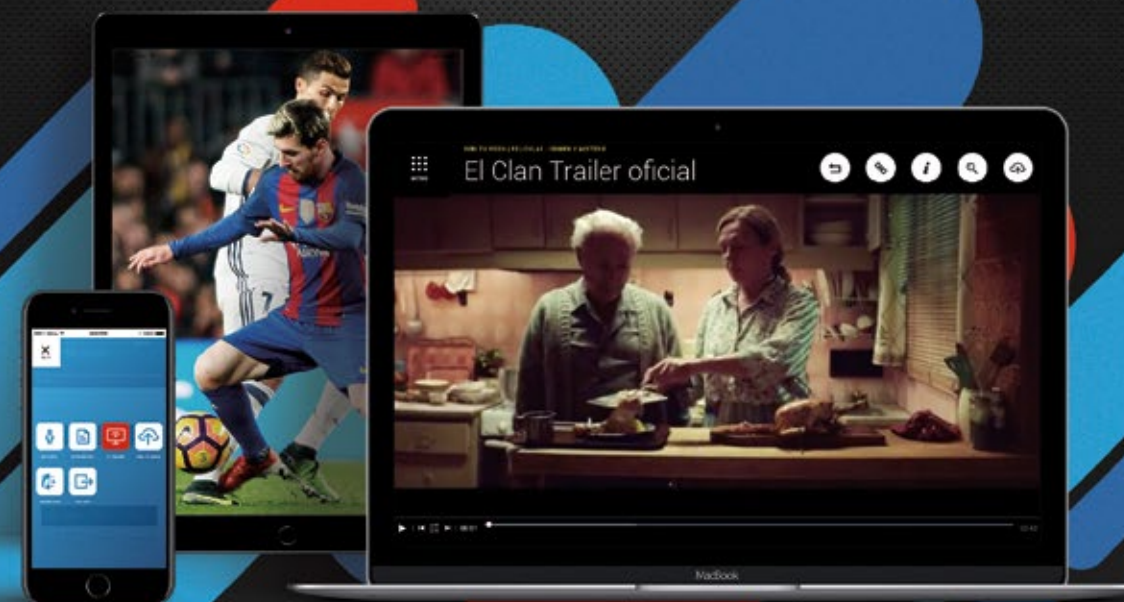
Finalmente, el gerente comercial de Telpin compartió su opinión sobre el mercado de TV paga en Argentina: 'Sigue acomodándose a los gustos de la audiencia. Los hábitos de consumo de los contenidos van cambiando, por ahora por franja etaria, pero hay una fuerte tendencia a ver los contenidos no lineales en todas las edades'.

'Esa transformación de la TV lineal para seguir los gustos de los consumidores va a generar oportunidades para los nuevos ingresantes al mercado. Los dueños de los contenidos son los que en principio tienen la ventaja para atraer la atención de los consumidores. La clave, como viene pasando en los últimos años, pasa por la evolución de las redes, la velocidad de las mismas, y la calidad de servicio y atención post venta', concluyó Laudano.



TelpinPlay

ESPACIOGIGA
MUCHO MÁS QUE TELEVISIÓN ONLINE



Contenido Online.
Cuando quieras, donde quieras.
TELEVISIÓN EN VIVO + SERIES COMPLETAS + PELÍCULAS

- Grabá contenido en la nube
- Mirá las 24 hs. ya emitidas
- Herramientas de autogestión
- Beneficios y sorteos



Accedé sin cargo desde cualquier dispositivo registrándote en espacio.gigared.com.ar



VTR superó el millón de abonados en TV paga e Internet

Buena penetración del servicio VOD

VTR, el operador de triple play del grupo Liberty Global en Chile, cerró el segundo semestre del año con 1.143.400 abonados de Internet y 1.065.100 abonados de televisión en el mismo período. En banda ancha, el crecimiento fue de 26.000 nuevas conexiones donde más del 60% de las ventas nuevas corresponde a planes con velocidades de 120 Mbps o superiores.



el mercado de la mano de la mayor oferta de canales HD con 70 canales y su renovada plataforma VOD'.

Continuando con dicha plataforma, VTR On Demand, el ejecutivo dijo que su mejora ha sido progresiva desde su lanzamiento en 2007. 'Ese año fuimos pioneros en

Latinoamérica en la introducción del VOD. En ese mismo período la plataforma logró tener 2 millones de reproducciones. Luego, en 2016 cerramos el año con 34 millones y para este año proyectamos aproximadamente 65 millones de reproducciones'. Cabe destacar que en esta categoría VTR ha puesto énfasis en la oferta de contenidos gratuitos, que hoy se reflejan en una cartelera de más de 6.000 títulos de un total de 11.000 contenidos.

'Por otra parte, el año pasado decidimos mejorar la interfaz de VOD integrando un formato más amigable, y hace apenas unas semanas lanzamos una nueva funcionalidad con la cual nuestros clientes pueden encontrar contenidos de televisión lineal en VOD



Francisco Guijón, gerente de programación de VTR

luego que estos terminan su emisión en TV. Hasta ahora contamos con seis canales en este formato de los cuales tres señales son de televisión abierta'. Además, la empresa cerró un acuerdo con Netflix, que está en desarrollo, al igual que el proyecto Next Gen TV de televisión multiplataforma.

Por último, el ejecutivo compartió su visión sobre el mercado chileno. 'Nos estamos enfrentando a un escenario sumamente competitivo dinámico en el que los clientes tienen altos niveles de exigencia. En este contexto la industria ha ido adaptándose a las nuevas necesidades de los clientes y a la constante aparición de nuevas plataformas de Video On Demand'.

Marcello Coltro se incorpora a NBCUniversal International

Como SVP, Marketing, PR, Creative & Digital

NBCUniversal International Networks Latin America anunció el nombramiento de Marcello Coltro como SVP, Marketing, PR, Creative & Digital, para quedar a cargo de las cinco señales que opera el grupo en la región -Universal Channel, Studio Universal, Syfy, E! Entertainment y Telemundo Internacional-. Reportará a Klaudia Bermudez-Key, SVP y GM de NBCUniversal International Networks, América Latina, a partir del 18 de septiembre de 2017.

Con más de 20 años de experiencia gerencial en la industria de la televisión y el entretenimiento, Coltro tiene una reputación

estelar como estratega en el mercado latinoamericano e hispano de los Estados Unidos. Recientemente se desempeñó como EVP en Cisneros Media. Antes, ocupó altos cargos en AMC y MGM Networks, trabajando en mercados internacionales.

Bermudez-Key comentó: 'Marcello es un ejecutivo internacional con una trayectoria destacada en la región, que combina un conocimiento profundo de los mercados locales de América Latina con la capacidad de crecer e integrar equipos, disciplinas y recursos para beneficiar a diferentes audiencias y ofrecer los mejores resultados para los clientes'.



Marcello Coltro

Agregó Coltro: 'Estoy encantado de tener la oportunidad de unirse a NBCUniversal International Networks y entusiasmado por la posibilidad de trabajar con el talentoso equipo para aprovechar la impresionante fortaleza de la cartera de cinco redes en toda la región'.

PIERCE BROSNAN

THE
SON

MI FORTUNA ESTÁ
MANCHADA DE SANGRE

DOMINGO 22 DE OCTUBRE **AMC**

"BASADA EN LA NOVELA EL HIJO DE PHILIPP MEYER"

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

f /AMCTVLatam t @amctv_la i @amctv_la



Movistar Chile invirtió USD 3500 millones en cinco años

En redes de alta velocidad para servicios fijos y móviles

Movistar Chile ha logrado mantener un nivel de inversión que le permitió anticipar la revolución digital y enfrentar la creciente demanda de conectividad y el crecimiento del consumo de datos por parte de los usuarios, especialmente en video sobre Internet, que hoy alcanza el 60% del tráfico total, según expresó **Hernán Cameo**, director de marketing.

‘En los últimos cinco años, vivimos un ciclo expansivo donde hicimos una inversión histórica en el país, de más de 3.500 millones de dólares. Este año, hemos mantenido el ritmo anual de inversiones con especial foco en el despliegue de redes de alta velocidad, tanto LTE para el mundo móvil como fibra óptica al hogar (FTTH), para que el país siga avanzando en el desarrollo de su infraestructura de telecomunicaciones’, remarcó.

‘En Movistar estamos cerca de completar el despliegue de 4G sobre la banda de 700 MHz a lo largo del territorio nacional, lo que permitirá entregar mayor acceso a alta velocidad y mejorar la cobertura indoor de esta tecnología. Este despliegue nos permitirá seguir avanzando en 4G+ y potenciar los servicios y contenidos multiplataforma que desarrollamos’.

‘Y en el marco de la transformación digital de nuestra compañía, estamos desplegando una serie de inversiones para rediseñar completamente los sistemas y procesos de acuerdo a los nuevos hábitos de los clientes digitales y potenciando nuestros productos y servicios gracias a la tecnología Big Data. Con todo este trabajo, preparamos el camino para **AURA**, la cuarta plataforma que nos permitirá entablar una nueva forma de relacionamiento con nuestros clientes y la administración de sus propios datos’, agregó Cameo.

Crecimiento en TV

Movistar Chile cerró el primer trimestre del año con 650.000 abonados al servicio de televisión, lo cual representa un aumento del

2% respecto al año anterior. En Internet fija, alcanzó 1 millón de abonados aumentando 2% respecto al mismo período de 2016.

‘ Toda nuestra actual oferta de televisión cuenta con acceso a canales HD, por lo que la totalidad de nuestros nuevos clientes hoy puede disfrutar del mejor contenido en alta definición’.

Por su parte, **Movistar Play** alcanzó los 130.000 clientes en Chile. La plataforma de video multidispositivo cuenta con un amplio catálogo de más de 3.000 títulos y renovación de estrenos permanente, conciertos musicales, series y contenido nacional e infantil. ‘Este servicio incorpora permanentemente funcionalidades personalizadas y cuenta con la mejor oferta de contenidos, con el objetivo de satisfacer la demanda de un mercado competitivo, marcado por un alto consumo de datos y una permanente digitalización del mundo TV y video’, completó Cameo.

Programación

‘ Todos nuestros servicios de televisión traen como base un deco HD, 83 SD, más 13 canales nacionales de las que seis son HD y la señal **Fox Premium** gratis durante tres meses. Además, incorporamos cinco canales online gratuitos, entre los que están **HBO Go**, **Fox Play**, **ESPN Play**, entre otros’, detalló el ejecutivo.

‘Tenemos también nuestro servicio de televisión interactiva IPTV que funciona gracias a conectividad vía fibra óptica, la que entrega acceso a una parrilla de canales y contenidos con una experiencia única y avanzada de entretenimiento todo en uno, con contenidos lineales y On Demand. Y desde abril de este año, todos los nuevos clientes de televisión satelital (DTH) incluyen un deco que también ofrece acceso a contenido lineal y On Demand, experiencia que al 2018 igualará el nivel de interactividad disponible en IPTV’.



Hernán Cameo, director de marketing de Movistar Chile

El mercado chileno

‘El usuario chileno es intensivo en el uso de internet. De acuerdo a nuestros estudios, los chilenos destinan en torno a cinco horas diarias a la conectividad móvil vía smartphones. En ese mundo hiperconectado, lo que vemos en Chile es que existe cada vez una mayor demanda por el consumo de video, que es complementaria a la oferta de TV paga que tenemos hoy’, explicó Hernán Cameo. ‘La gran tendencia es que los clientes quieren tener la flexibilidad de acceder a contenidos en cualquier dispositivo y momento, sin dejar de lado la manera tradicional de hacerlo’.

‘En esa línea, Movistar presentó en febrero de este año **Studio+**, la primera app del mundo con series cortas, con un catálogo de más de 60 producciones originales con capítulos de 10 minutos, ideal para disfrutar en aquellos “micromomentos” del día a día. A esto, agregamos la app **Modo Fútbol**, que nos permite llevar vía smartphones y de forma exclusiva todos los contenidos en video del Campeonato Nacional de Fútbol y en los próximos meses, la transmisión en vivo de los partidos del Mundial Sub 17 y en 2018 del Mundial de Rusia’.

‘Esto ha complementado las variadas transmisiones de streaming multiplataforma que realizamos durante el año, las que van desde la Copa Davis hasta conciertos en Movistar Arena y grandes torneos de fútbol internacional como la Copa Confederaciones 2016, Copa América 2015 y el Campeonato Mundial 2014’, finalizó el director de marketing.

¿CÓMO SABE USTED SI PUEDE CONFIAR EN LAS NOTICIAS?

Porque hemos cubierto las historias desde todos los ángulos.

Porque hemos reportado los hechos bajo cualquier obstáculo.

Siempre hemos preguntando las preguntas más difíciles.

Y nunca hemos tomado flancos en ninguna guerra, revolución o elección.

Y siempre defendemos la verdad.



bbc.com

Claro: 400.000 suscriptores en TV paga

Foco en el crecimiento de Claro Video

Claro, el operador del grupo América Móvil en Chile, alcanzó los 400.000 suscriptores en el segmento de televisión por cable, a julio de 2017, mientras que **Claro Video** continúa su crecimiento y ya está en 300.000 usuarios. 'Hemos puesto foco y esfuerzo en esta plataforma y en los servicios de streaming para los abonados de telefonía móvil y también de banda ancha. Recientemente lanzamos el espacio *Pantalla Nacional*, proyecto dedicado a la incorporación de contenidos locales como películas, series y conciertos', detalló **Alfonso Emperanza**, director mercado residencial y Pyme.

Además, la empresa cuenta con una alta penetración del HD. 'Claro cuenta con una amplia oferta de señales HD Premium, 15 de ellas en HFC y 18 en DTH, principalmente con contenidos asociados a cine', agregó el ejecutivo.

En cuanto a las inversiones en infraestructura, Emperanza dijo: 'Nuestro foco ha sido realizar inversiones que permitan mejorar la calidad de servicio de nuestros clientes. Ese es nuestro primer deber. Por eso, continuamos realizando mejoras en la red para profundizar nuestra promesa en términos de la calidad de servicio que entregamos. En paralelo, hemos trabajado en aumentar la complementariedad de nuestros servicios de televisión de pago con la gran apuesta que ha sido Claro Video para Chile, y estamos evaluando varios proyectos que permitan continuar acercándolo a nuestros clientes'.

Y adelantó para el próximo año: 'Mantendremos la inversión en red, de tal forma que nos permita mantener la calidad de nuestros servicios. Complementariamente, trabajaremos en otros proyectos asociados a la calidad y mejor atención de nuestros clientes. Además, considerando los buenos resultados de

estos últimos años, estamos evaluando fortalecer la presencia en zonas específicas del país'.

Programación

En cuanto a la programación, el director mercado residencial de Claro Chile, señaló: 'Contamos con un portafolio de programas relevantes. Continuamos con acciones de promoción y fidelización de nuestros canales; por ejemplo transmitimos el último capítulo de *Game of Thrones* en un cine local con muy buena recepción y participación de seguidores y fanáticos de la serie que llegaron incluso como

Cosplay. Este tipo de iniciativas se mantendrán y esperamos para el segundo semestre sorprender a nuestros clientes con una serie de primera línea'.

'Además, asociados a nuestros programadores, destacaremos contenidos como *Young Sheldon*, spin off de la reconocida comedia *The Big Bang Theory*; *Marvel's Inhumans*, serie basada en el cómic del mismo nombre y creada por **Stan Lee** y **Jack Kirby**; *The Deuce*,

inspirada en los gemelos **Vicente** y **Frankie Martino**, que se destacaron por su liderazgo en la industria de la pornografía; *The Gifted*, que también está dando de qué hablar en ciencia ficción, y **The Terror**, inspirada en la novela de **Dan Simmons**'.

Remarcó: 'En contenidos, nuestra parrilla de canales ha logrado responder satisfactoriamente a las necesidades de los chilenos. Como comentamos, en el ámbito de los canales HD, nuestra parrilla es muy amplia, con foco en canales de películas; la incorporación de las principales señales de televisión nacional (SD y HD) y señales del grupo América Móvil como **Claro Sports**'.

El mercado chileno

Alfonso Emperanza opinó: 'Consideramos que la televisión paga en Chile es



Alfonso Emperanza, Director Mercado Residencial y Pyme

muy competitiva, pero aún existen espacios para crecer. Factores como la inclusión de películas dobladas (ya no es necesario leer rápido o saber inglés para tener tv pagada) y el efecto OTT o servicios de streaming de contenidos han tenido un fuerte impacto en el interés de personas que antes la veían más lejana'.

'Particularmente, la inclusión de streaming pagado y otros relacionados cuyo consumo es a través de internet ha debido ser apalancado con un mayor desarrollo de la banda ancha. En este aspecto, **Claro** ha ido refrescando su oferta de banda ancha en forma constante adaptándose a esta nueva dinámica'.

'Hoy los contenidos de televisión, con consumo asociados al tiempo libre de las personas continúan teniendo un rol fundamental en el hogar de los chilenos, y por lo tanto cada día más personas se suben a este mundo de la información y entretenimiento, más allá de la plataforma tecnológicas'.

Y concluyó: 'Claro Chile, filial de América Móvil, ha jugado un rol relevante y ha sido pionero en la masificación e inclusión de sectores que tradicionalmente no podían acceder a las nuevas tecnologías. Un ejemplo de ello es que gracias a un importante despliegue de infraestructura en fibra óptica y a la capacidad de llegar con televisión satelital a zonas alejadas, hemos dado acceso a la televisión paga a muchos chilenos'.



EWTN Everywhere!

Disponible para sus servicios multiplataforma.

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



Nuevo Siglo: 'No poder brindar Internet dificulta la competencia con las nuevas plataformas'

Frente a la madurez del mercado de TV paga en Uruguay, donde la penetración del servicio es de casi el 70% y se dificulta el incremento de suscriptores en el básico, empresas como **Nuevo Siglo** están viendo una merma en su crecimiento. 'La diferencia más importante con el resto de Latinoamérica y del mundo es la imposibilidad de brindar servicios de Internet, limitando las posibilidades de crecimiento y desarrollo de la industria. Los operadores estamos impedidos de evolucionar tecnológicamente, lo que complica la competencia con las nuevas plataformas de contenido', expresó **Eduardo Mandiá**, gerente comercial y de programación de la empresa.



La oferta del operador incluye una grilla que supera las 55 señales HD, con una penetración del servicio de casi el 40%. La plataforma VOD, **NS Now**, es el foco de su plan comercial y de marketing, sobre lo que Mandiá señaló: 'Actualmente, contamos con los servicios de **HBO On Demand** Extendido, **Fox Premium** y básico, contenidos de **TNT**, **TNT Series**, **Space**, **Cartoon Network**, además de estrenos de los

principales estudios y una vasta biblioteca de cine y series, incluyendo los contenidos de **Claxson** y **Divas TV** en el género de adultos. El VOD ha alcanzado el 25% de penetración en nuestra cartera y esperamos llegar a fin de año al 35%'.

Agregó que las principales inversiones están apuntadas a la evolución de la plataforma, 'tanto en términos de incorporación de contenidos -contamos con una biblioteca de 8.000 títulos- como en las mejoras del *look and feel* y en nuestro motor de recomendaciones'. A nivel de inversión en el hogar, dijo Mandiá: 'El foco está en la penetración de nuestros STBs híbridos que se instalan ya embebidos con la plataforma'.

Nuevos servicios

'Acabamos de lanzar el nuevo motor de recomendaciones. Nuevo Siglo ha seleccionado la solución **Ncanto** de **XroadMedia**, que ayudará a los clientes a descubrir contenido más relevante en toda la gama de sus servicios de cable y OTT. **Ncanto** ofrece recomendaciones personalizadas a los usuarios basadas en su



Eduardo Mandiá, gerente comercial y de programación de Nuevo Siglo

comportamiento visual, intereses y gustos a través de los servicios de televisión lineal y video bajo demanda. Los usuarios también pueden disfrutar de contenido personalmente relevante en todos los dispositivos, que se les entrega a través de los decodificadores y aplicaciones móviles de Nuevo Siglo'.

Para la parte de programación, añadió: 'Estamos incorporando en estos días la plataforma de **Discovery Kids** en nuestros STBs híbridos, ampliando de esta manera nuestra oferta de contenidos infantiles y por otro lado ya nos estamos preparando para la transmisión en todas nuestras plataformas del Mundial de Fútbol que será, sin dudas, el gran evento del 2018'.

Uruguay: Comienza fiscalización de cuota de contenidos originales en radio y TV

La Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (**Ursec**) de Uruguay iniciará en noviembre a fiscalizar la emisión de porcentajes mínimos de contenidos nacionales en estaciones de radio y canales de TV, tal como manda la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

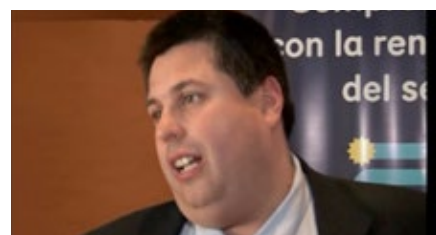
Nicolás Cendoya, director de **Ursec**, explicó que proceso de fiscalización se aplicará de forma gradual, comenzando el 1 de noviembre para el caso de las radios y el 1 de mayo de 2018 para el de la de televisión, y que ya se solicitaron todas las declaraciones juradas de programación a los medios comerciales alcanzados por la Ley.

En el caso de la televisión, el artículo 60

de la ley 19.307 establece que los servicios de TV comerciales y públicos deberán emitir un 60% de producción o coproducción nacional del total de su programación.

Cómo todavía está pendiente la aprobación de una regulación que reglamente la aplicación de la Ley, **Ursec** decidió considerar a las repeticiones de contenidos originales como la emisión de una producción original, cuando el proyecto de ley establece que las repeticiones no computan para considerar porcentajes de contenidos propios.

Lo que no podrá fiscalizar la **Ursec**, por haber sido declarada inconstitucional por la Suprema Corte de Justicia, es lo establecido por



Nicolás Cendoya, director de **Ursec** Uruguay el Numeral 3 del artículo 60 de la ley, determinando que al menos 30% de la programación nacional deberá ser realizada por productores independientes, no pudiendo concentrar un mismo productor independiente más del 40% de ese porcentaje en un mismo servicio de radiodifusión de televisión.

¡Disfruta con nosotros!

Los mejores canales de España para toda la familia.

rtve AUDIOVISUAL FROM **SPAIN**
www.rtve.es/comercial/



Avtel: 'El mercado boliviano ha madurado sorprendentemente'

Distribuidor de TV satelital con Inter Satelital

Atlantic Group-Voipminutes Telecom (Avtel) es uno de los distribuidores de televisión satelital más antiguos de Bolivia, que trabaja con la marca **Inter Satelital** (ex TuVes HD), dando servicio a más de 8000 suscriptores, según confirmó a **Prensario** su presidente, **Luis Arturo Franco Soliz**.

'Avtel tiene 12 años en la actividad empresarial, brindando servicios de telecomunicaciones y desde hace siete años, como distribuidor de Inter/TuVes. En el último año, se ha notado un decrecimiento de nuestras ventas y una migración de nuestros clientes, habida cuenta, que muchos no privilegian la calidad del servicio y de su grilla, optando por el ahorro, especialmente con la oferta



de servicios empaquetados que viene con Internet y/o telefonía'.

En cuanto a las inversiones, comentó Soliz: 'Avtel es una empresa mediana en telecomunicaciones en Bolivia. Su actividad siempre fue legal y legítima; por tanto somos una empresa que tiene la licencia única como operador de telecomunicaciones dentro del territorio nacional, y varias autorizaciones específicas, entre ellas telefonía de larga distancia y distribución de señales satelitales DTH. Desde luego, contamos con un plan de inversiones a corto, mediano y largo plazo'.

El ejecutivo comentó su posible participación en Jornadas Internacionales.

'Estamos en la disposición y con el deseo institucional de participar y encontrar socios estratégicos internacionales para atender nichos de mercado en Bolivia'.

Por último, se refirió al mercado local de TV paga: 'Es un mercado que ha ido madurando sorprendentemente. El usuario se ha convencido de que para tener un buen servicio de televisión debe pagar. El crecimiento económico que experimenta el país, a más del 4% del PIB sostenido por cuatro años consecutivos, ofrece a los inversionistas posibilidades de implementar servicios y tecnología en telecomunicaciones muy amplias y es cada vez más un mercado que consume, teniendo conciencia de que se debe pagar por los buenos servicios'.



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

En la última edición de Bolivia Media Show, que convocó a operadores de TV paga de ese país en Santa Cruz de la Sierra, **Tigo** confirmó que seguirá haciendo crecer su negocio en el segmento fijo en ese país, donde opera bajo la marca **Tigo Star**, aunque descartó el despliegue de FTTH; 'Apostamos al Docsis 3.0', afirmó su gerente general, **Leandro Lagos**.

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

'Con la tecnología Docsis 3.0 estamos dando velocidades que nos dejan tranquilos, de hasta 40 Mbps. Hoy y en el mediano plazo no vemos un incremento de



la demanda que justifique cambiar el rumbo. Tenemos potencial de crecimiento y seguiremos impulsando lo que tenemos', agregó.

Tigo llegó a ese país hace ya varios años como un operador de telefonía celular y, en los últimos tiempos ha incursionado en el segmento fijo para complementar el móvil. 'Hemos desarrollado una gran red fija. Fuimos a buscar el segmento de mercado que creíamos estaba faltando. Hoy operamos en los departamentos de La Paz, Santa Cruz de la Sierra y Cochabamba y planeamos llegar próximamente a más departamentos'.

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



Leandro Lagos, gerente general de Tigo para Bolivia

cuándo y dónde ver el contenido'.

'Estamos conformes con la potencialidad de convergencia. En la parte móvil la sustitución de la voz al dato fue absoluta y lo canalizamos con el lanzamiento hace ya varios años de LTE; en el fijo, nos hemos acomodado a lo que venía. Tenemos una red de 1 Giga para soportar el streaming'. Por último, cerró su participación: 'Llevo cuatro años en Bolivia y más en el mercado regional. Bolivia se está dinamizando; es un mercado maduro'.

CINCOMAS

NOTICIEROS LÍDERES | FICCIÓN | TALK SHOWS | ENTRETENIMIENTO

EL CANAL INTERNACIONAL EN HD DEL GRUPO LIDER EN ESPAÑA

cincomas@mediaset.es

MEDIASET España.



tvchannels@atm-es.com

+34 913 959 116

www.cincomas.com

+34 917 131 700

CELEBRATING 10 YEARS OF INNOVATION

OF PARTNERSHIPS

OF INTEGRATIONS

EKT

ECUADOR

TVCable: Conectividad y redes de acceso

Buen desempeño de la banda ancha

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

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

‘Las mayores inversiones están enfocadas en la conectividad y las redes de acceso nacionales e internacionales. Habiendo terminado la parte internacional, actualmente estamos en proceso de construcción de un anillo nacional redundante de fibra para servir a todas las ciudades en donde operamos’, agregó. ‘Definitivamente, esta inversión nos permitió aumentar de manera considerable nuestras capacidades y por ende servicios de manera autónoma e independiente sin tener que depender de los proveedores tradicionales de este tipo de servicios’.

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

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



Jorge Schwartz, CEO de TVCable



f t i /AZ TV DE PAGA



LOS MÁS GRANDES Y EXITOSOS FORMATOS. INFORMACIÓN, DEPORTES, GASTRONOMÍA, VIAJES, REALITYS Y MUCHO MÁS.

ES MÍO



f t i /AZ MUNDO TV

LAS MEJORES TELENÓVELAS DE DRAMA, COMEDIA, CLÁSICAS Y JUVENILES.



LA VIDA QUE SUEÑAS

f t i /AZ CORAZON TV



UNA PROPUESTA PARA LOS QUE BUSCAN ESTILO DE VIDA, VIAJES, MÚSICA Y GLAMOUR.

CONECTA TU VIDA



f t i /AZ CLIC TV

CONTENIDOS EXCLUSIVOS Y EL MEJOR CATÁLOGO DE PELÍCULAS DEL CINE DE ÉPOCA MEXICANO, EN BLANCO Y NEGRO Y A COLOR.



INOLVIDABLE

f t i /AZ CINEMA TV



Cappsa: 'El 2017 es un año de mucho movimiento'

Sergio Veiga, presidente de Cappsa, destacó que su misión y la de todos los que conforman la comisión directiva de la cámara, es la de representar a las empresas generadoras de contenido de la industria de la TV paga y defender los derechos e intereses profesionales de todas las empresas que se encuentran asociadas. Siempre teniendo como objetivo el de fomentar el normal desarrollo en la producción y programación de señales y contenido del mundo audiovisual en el Cono Sur.

'Desde Cappsa, trabajamos arduamente y en conjunto para velar por el desarrollo de nuestra industria, atendiendo a las reglamentaciones vigentes y a la situación económica y política mediante una amplia coordinación técnica, comercial y jurídica', afirmó.

'El 2017 es un año de mucho movimiento, con nuevos players, fusiones, adquisiciones y un marcado cambio en los hábitos de consumo del público en general. Un año que en gran medida nos está mostrando una

industria vigente, fuerte y en constante evolución. Imposible señalar hitos, porque fue y es una sucesión de cambios que nos obligan a estar siempre en continuo movimiento'.

Sobre los objetivos para este año, Veiga destacó: 'Seguir trabajando intensamente en el reacomodamiento de nuestra economía y de nuestra industria en particular, siguiendo paso a paso los cambios, las reglamentaciones y continuar con nuestro diálogo abierto y constante con las nuevas autoridades y todo el ordenamiento legal que traen aparejados estos nuevos tiempos, siempre acompañando el crecimiento sostenido de nuestra industria, dialogando y presentando las sugerencias e inquietudes que van surgiendo'.

De cara a Jornadas Internacionales, el presidente de Cappsa aseguró: 'Es un evento que siempre nos sorprende con novedades y este año, seguimos sumando nuevos expositores internacionales, ya que desde el año anterior hemos abierto la convocatoria hacia nuevas compañías a la luz de la convergencia de pro-



Sergio Veiga, presidente de Cappsa

gramación y servicios acorde con las nuevas tecnologías y distribución de contenidos'.

'Cappsa tendrá el doble de tiempo en las charlas académicas este año. Habrá presentaciones individuales de empresas asociadas como todos los años y además estamos organizando el panel sobre creatividad en televisión que tiene como objetivo reunir a expertos en la creación y producción de contenidos para analizar en conjunto el proceso de desarrollo desde la idea hasta el producto terminado. Al mismo tiempo hemos invitado a diversos expertos en creatividad y producción de empresas programadoras y a ejecutivos de empresas productoras del medio', resumió.

Gabriel Carballo: 'La TV paga en Paraguay se está desarrollando'

De la mano de los grandes operadores

Gabriel Carballo, director de Red Multicable, compartió su visión sobre el mercado paraguayo de TV paga. 'De a poco se va desarrollando de la mano de los grandes operadores. Tigo avanza con sus cableados y adquisiciones en el interior del país. Claro está ampliando su red Gpon en Asunción, Copaco acaba de inaugurar una Red Gpon en algunos barrios de Asunción lo que potenciará el crecimiento de su sistema IPTV y Personal, a partir de la fusión de Telecom con Cablevisión en Argentina, se espera que también se sume con nuevas redes a partir del año que viene'.

En este contexto, Red Multicable se destaca por ofrecer a los pequeños y medianos sistemas condiciones comerciales que les permitan acceder a un contrato formal por la compra de los contenidos que distribuyen.

'Este año hubo un crecimiento inusual a partir de acciones antipiratería llevadas a cabo por Fox Networks Group en conjunto con el ente regulador nacional, Conatel y la Dinapi. Esto provocó que varios pequeños sistemas que trabajaban marginalmente formalizaran la compra de los contenidos del programador. En la medida que estas acciones se repitan periódicamente y sean imitadas por otros programadores se podrá crecer en distribución formal en este país', agregó.

El ejecutivo confirmó su presencia en Jornadas. 'Si bien no nos dedicamos a proveer equipamiento a nuestros clientes, sí los asesoramos en cuanto a los pasos que deben dar para seguir creciendo. La mayoría de las operaciones del interior de Paraguay siguen siendo 100% analógicas



Gabriel Carballo, director de Red Multicable

y en el corto plazo se verán obligadas a digitalizar al menos parte de sus redes para sobrevivir a la demanda del consumidor'.

Y concluyó: 'En ese sentido, las charlas y workshops que se brindan en Jornadas son muy útiles tanto para descubrir las tendencias de la industria como para conocer las últimas tecnologías disponibles'.

EL MEJOR ENTRETENIMIENTO EN ESPAÑOL



ATRESMEDIA INTERNACIONAL



Fox y Turner lanzaron señales Premium para el fútbol argentino

Con motivo del lanzamiento oficial de la *SuperLiga*, **Fox Networks Group Latin America** y **Turner** presentaron a mediados de agosto las dos nuevas señales que tendrán los derechos de emisión del fútbol argentino: **TNT Sports** y **Fox Sports Premium**.

Según explicaron los ejecutivos de ambas empresas, las señales, disponibles desde el comienzo 25 de agosto, se repartirán los 14 partidos de la fecha con transmisión en full HD. Además, las primeras fechas contarán con una transmisión SD a través del básico (TNT y Fox Sports). 'El objetivo es que la

hacerse del 100% del contenido, los usuarios solo necesitarán adquirir el pack (\$300).

'Es un desafío muy grande y al mismo tiempo muy atractivo para nosotros. Siempre estamos pensando qué va a venir pero al mismo tiempo muy enfocados en el negocio tradicional con el objetivo de seguir siendo una plataforma atractiva. Estamos aplicando la experiencia que tenemos como grupo no sólo en eventos en vivo como los *Oscars* o la *NBA*, sino también asociadas al fútbol en otros países como Brasil, donde tenemos los derechos de la *Champions League*



Whit Richardson, Carlos Martínez y el 'Chino' Leunis, en la presentación

negocio, basándose en una alianza con un objetivo en común' y 'que traerá nuevas oportunidades de negocio tanto a cableoperadores como anunciantes'.

Por su parte **Whit Richardson** destacó el crecimiento del grupo Turner en el país y definió su participación en el fútbol argentino como parte de una estrategia que tiene como principal objetivo 'acercarse al fanático'. 'En Turner ponemos al fanático siempre por delante de lo que hacemos; y el fútbol argentino es una muestra más de ello', enfatizó.

Y completó **Claudio "Chiqui" Tapia**, presidente de la AFA: 'Es la oportunidad que todos tenemos de revalorizar este producto que es el fútbol argentino. Ojalá que a partir de hoy tengamos el fútbol que todos merecemos'.

Finalmente, se presentó el logo de la *SuperLiga*, la canción oficial, a cargo del Zorro Von Quintero, y los nuevos programas que completarán las grillas como *Tarde Redonda*, *Debate Final* y *Fox Gol*, todos de Fox, y diversos programas de análisis en TNT Sports con figuras como Matías Martín, Juan Pablo Varsky y Diego Della Sala, entre varios otros.



Whit Richardson y Felipe de Stefani, ambos de Turner (extremos) con Mariano Elizondo, presidente de la SAF



Carlos Martínez, de Fox junto a Sebastián y Alberto Pierri, ambos de Telecentro, y Sergio Veiga, de Fox

transición sea más amena para el televidente, pero confiamos en que ellos mismos irán moviéndose a las nuevas señales en búsqueda de una mejor calidad pero además tener a una importante oferta de contenido adicional', destacaron a Prensario desde Turner.

De acuerdo con **Juan Carlos Balassanian**, VP de distribución de Turner Broadcasting System, la nueva señal ya había sido vendida al 95% del territorio argentino una semana antes del inicio del torneo. Además explicó que, si bien cada cableoperador debe negociar por separado con Fox y Turner para

y de 10 equipos del torneo local a través de **Esporte Interativo** o en Chile, con los derechos de la selección en eliminatorias', agregó **Balassanian**.

Durante la presentación, que contó con cerca de 1.000 invitados incluyendo talentos, dirigentes y representantes del fútbol argentino y ejecutivos de la industria y con Leandro Leunis como anfitrión, **Carlos Martínez**, presidente de FNG Latin America, señaló el acuerdo como un 'hito histórico en el que dos de los principales grupos de medios han generado un nuevo modelo de



Edgar Spielmann (Fox), junto a Nadine Pavlovsky y Nicolás Albistur, VP y director de marketing y programación de DirecTV



Los talentos de ambos canales, juntos, en la presentación



Carlos Moltini, CEO de Cablevisión, Guillermo Tabanera (ESPN), junto a Anotino Álvarez y Gonzalo Hita, ambos de Cablevisión



sabrina.capurro@sgdgroup.com



5411 - 47745127

Sony Pictures: Estrategia 360° y contenidos locales

Oferta lineal y digital para estar cerca de la audiencia

‘Este año, **Sony Pictures Television Networks** Latin America está más fuerte que nunca’, afirmó **Nathascha Rengifo**, VP y gerente general OLA (Other Latin America). ‘Esta fortaleza deriva de la implementación de una estrategia de negocios basada en tres pilares; seguir ofreciendo a nuestras audiencias en Argentina y otros mercados de la región un portafolio sólido de marcas lineales (**Canal Sony** y **AXN**) y digitales (**Crackle**) capaces de ofrecer contenido atractivo, exclusivo y de la más alta calidad con el que los consumidores puedan sentirse identificados’.

‘En segundo lugar, conscientes de los cambiantes hábitos de consumo en la región, estamos ofreciendo a nuestros afiliados y audiencias experiencias digitales 360° flexibles y bajo demanda que promueven la visualización de nuestros contenidos, tanto en plataformas tradicionales, como en ambientes no lineales. Finalmente, estamos implementando una estrategia de localización de contenidos a fin de acercarnos más a nuestras audiencias, anunciantes y afiliados en diferentes mercados de la región’.

‘En cuanto a contenidos, nuestro objetivo estratégico es generar más producciones locales que tengan relevancia para nuestras audiencias y socios comerciales en la región y cumplan una misión social. Es por eso que es para nosotros un orgullo poder llevar a la pantalla de Canal Sony una producción 100% Sony como *Shark Tank Colombia: Negociando con Tiburones*, misma que, además de ser un formato propio entretenido y atractivo, apoya

el espíritu emprendedor de los colombianos y brinda a los participantes la oportunidad de presentar sus ideas a un grupo élite de empresarios locales y ver despegar sus proyectos’, agregó.

Conexión con la audiencia

Sobre lo que la empresa destacará en Jornadas, comentó: ‘Queremos compartir con nuestros afiliados los pasos que SPT está tomando para responder a los cambios en el comportamiento de las audiencias. Entre estos pasos destaca el desarrollo de una amplia gama de herramientas que conectan a los seguidores de Canal Sony y AXN a través de todas las plataformas existentes’.

‘Por un lado, nuestros servicios autenticados de servicios de TV Everywhere y Catch up VOD le ofrecen a la audiencia de nuestras señales lineales acceso a los últimos cinco episodios de algunos de sus programas favoritos a través de una variedad de dispositivos con conexión a internet entre los que se cuentan televisores y teléfonos inteligentes y tabletas. Por el otro, Crackle permite a la audiencia descubrir temporadas pasadas de sus programas favoritos en una modalidad bajo demanda y sintonizar luego Canal Sony y AXN para disfrutar de las nuevas temporadas en televisión lineal. Con esto, se genera una sinergia entre el espacio lineal y no lineal que beneficia a todos en la industria’.

Novedades en programación

Dijo sobre los próximos estrenos: ‘Además de nuestra programación regular, compuesta por las mejores y más populares series de Hollywood, como las nuevas temporadas de *Anatomía según Grey* y *The Voice*, en Canal Sony estamos cerrando el año con nuevos y atractivos títulos del universo Marvel. Entre estos destacan *Inhuman*, *New Warriors*, *Cloak & Dagger*, *Runaways* y *Daredevil*, así como la nueva temporada de *Marvel Agents of Shields*.



Nathascha Rengifo, VP y gerente general de Sony Pictures TVN, OLA (Other Latin America)

Por su parte, en AXN continuamos fortaleciendo nuestra marca con series como *NCIS*, *Criminal Minds*, *The Blacklist* y *Hawaii 5.0*’.

‘Finalmente, en Crackle estamos ofreciendo nuevas temporadas de *Preacher*, *Snatch: La Serie*, *The Art of More*; y un catálogo curado de las películas más taquilleras en EE.UU. Esto de la mano de las temporadas completas de las series más reconocidas de nuestros canales lineales’, remarcó Rengifo.

Otros proyectos

‘Actualmente, estamos trabajando en un nuevo proyecto de localización de contenidos que ilustra perfectamente el concepto de “One Sony”. Es decir, programas en el que todos los componentes clave forman parte de nuestra empresa: me refiero a la versión colombiana del exitoso programa *Shark Tank*. Titulado *Shark Tank Colombia: Negociando con Tiburones*, el reality constituye la tercera producción latinoamericana del formato de Sony, el cual ha probado ser un éxito de audiencias en Brasil y México, países en donde el programa ya se encuentra en su segunda temporada’.

‘Además, *Shark Tank Colombia: Negociando con Tiburones* está siendo producido por la casa productora de Sony Pictures Television, **Teleset Colombia** y será transmitido con talento colombiano en Canal Sony a principios del 2018. Es un ejemplo único de lo que nuestra empresa es capaz de hacer cuando enfoca todos sus recursos en un proyecto importante’, concluyó.

ACONTECEM

Señales, contenidos VOD, OTT y tecnología

CANAL LATIN AMERICA F1

Pasiones

CINE LATINO

chacra TV

EDGE SPORT



www.acontecem.com

Ventas Afiliadas - Claudio Baglietto - cbaglietto@acontecem.com
+54 11 2152 1032 / +54 9 11 6222 5035



El éxito *Shark Tank México* ahora tendrá su versión colombiana

Sony: Crackle busca sumar a los operadores de cable en OTT y VOD

Con contenido multiplataforma exclusivo, diferencial y a bajo precio



Crackle, el servicio de OTT de Sony Pictures Entertainment, está cumpliendo su primer año de operaciones con buenos resultados y siendo recibido por la industria 'con los brazos abiertos', según afirmó a Prensario José Rivera Font, VP y general manager de la plataforma que ya tiene 40 acuerdos en proceso de lanzamiento y otros finalizándose. La clave está en el modelo de negocios y oferta de Crackle, que es Premium pero amplia y con un precio accesible. Está lanzando 17 ó 18 aplicativos que complementan las plataformas de OTT de los mismos clientes.

Suma en calidad y precio

'Es algo nuevo para todos y hay que estar consciente de las necesidades del ecosistema de TV paga. Nos dimos cuenta de que aún siendo entretenimiento general, con un catálogo grande de series y películas taquilleras, no podíamos competir con el volumen de oferta de nuestros competidores, pero si en calidad', afirmó Rivera.

Y agregó: 'Tenemos acceso a los estudios de Sony Pictures y a otros, y como tenemos amplitud panregional, conseguimos un licenciamiento favorable para el modelo de Crackle. Pero tenemos que ser bien selectivos con una oferta de contenidos originales exclusivos importantes y ofrecer una primera ventana de series en la región y agregarle a eso películas taquilleras de Hollywood como las de Marvel que es un gran diferencial para nosotros'.

'Estamos montando el servicio en aque-

llos usuario que quieren series bajo demanda pero a precios más competitivos. Esto combinado con la capacidad tecnológica de calidad global, permite dar la mejor experiencia a los usuarios de los operadores con nuestros aplicativos, pero incorporándolos a los OTT que tienen ellos, y así traer también audiencias nuevas a la TV paga'.

Contenidos diferenciales

Aclaró el ejecutivo: 'Nuestros canales están en el servicio básico pero nuestros contenidos para OTT no son sólo de TV paga sino también propios y originales exclusivos. Hemos traído lo de Marvel, pero también otros con alguna crítica importante en Hollywood y estamos pendiente de nuevas oportunidades, incluso de tomar contenidos locales de los países para Crackle'.

Son contenidos originales y exclusivos que no los tiene nadie más para OTT. Son series y licenciar en exclusiva que complementan la oferta de TV paga, no la duplican. 'Algunos títulos puntuales pueden estar en algún otro OTT, pero no es el caso de la mayoría', remarcó.

Para operadores de TV paga

'A los operadores les damos la chance de ofrecerlo como quieran, incluso como producto retail para los clientes nuevos. Pero la decisión desde el principio fue trabajar con los operadores que fueran de TV paga, para que su ecosistema sea más fuerte. Ellos lo ven como parte del ecosistema, y eso

ha ayudado a nuestro crecimiento. Nuestra esperanza es ser parte de la evolución del servicio de TV paga. Nuestros clientes dan también internet, no distinguimos si tienen múltiples servicios o no. La única



José Rivera Font, VP y general manager de Crackle

condición es que sean parte de la industria'.

Tres clases de usuarios

Acerca de los objetivos en el corto y mediano plazo, sostuvo: 'Buscamos ahora lanzar los acuerdos pendientes de manera exitosa y cerrar otros nuevos, mientras los clientes están aprendiendo cómo ofrecer a Crackle al usuario'.

'Hay tres audiencias para la franquicia. Está el cliente que ya cree en la TV paga a la manera tradicional; están los que siempre están conectados a Internet que pueden ser o no ya clientes de TV paga y que quieren consumirlo en dispositivos diferentes, y los que tendrían su primer servicio de OTT. Se flexibiliza el costo para todos ellos. En México el precio es de \$ 49, que permite monetizar por debajo del piso de entrada a un servicio de TV paga y aumentar negocio tv paga en la región'.

Sony SPE es la única empresa entre los programadores de servicio básico que ha lanzado un OTT y eso es muy meritorio, pero vio que los operadores necesitaban flexibilidad y esos derechos para enfrentar los nuevos desafíos. Lo bueno es que lo hizo con una perspectiva diferente para que fuera incremental, que no implique contenidos tan costosos y que puedan añadirle contenidos bajo demanda originales y exclusivos.

MÁSCERCA



LIGA VENEZOLANA DE BÉISBOL PROFESIONAL



LLEGA EN VIVO PARA TODOS SUS SUSCRIPTORES 100% HD. UN STAFF INSUPERABLE DE NARRADORES Y COMENTARISTAS, Y MÁS DE 100 JUEGOS EN TRANSMISIÓN EXCLUSIVA.

WWW.IVCNETWORKS.COM

PARA MAYOR INFORMACIÓN ESCRÍBENOS A INFO@IVCNETWORKS.COM

20 años de E!: 'Inmediatez y relevancia para potenciar la marca'

El **Entertainment**, señal de **NBCUniversal** dedicado al mundo de las celebrities y farándula, celebró en Buenos Aires sus 20 años en la región en un evento que contó con la presencia de ejecutivos de la industria y figuras del entretenimiento.

De acuerdo con **Klaudia Bermúdez-Key**, SVP y General Manager de **NBCUniversal** para América Latina, uno de los cambios más importantes que identifica a lo largo de estas dos décadas es la inmediatez de la difusión de las noticias. Para ello, la señal apostó por el crecimiento de su Publisher **Eonline Latino**, que hoy cuenta con más de 6 millones de seguidores y se ha convertido en un referente, efecto de estar regido por **NBCNews Corp.**

A nivel lineal, la incorporación al grupo **NBC** también ha comenzado a dar

frutos: 'Tenemos acceso a todos los recursos que una empresa como **NBC** te puede ofrecer desde acceso a una gama más amplia de artistas a redes de información, pero especialmente nos ha permitido llevar la marca a un nivel más internacional y repotenciado'.

'Empezamos a hacer formatos exitosos comprobados, adaptándolos al mercado latino y siguiendo estrategias similares de otras señales del grupo. Nos adaptamos a las necesidades de cada región dentro de una macro como lo es América Latina, produciendo en Argentina, México, Colombia y Brasil principalmente. Cada país tiene un sabor diferente y es fundamental conocer las similitudes y diferencias a la hora de pensar en una estrategia de programación'.



Néstor Stella (HBO), Klaudia Bermúdez-Key, Sebastián Pierrí (Telecentro), y Gonzalo Sternberg (HBO)

Entre las novedades destacó la segunda temporada de *Cámbiame el Look*, la primera temporada de *Quiero lucir Famosa*, *Kiss Bang Love (Red Arrow)*, que tendrá su versión local producida en México y con Patricia Zavala como host, y el regreso de *Wild On!* en su versión latina.

De cara al futuro completó: 'Queremos seguir trayendo productos relevantes para la región e industria, adaptándonos a las nuevas necesidades de la audiencia y portabilidad de nuestro contenido. Estamos produciendo contenido para las redes sociales con un formato diferente para la lineal, y entrando en la especialización, tanto de la mano de socios como los cableoperadores así como marcas, con las cuales hay muchas variantes aún por explorar'.



Lali Espósito dio un show en el evento



NBCUniversal adquirió los derechos de La Ley del Corazón

NBCUniversal estuvo en **ConvergenciaShow** de México, donde su SVP y gerente general de canales para Latinoamérica, **Claudia Bermúdez-Key**, se refirió a la nueva adquisición en contenido, *La Ley del Corazón*, una serie producida por **RCN** de Colombia, emitida en calidad 4K por **Telemundo Internacional**, desde el 1 de agosto y distribuida en la región por la misma empresa.

'Es una historia muy interesante que cubre diferentes matices que hoy en día están afectando a todo el mundo en general. Son temas familiares, se trata de un bufete de

NBCUniversal

abogados que defiende casos familiares y en muchos de estos casos tiene que ver casos de divorcios, la custodia de hijos, pero también hay casos controversiales con los que estamos lidiando hoy en el mundo y son casos muy interesantes', explicó **Bermúdez-Key**.

Afirmó que esta producción es parte de los esfuerzos de su compañía para atraer grandes proyectos a América Latina. 'Las audiencias son muy exigentes y creo que siempre y cuando nosotros podamos ofrecer calidad, gran actuación, gran libreto y una gran his-

toria. Que obviamente las audiencias se van a seguir conectando a nuestra pantalla. Si es una tarea difícil pero es una tarea divertida. Buscar grandes proyectos en toda Latinoamérica y traerlos a la pantalla de Telemundo'.

'Estamos viviendo un momento muy emocionante, porque hoy en día se está produciendo mejor contenidos que en cualquier punto de la historia para televisión. No importa la pantalla, no importa la forma como se reciba, porque hay contenido que la gente sí puede ver en sus casas y es una gran oportunidad para todos los canales, sea de televisión abierta o de TV paga como es el caso nuestro en **NBC**'.

LAS MEJORES OPCIONES EN PROGRAMACIÓN DE ANIMALES Y NATURALEZA



¡Todo sobre animales, todo el tiempo!

El primer y único canal interactivo enteramente dedicado a los niños y al mundo animal.

Con programación original entretenida y educativa como *Caja de Risas*, *Hora del Cuento* y *La Mágica Casa de Juegos de Fluffy*. La Aplicación de *ZooMoo* se descarga gratis del **Apple Store** y **Google Play**.



www.america.zoomoo.tv



ver la naturaleza bajo una nueva luz

El productor más grande del mundo de contenido de la naturaleza en 4K, con nuevo material todas las semanas.

Disponible como librería VOD y streaming app. Grandes títulos como *Los Secretos del Ártico*, *La Vida Salvaje de Australia* y *Los Horizontes Africanos*. Hogar exclusivo de **Blue Ant Media**.



www.lovenature.com

Para más información contactar a: **Fernando Gualda** | VP, Head of Distribution and Ad Sales Latin America
Office: +56 2 2616 7413 | Mobile: +56 9 7889 2353 | +1 786 656 1642 | fgualda@zoomoo.tv

Artear, la expresión de la convergencia



Eduardo Fernández, gerente de producción de Artear con el Centro de Contenidos Multiplataforma de fondo

Artear (Argentina), conglomerado de medios del **Grupo Clarín**, inauguró en mayo el *Centro de Contenidos Multiplataforma*, uno de los más avanzados de Latinoamérica que integra sus canales abiertos **eltrece** (CABA) y **eldoce** (Córdoba), las ocho señales de TV paga, la plataforma de cocina en redes sociales, **Cucinare**, y los sitios web y redes sociales.

Todas las plataformas integradas en un espacio de 2.600 metros cuadrados, ubicado en el sexto piso de los estudios de Constitución, Ciudad Autónoma de Buenos



Las Estrellas es la ficción nacional de más audiencia y su lanzamiento promocional fue 100% digital



Showmatch con Bailando por un Sueño es el programa más visto del prime time en Argentina

Aires. Trabajan en él 300 personas que comparten los contenidos generados en una nube, que luego pueden ser utilizados en cualquier plataforma de distribución. Una verdadera expresión convergente.

Es una redacción concebida bajo el concepto de "redacción escénica", pensada para salir en vivo en cualquier plataforma, desde cualquier sector.

Tiene 11 oficinas, 20 islas de edición y 4 mini estudios con 14 cámaras robóticas. Hay dos pantallas gigantes, una de ellas de 12x4mts. que emiten canales internacionales.

Las mesas de trabajo de **eltrece**, **eldoce**, los canales de TV de paga **CiudadMagazine** (entretenimiento), **TN** (noticias), **Volver** (cine y TV nacional), **FashionTV** (moda), **Quiero Música**, **Metro** (generalista), **Canal á** (cultura) y **América Sports** (deportes), ambos adquiridos recientemente a **AMC Networks**, y la plataforma de cocina en redes sociales, **Cucinare**.

Eduardo Fernández, gerente de producción, explicó a **PRENSARIO**: 'Las redes sociales y plataformas digitales están en su máxima expresión. Tenemos un gran portfolio y músculo más entrenado para la generación de contenidos multiplataforma. La integración aquí es a todo nivel, infraestructura e ingeniería, pero también periodística'.

El contenido de video digital es un elemento clave en **Artear**, como también los son los contenidos 360 o VR. 'Tenemos unos 50 contenidos en esa tecnología, con un equipo específico de desarrollo', comentó.

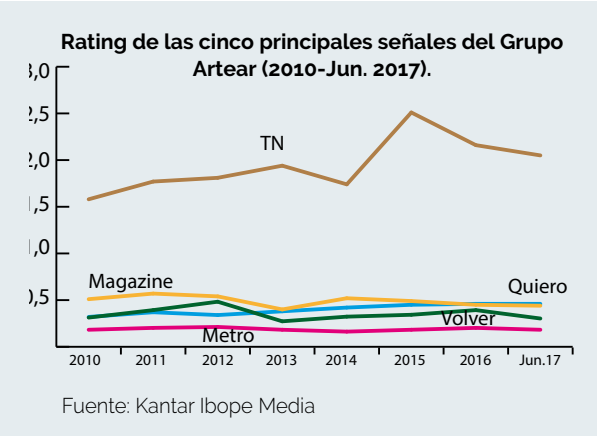
En cuanto a **eltrece**, los dos programas líderes del prime time, la telenovela **Las Estrellas** (16 puntos de rating

de promedio) y **Showmatch** (18 puntos de rating de promedio), son buenos ejemplos de la integración de las plataformas. En el primer caso, su campaña de lanzamiento fue 100% digital. 'Tanto las redes propias, como **Twitter**, **Facebook** y **YouTube** fueron centrales para el éxito de la ficción en TV', dijo Fernández.

Y continuó: 'Estamos teniendo un buen año a nivel de audiencia, a pesar de que el encendido de la TV abierta sigue cayendo.

Las plataformas digitales están impactando más en la TV paga, sin embargo. Una buena respuesta de nuestra parte ha sido **CiudadMagazine**, que combina el portal de noticias de entretenimiento **Ciudad.com** con el canal de TV paga de más audiencia de ese segmento'.

Fernández resalta que sigue analizando ficción extranjera, abriendo nuevos horizontes. 'Turquía muestra un enorme caudal de, pero vimos buenas series de Rusia y Filipinas. Las románticas son las que más funcionan, y son las que más buscamos en los mercados', finaliza.



www.thematv.com

THEMA
A CANAL+ GROUP COMPANY



HBO: *El Jardín De Bronce* es la producción original más exitosa del año

Se emite actualmente en 50 países

HBO Latin America anunció que la serie original producida en la región, *El Jardín de Bronce*, cuyo episodio final se emitió el domingo 13 de agosto, se convirtió en la producción de mayor audiencia en cada episodio estreno.

El Jardín de Bronce es una serie basada en la no-

vela homónima escrita por Gustavo Malajovich, y reúne en una misma producción a lo mejor del talento argentino. El elenco está integrado por Joaquín Furriel, Luis Luque, Julieta Zylberberg, Gerardo Romano, Romina Paula, Mario Pasik, Claudio da Passano, y Alan Sabbagh,



El Jardín de Bronce

entre otros. Además, cuenta con la actuación especial de Norma Aleandro y Daniel Fanego.

Esta producción fue realizada en Argentina y puede verse hasta el momento en más de 50 países, entre los que se encuentran España, Estados Unidos, Dinamarca, Suecia, Noruega, Finlandia, y toda América Latina. Próximamente también estará disponible en países de Europa central, incluyendo: República Checa, Eslovaquia, Polonia, Hungría, Rumania y Bulgaria.

La dirección de *El Jardín de Bronce* estuvo a cargo de Hernán Goldfrid y Pablo Fendrik, el guión fue desarrollado por el mismo Malajovich junto a Marcos Osorio Vidal, y la dirección de arte estuvo en manos de Marcelo Salvioli. La serie cuenta con la producción ejecutiva de Luis F. Peraza, Roberto Ríos, Paul Drago y Néstor Hernández por parte de HBO Latin America Originals, junto a Adrián Suar y Diego Andrasnik por parte de Pol-Ka.

Producciones originales

Desde 2004, HBO Latin America produce contenido original en la región, incluyendo series aclamadas por el público como *El Hipnotizador*, *Magnífica 70*, *Psi*, *El Negocio*, *Sr. Ávila*, *Dios Inc.*, *Prófugos*, *Alice*, *Capadocia*, *Hijos del Carnaval*, *Mandrake* y *Epitafios*. Exhibidas simultáneamente en toda Latinoamérica, las producciones son reconocidas por incentivar la creatividad, desafiar los estándares de producción en la América Latina y lanzar nuevos talentos al mercado.



Christian Dior, La France

LA MEJOR PROGRAMACIÓN EN FRANCÉS
CON SUBTÍTULOS EN ESPAÑOL

TV5MONDE

EL CANAL EN FRANCÉS PARA TI

@TV5MONDELATINA

La solución OTT más rápida y Económica

Calavisión 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 VOCES DEL MUNDO

En español y otros 13 idiomas



© PHOTOGRAPHIE : GUILLERMO LEGARRA / AFP

PROGRAMAS DE AUDIO 24/7:

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

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

americas@rfi.fr

LA CADENA FRANCESA DE ACTUALIDAD INTERNACIONAL

EN ESPAÑOL A PARTIR DEL 26 DE SEPTIEMBRE



© PHOTOGRAPHIE : PIERRE RENÉ WORMS

LIBERTÉ · ÉGALITÉ · ACTUALITÉ



Disponible ya en francés e inglés, y pronto en español.
Satélite Intelsat 21

amerialatina@france24.com

AMC Networks: Distribución creció 17% en Sudamérica

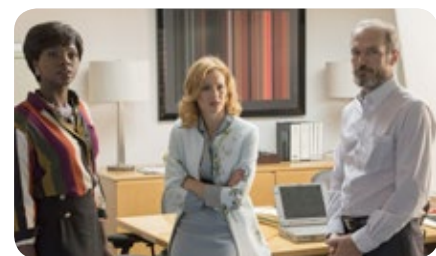
Junto a cifras positivas en todos los segmentos de negocio

Apocos meses de haber asumido como VP de distribución y ventas a afiliadas de **AMC Networks International Latin America**, **Alejandro Kember** afirmó que este primer tiempo ha sido de 'continuidad en un entorno sumamente positivo' para la empresa y remarcó el gran año que está teniendo.

'A tres años de nuestra llegada a la región, seguimos creciendo en todas las áreas clave de nuestro negocio: audiencias, distribución y ventas publicitarias. En el primer semestre del año, los ratings interanuales de nuestra cartera de canales entre hogares con TV paga aumentaron 16% a nivel panregional, muy por encima del 2% de crecimiento del mercado de TV paga', dijo y agregó que la distribución creció 17%, junto a los ingresos por publicidad que se incrementaron en 20%. 'Asumo mi nuevo rol con la misión de incrementar nuestro crecimiento en el área de distribución y consolidar a nuestra empresa como una de las empresas de más rápido desarrollo en la región en los últimos años'.

'La distribución de nuestros canales sigue creciendo, no sólo en Sudamérica en donde aumentamos la presencia en más de 17% este año, sino en todos los mercados de la región. Los operadores buscan siempre cubrir necesidades insatisfechas de mercado y la cartera de señales de AMCNI Latin America claramente fortalece la capacidad competitiva de nuestros afiliados al brindar a sus suscriptores una oferta de canales innovadora, variada y bien diferenciada', señaló.

Como siempre, el grupo estará en Jornadas Internacionales, evento que Kember definió



Halt and Catch Fire 4

como 'un foro importante que nos permite interactuar con nuestros principales socios comerciales en Sudamérica y evaluar junto con ellos, en un ambiente informal, sus principales necesidades y expectativas en lo que toca a nuestro portafolio de señales. Este año, además de compartir con nuestros afiliados los resultados que hemos tenido en el 2016, y adelantarles algunas iniciativas que tenemos preparadas para el 2017, tenemos proyectado organizar un evento de El Gourmet'.



Estrenos en programación

'Además de los episodios finales de la tercera temporada de *Fear the Walking Dead*, cerramos el año en AMC con la temporada final de *Halt and Catch Fire*, así como el estreno de la serie *The Son*, con Pierce Brosnan. Finalmente, en noviembre, ofreceremos a nuestra audiencia una nueva entrega de *Comic Book Men*, una serie que satisface al fanboy que todos llevamos dentro, así como el estreno de *Visionaries*, una nueva serie documental que explora la cultura Fandom de la mano de los aclamados cineastas James Cameron y Eli Roth'. 'Por su parte, en *El Gourmet*, el canal de cocina con más producciones locales 100% en español en América Latina, acabamos de iniciar la producción de *Cómete Colombia* y *La Cocina de Sonia Ortiz*, generados en Colombia y México respectivamente. Nos enorgullece poder mostrar los paisajes, productos y recetas de estos y otros países de nuestra región', agregó.

'Igualmente, la propuesta de *Más Chic* seguirá subrayando la moda, la belleza y la decoración regional de América Latina con especiales como *Colombia Fashion Week* y el *Buenos Aires Fashion Week*. También estaremos presentando una nueva edición de *Decoración Creativa* producida en Argentina, mientras que el habilidoso Nez Martínez pronto regresará con una nueva temporada de *Renueva tu Imagen*'.

'Finalmente, *SundanceTV* cerrará el año con *Fresh from Sundance* / 48 horas de Sundance,



Alejandro Kember, VP de distribución y ventas a afiliadas de AMC Networks International - Latin America

que incluye una selección de los mejores films presentados en la edición 2017 del icónico festival, mientras que *Europa Europa* emitirá nuevos episodios de sus dos nuevas series: *Atrapados* y *El Chiriquito de Pepe*', completó Kember.

Innovación

'Las plataformas digitales son una fuente importante de nuevos programas y talentos. Es por eso que, tanto *El Gourmet* como *Más Chic* se encuentran constantemente a la búsqueda de estos contenidos y personalidades a fin de integrarlos a nuestras pantallas. Por ejemplo, en 2015 sumamos a la programación de *El Gourmet* a Sonia Ortiz, la autora del blog de recetas en español número uno en YouTube, quien cuenta con más de un millón de seguidores. Hoy en día, la bloguera mexicana es una de las figuras más populares del canal por lo que regresará a nuestra pantalla hacia fines de año', remarcó el ejecutivo.

Además, compartió su visión: 'El mercado de la TV Paga latinoamericano se está transformando muy rápidamente, pero continúa teniendo un potencial enorme de crecimiento. De acuerdo a cifras de *Lamac*, la TV paga cuenta con una penetración de poco más de 60%, por lo que el potencial del sector sigue siendo significativo'.

'Aunque el mercado ya supera los 70 millones de abonados, según el último reporte de Digital TV Research, los suscriptores de TV paga llegarán a 84 millones, con un incremento de 25% en los próximos cuatro años.

RT CADENA GLOBAL DE NOTICIAS



SEPA MÁS

STAND #23
JORNADAS INTERNACIONALES ATVC 2017

ACTUALIDAD.RT.COM

Distribución:
Maya Erkova
mberkova@rttv.ru

Cooperación y Contenido:
Karina Melikyan
kgmelikyan@rttv.ru

RT EN ESPAÑOL
SU ALTERNATIVA
EN EL MUNDO
DE LA INFORMACIÓN

- 16 NOTICIEROS EN "PRIME TIME" EN AMÉRICA LATINA, EE.UU. Y ESPAÑA
- 24 HORAS AL DÍA Y 7 DÍAS A LA SEMANA
- CONTENIDO ORIGINAL EN ESPAÑOL
- SEÑAL LIBRE Y GRATUITA

Por Paola Alexandra Zapata L., corresponsal en Colombia

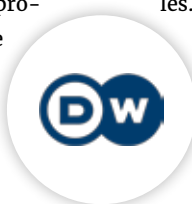
DW: Peter Limbourg anunció la pronta apertura de oficinas en Colombia

Durante una visita al país en el marco de una gira por Latinoamérica

Peter Limbourg, director general de Deutsche Welle, estuvo en Colombia en una corta gira que incluye varios países de Latinoamérica con el fin de dar a conocer noticias importantes del broadcaster alemán.

'La compañía no tiene solo su propio canal sino que también tiene muchos socios en Colombia y en Latinoamérica, y creo que es bueno visitarlos regularmente para así escuchar de ellos lo que se quiere de Deutsche Welle. Porque si bien son emisores de contenido también son nuestros socios. Estuvimos visitando a los socios y conversando sobre qué clase de programas serían buenos para ellos y también lo que podríamos hacer mejor', señaló el Limbourg.

Colombia es parte de su gira, agregó, porque considera que es uno de los países más importantes en América del Sur, que 'además de ser interesante' tenía programada una reunión con el Presidente de Colombia Juan Manuel Santos, con quien habló de lo que sucede con el proceso de paz y otros temas más de gran relevancia. Adicional a esto, la DW está planeando abrir una oficina en



Bogotá a comienzos del próximo año. Limbourg señaló: 'El cambio principal que tenemos es que nos estamos enfocando más en nuestros usuarios y televidentes y en los intereses de nuestros socios regionales. Esto nos brinda variedad así como audiencia, ya que estamos teniendo importantes ratings, donde hemos alcanzando el 14% de colombianos que usan Deutsche Welle semanalmente, esta es una cifra bastante alta y estamos felices de que este cambio realmente valió la pena'.

Deutsche Welle en la actualidad cuenta con diversas maneras de acercarse a las audiencias, una es la TV paga o paquetes internacionales; otra, es la que proveen a sus socios con programas, shows, revistas, deportes, salud, temas de su interés, y adicionalmente están los socios que consumen muchos programas, por ejemplo Señal Colombia, el canal institucional presenta once programas de la DW.

Para finalizar, el director general de Deutsche Welle añadió: 'Creemos que al hablar con nuestros socios es importante no solo



Peter Limbourg, director general de DW

proveerles programas, sino también videos o reportajes especiales sean de Alemania, Colombia, México, Brasil. Por ejemplo, las elecciones en Alemania se acercan y vemos que es de gran interés para nuestros socios, nos gustaría que puedan usar nuestro material más seguido para que muchos de ellos puedan escoger entre una oferta diaria de DW'.

'Tendremos enlace semanal con NTN 24, donde la idea principal es la cooperación. La coproducción es algo en lo que estamos muy interesados, hablar con nuestros socios de América del Sur y así tener información de lo que quieren de nosotros y darles ideas que tenemos y así cooperar, es algo con lo que Deutsche Welle se identifica'.

Discovery Networks designa nuevo gerente de cuentas de afiliados para Cono Sur

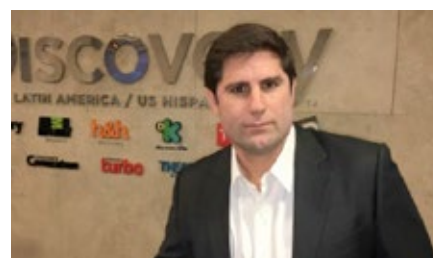
Discovery Networks Latin America/US Hispanic, una división de Discovery Communications, anunció el nombramiento de Juan Ignacio Toth como gerente de cuentas de afiliados para el Cono Sur. El ejecutivo estará basado en las oficinas de Buenos Aires y será responsable de la venta de las señales del portafolio de Discovery en la región.

'El ingreso de Juan a Discovery sin dudas fortalece nuestra estructura en la región y su sólida experiencia en el mercado contribuirá a la fidelización de nuestros socios de distribu-



ción, así como también la creación de nuevas oportunidades', afirmó Sergio Canavese, director regional de afiliados de Discovery Networks Latin America/USH.

Toth reportará directamente a Canavese y estará encargado de la relación con los clientes ya establecidos y el desarrollo de nuevos acuerdos que permitan incrementar la distribución de los canales del portafolio. Además, el ejecutivo será responsable de fortalecer el plan de acción de lucha contra la piratería que viene desarrollando la compañía. Licenciado en Administración de Empre-



Juan Ignacio Toth

sas, previo a su ingreso a Discovery, Toth se desempeñó como ejecutivo de nuevos negocios y ventas de afiliados de TyC Sports, y anteriormente como responsable de ventas de señales satelitales en Telefe.

Una señal, para todo el mundo.



Conectividad
Información > Entretención > Cultura

Contacto :
 alexis.piwonka@tvn.cl
 +(562) 2707-7240

Síguenos en :
 f /TVChileTVN t @TVChileTVN

Claxson: HotGo gana posicionamiento en el segmento OTT Premium

Con funciones valiosas como el pin de control parental



Omar Figliolia, director comercial de HotGo Media

Acorde a las tendencias y hábitos de consumo de contenidos, **Claxson** ha llevado a cabo un replanteo de su plataforma **HotGo** buscando acercarse más al usuario. 'El cambio de perfil de las audiencias, su capacidad de conectarse e interactuar en comunidad, el mayor acceso a Internet de banda ancha y el desarrollo de potentes smartphones hacen que la estructura actual de la televisión convencional viva en una dinámica de cambio constante', dijo **Omar Figliolia**, director comercial de **HotGo Media**.

Agregó: 'En este contexto, nosotros contamos con un producto como HotGo, con un gran potencial dentro de las OTT del segmento Premium ya que es el producto ideal para consumo de este tipo de contenidos. Ofrece más de 1.000 contenidos Full HD de las marcas más reconocidas: **Playboy TV**, **Venus**, **Penthouse**, **Sextreme**, **Brazzers**, de forma privada y segura'.

'Las nuevas plataformas son una alternativa más de consumo dentro de la TV paga, por lo que tienen que ser lo suficientemente amigables para que el cliente se sienta cómodo en su uso. Creemos que HotGo tiene un gran potencial dentro de las OTT del segmento Premium ya que es el producto ideal para consumo de este tipo de contenido. La portabilidad y el acceso privado son dos

variables que favorecen mucho el consumo de entretenimiento adulto. HotGo brinda mucha seguridad a partir del PIN de Control Parental y sabemos que el usuario lo valora', completó Figliolia.

Hot Pack

Sobre el desempeño del Hot Pack este año, expresó: 'Acabamos de cerrar un acuerdo con **Telefónica Argentina** para la distribución de todas nuestras señales, además de que comenzarán a ofrecer también HotGo a sus clientes de Internet con una suscripción mensual. Y estamos cerrando acuerdos para lanzar nuestra oferta con todos los nuevos jugadores del mercado argentino'.

'En México y de la mano de Dish, estamos teniendo muy buenos resultados con el lanzamiento de su plataforma OTT. Nos está sirviendo de experiencia para obtener información de lo que le gusta a nuestra audiencia y de que están hoy buscando nuestros suscriptores para así poder trabajar en aumentar la fidelidad brindándoles cada vez más y mejores contenidos y opciones de consumo. También estamos integrándonos en Axtel Play que muy pronto también tendrá su sistema para ofrecer HOTGO de forma directa al consumidor'.

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

Finalmente, se refirió a las novedades en programación. 'Acabamos de terminar una nueva producción original para PlayboyTV, *Autocine Playboy*, con la reconocida playmate panameña, **Kate Rodríguez** como protagonista. Kate será presentadora, espectadora y guía de los mejores materiales de PlayboyTV

en un programa de ocho capítulos que se estará estrenando a fines de septiembre. También, grabamos con **Mafer Pérez**, la nueva Miss PlayboyTV Ecuador, contenidos para PlayboyTV que van a estar disponibles muy pronto, primero de forma exclusiva en HotGo y luego en el canal lineal. Esto sigue la estrategia que tenemos hace varios años, de hacer foco en el contenido Latino que es lo que hoy buscan nuestros suscriptores'.

5-Como vislumbras el 2018 de acuerdo a lo que ha ocurrido y está ocurriendo en el complejo negocio de la Tv de pago?

Seguimos creciendo y expandiendo nuestros negocios en Iberoamérica apostando a nuestra plataforma de contenidos HotGo y cerrando acuerdos con todos los operadores de televisión paga en la región para la distribución de nuestra oferta para clientes de banda ancha.

Hot Media tiene la misión de estar a la vanguardia en cuanto a la oferta de contenidos y sus formas de distribución. Estamos permanentemente invirtiendo en tecnología y contenidos para dar la mejor experiencia a nuestras audiencias. Sumamos producciones latinas, nuevos cortos en cada marca, nuevas sexstars. Además todos los contenidos tienen habilitados cue points, marcando momentos dentro de las escenas donde comiencen distintas acciones, para quien está mirando la secuencia pueda ir directamente al momento que le interesa. Los contenidos cuentan con subtítulos disponibles en las marcas Venus, Playboy y Sextreme. Y todos los contenidos tienen la posibilidad de ser enviados al Smart TV a través de Chromecast, para disfrutar de los contenidos directamente en la TV.



Lo mejor de Bollywood en español y en HD
Una experiencia única para tus suscriptores

Visítanos en Jornadas Internacionales | Stand 35 | ventasafiliados@zeemundo.tv



www.zeemundo.com

Food Networks estrena *Locos X el Asado* en Jornadas

Crece con el canal lineal y todo el producto para VOD

Food Network tuvo uno de los espacios más vistosos en ConvergenciaShow de México, donde Mauro Páez Pumar, director regional de Scripps Networks, dijo que la señal sigue creciendo en la región y apuesta a la producción local para sumar repercusión.

'Ya estrenamos *Destino con Sabor* y *Los Ángeles de la Cocina* tuvo ratings buenos; estamos seguros de que *Locos X el Asado* será un éxito en todos los países. Ha sido importante tomar conceptos buenos, cosas que sumen a la programación del canal', dijo Páez Pumar.

Locos X el Asado se estrenará en Argentina en los días de Jornadas Internacionales, donde aprovechará para celebrar el primer año en la grilla de Cablevisión y su ingreso en el OTT Flow.

Sobre Convergencia.mx, dijo Mauro que

muchos de sus programas internacionales son producidos en México, con el tequila y los rituales gastronómicos del país, además de comedias bizarras, como se ve en *Otra copa con Jack Maxwell*. Siempre se evalúa cómo sumar producciones originales.

El ejecutivo señaló que México sigue representando el mayor reto en distribución; por ahora está en Totalplay del grupo Salinas y en otros pequeños pero está en conversaciones con más operadores para avanzar.

Una de las ventajas de la señal es que cuenta con todos los derechos de sus contenidos para VOD y TV Everywhere, algo valorado por los mayores operadores y uno de los temas más discutidos y debatidos en el marco de la última edición de Tepal. Con Food Network los operadores tienen la cer-



Mauro Páez Pumar y Nora Abregó en Convergencia Show

teza de que negocian el canal lineal y la suite digital para TV Everywhere. De los socios de Tepal sólo le falta TVCable de Ecuador pero espera cerrar otro acuerdo pronto.

Sobre el tema de OTT directo al consumidor, dijo que su estrategia es para fidelización de los consumidores e ir a un solo sitio para conseguir todo. 'Queremos apoyar a los operadores y tenemos el contenido para hacerlo', concluyó.

NHK World TV recorre los lugares más atractivos de Japón

La programación de septiembre

En el marco de Jornadas Internacionales, NHK World TV dio a conocer las novedades de programación para septiembre, destacando *A Tale of Love and Honor*, que podrá verse el sábado 23 de septiembre.

Aquí, la casa de té de 200 años de antigüedad Tomiyo abre sus puertas a las cámaras de la cadena japonesa, para ofrecer una vislumbre de la vida de las geishas o geiko como se le

conocen en Kioto. La propietaria de 77 años se llama Kimi y es la octava generación en Tomiyo. Ella enfrenta la difícil decisión de cuándo pasar sus responsabilidades a su hija de 45 años, quien también tiene intereses externos.

Cycle Around Japan presenta una travesía de verano al sur de Hokkaido, que podrá verse el sábado 30 de septiembre. Un recorrido en bicicleta a través del grandioso escenario

del norte de Japón. La ciudad de Hakodate ofrece una mezcla de influencias culturales del este y el oeste.

Además este mes, NHK emitió *Orda Cave*, sobre la misteriosa cueva creada hace 300 millones de años, que se encuentra al pie de los Montes Urales en Rusia, y que para muchos representa una de las vistas más bellas del mundo. Por primera vez, fue captada con cámaras 4K que entraron en el mundo subterráneo. Y se pudo ver este mes también Zhangjiajie's Miracle Stone Forest, una mirada aérea al legado chino que se mostró al mundo por primera vez en la película *Avatar*. NHK tuvo acceso a un área restringida al público para documentar su belleza, a través de drones con cámaras 4K.



A Tale of Love and Honor



Zhangjiajie's Miracle Stone Forest

Rai Italia
WWW.RAITALIA.IT

PROGRAMAS ÚNICOS | GRANDES PRODUCCIONES
LA LIGA ITALIANA DE FÚTBOL



DISFRUTE DE UNA DE LAS MEJORES LIGAS DEL MUNDO.

CONDISTA
INTERNATIONAL
WWW.CONDISTA.COM

CONTACTOS:

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

France 24 lanza su canal en español

Desde el 26 de septiembre, para Latinoamérica

France 24, la cadena francesa de actualidad internacional, anunció el lanzamiento de su versión en español para Latinoamérica, que estará al aire desde el 26 de septiembre.

France 24, en español dispone de modernas instalaciones y de una redacción, ubicadas en Bogotá, Colombia, y está compuesta por un equipo conformado por una treintena de jóvenes periodistas de toda la región, bajo la dirección de **Álvaro Sierra**. Cuenta además con una amplia red de corresponsales, repartidos por todo el continente y en el resto del mundo; además trabaja en estrecha colaboración con un equipo con sede en París, encargado de los contenidos de Francia y Europa.

El nuevo canal se beneficiará de la experiencia de la redacción de **RFI en español**, radio que al igual que France 24, pertenece al grupo **France Médias Monde**. Ambas cadenas realizarán emisiones coproducidas que se di-

fundirán por televisión y radio. Los reportajes y magazines realizados por la nueva redacción hispanohablante, serán adaptados en París en francés, inglés y árabe.

El nuevo canal tendrá seis horas de programación diaria, mediante dos franjas horarias, de mañana y tarde. Las franjas restantes se completarán con los programas en francés o inglés. El contenido editorial en español ofrecerá una mirada francesa de la actualidad internacional, reservando un importante lugar a los temas relacionados con Latinoamérica. Esta cercanía con el continente y mayor apertura hacia el mundo, se enmarcarán en una gran reactividad, gracias a los boletines informativos transmitidos al comienzo de cada hora y cada media hora. France 24 en español también tendrá su lugar en el universo digital (sitio en Internet, aplicación móvil, redes sociales, etc.) para una mayor accesibilidad y para favorecer la interacción con su audiencia.



Todo el equipo de France 24 en español

Marie-Christine Saragosse, presidenta y directora general del grupo France Médias Monde, y **Marc Saikali**, director de France 24, estarán presentes en los eventos oficiales de lanzamiento de la nueva cadena, que se llevarán a cabo en la última semana de septiembre en Bogotá y seguidamente en Buenos Aires, Argentina. Posteriormente, se realizarán una serie de eventos en otros países de la región, para acompañar los primeros pasos de France 24 en español, uno de ellos, en México, previsto para finales de noviembre.

Viacom: Telefe y Nickelodeon producen *Kally's MashUp*

Buen desempeño en telenovelas

Nickelodeon Latinoamérica y Telefe junto al productor musical de *Glee*, **Adam Anders** y **360 Powwow** anunciaron el inicio de las grabaciones de su primera coproducción, la serie musical *Kally's MashUp* (60x60').

Creada por Anders y **Antony Falcón** e inspirada en la vida real y trayectoria musical del primero, *Kally's MashUp* sigue las aventuras de Kally, una prodigio musical de 13 años quien intenta balancear su vida como una virtuosa pianista y una chica muy normal, después de mudarse de un pueblo pequeño a la universidad de música más prestigiosa del país. Aunque todos piensan que ella nació para ser concertista de piano clásico, su verdadero sueño y pasión es ser una estrella de la música pop.

Kally's MashUp contará con música original compuesta por Anders, su compañero musical de años, Peer Astom y su esposa Nikki Anders. Adam Anders también está a cargo de la Producción Ejecutiva, supervisando toda la música de la serie.

El elenco estará integrado por talentos de Argentina y México, encabezado por Maia Reficco en el rol de Kally, además de Alex Hoyer, Sarah Cobo, Mariano Chiesa, Betina O'Connell, Marita Ballesteros, Emiliano Dionisi, Josefina Scaglione, Sebastián Holz, Francisco Donovan y más.

Éxito de *Golpe al Corazón*

La nueva telenovela de Telefe, *Golpe al Corazón*, promedió 16,1 puntos



Kally's MashUp

de rating, alcanzando un share de 37,2% el día de su estreno. Protagonizada por Eleonora Wexler y Sebastián Estevanez, alcanzó ese día picos de 18,5 puntos de rating.

El gran estreno promedió 16,1 puntos de rating y un share de 37,2%, provocando un incremento del encendido en el prime time de la televisión abierta Argentina. En el segundo capítulo, fue lo más visto del día con un promedio de 15,8 puntos, ubicándose así en el primer puesto del ranking de programas.

VIACOM

BAND
INTERNACIONAL

LA IMAGEN
DE BRASIL.



JORNAL DA BAND

Con toda la credibilidad y el mejor equipo de periodistas y comentaristas, el jornal da Band lleva a los brasileños por todas partes en el mundo los hechos más importantes de Brasil y las principales noticias del planeta.

O MUNDO
segundo os brasileiros

Mejor ruta turística del mundo narrado por los brasileños que viven en estos países increíbles por todos los continentes del planeta. Cada destino es una aventura nueva narrado por personas reales en la película de tono casi autobiográfica.



JOGO ABERTO

Las principales noticias del deporte más popular de Brasil en un debate diario con todos los detalles y las polémicas de cada jugada del fútbol por todo el planeta.

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

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

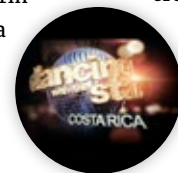
COLOMBIA, PERU,
ECUADOR Y BOLIVIA
Juan Carlos Ocampo
+57 1 629-3991
juan.ocampo@tvnet.co

BBC Worldwide produce *Dancing with the Stars Costa Rica*, 4ta temporada

En asociación con Teletica

BBC Worldwide, el brazo comercial de la BBC, junto a Teletica, una de las principales cadenas de televisión abierta de Costa Rica, estrenaron la versión local de *Dancing with the Stars* en su cuarta temporada, que puede verse desde el 10 de septiembre.

‘Pocos formatos dedicados al mundo del baile han logrado generar los niveles de audiencia y popularidad que han llevado a *Dancing with the Stars* a convertirse en un clásico de este género nivel mundial’, señaló **Anna Gordon**, EVP y directora gerente de BBC Worldwide América Latina / US Hispanic. ‘Confiamos en que esta nueva temporada de *Dancing with the Stars* Costa Rica en la pantalla de Teletica permitirá a la serie



seguir ganando adeptos y espacios en el creciente y cada día más importante mercado centroamericano’.

Dancing with the Stars es el programa de competencias de baile más importante del mundo y un fenómeno global cuyo formato que ha sido adaptado exitosamente en 53 países con altos niveles de audiencia a través de 300 temporadas. En el programa diez celebridades, acompañadas por 10 bailarines profesionales, escenifican coreografías en una variedad de ritmos y géneros que incluyen Vals, FoxTrot, Tango, Cha Cha Chá, Samba, Rumba y Paso Doble, entre otros. A lo largo de 12 episodios la audiencia puede disfrutar de la belleza, glamour y elegancia del baile

en un espectáculo semanal que confluye en una gran final en la que las tres mejores parejas compiten por el prestigioso título de *Dancing with the Stars*.

Las primeras tres temporadas de la adaptación costarricense de *Dancing With the Stars* una de las franquicias más populares de la empresa británica, han logrado el creciente respaldo del público televidente, ilustrado en constantes incrementos en ratings en cada temporada.

La cuarta temporada en Costa Rica se transmite en vivo por Teletica todos los domingos a las 7:00 pm. La cuarta edición de la serie cuenta con la conducción de **Randall Vargas** y la copresentadora **Shirley Álvarez** y contará con la participación de diez parejas, conformadas cada una por una figura famosa y un bailarín profesional.



LÍDERES EN LATINOAMÉRICA



▶ **MULTIPLICA OPORTUNIDADES DE NEGOCIO CON UNA SOLUCIÓN EXCLUSIVA PARA CADA TIPO DE AUDIENCIA.**

HOTPACK | HOTGO▶ | VOD

PLAYBOYTV | VENUS | SEXTREME | PENTHOUSE | BRAZZERS

- SUSCRIPTORES MÁS FIELES, MENOS CHURN
- MAYOR PERCEPCIÓN DE VALOR GRACIAS A LA DIVERSIDAD DE PROGRAMACIÓN Y LOS DESCUENTOS POR CONTRATACIÓN DE PAQUETE ADULTOS

- INCREMENTO DEL ARPU
- PLATAFORMA **WWW.HOTGO.TV** QUE COMPLEMENTA LA OFERTA
- LAS MEJORES MARCAS PARA ADULTOS



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

EXO TELECOMUNICACIONES

Productos y servicios de Telecomunicaciones
Para operadoras bajo las normas de calidad internacionales más exigentes



CABLE COAXIAL FLEXIBLE Y RÍGIDO



FIBRA ÓPTICA



COMPLEMENTOS ÓPTICOS

+ CAJAS DE EMPALME
+ DIVISORES ÓPTICOS



EQUIPAMIENTO DE RED COAXIAL



EQUIPAMIENTO ÓPTICO



INSTALACIONES DOMICILIARIAS

CONTACTO



▶ **Nico Strumbo** | Gerente de Ventas
División Telecomunicaciones
Tel. (54 11) 4000-7079
Cel. (54 9 11) 4422-8917
e-mail: nicos@exo.com.ar

▶ **Miguel Valentín** | Gerente Técnico
División Telecomunicaciones
Tel. (54 11) 4000-7078 / (54 11) 4855-6344
Cel. (54 9 11) 5473-4145
e-mail: miguelv@exo.com.ar

+ INFO EN <http://telecomunicaciones.exo.com.ar>

RT: Innovación y gran apuesta tecnológica

Presenta Ruptly en Jornadas

Por primera vez, el canal internacional de noticias de Rusia, **RT**, estuvo con un gran stand en la expo Andina Link Centroamérica, donde llevó un gran equipo de vendedores, y hasta su directora **Victoria Vorontsova**.

Tal fue la participación de todo el evento, que RT ofreció dos conferencias el primer y el tercer día de la convención. En la primera, **Maya Erkova** contó cómo la señal utiliza los contenidos de YouTube publicados por los usuarios para relatar acontecimientos en los que el canal no estuvo. Además, destacó todas las interacciones con las redes sociales y dio una imagen innovadora de un canal que busca estar al día con la tecnología y las tendencias.

En el panel sobre nuevas formas de distribución, **Igor Kolesnikov** presentó **Ruptly**, la plataforma online de contenidos audiovisuales que incorpora como novedad



la transmisión de videos en 360°, que ya está disponible en 20 países. Mostró así una forma de innovar en la creación y transmisión de contenidos con un formato diferente.

Sobre la participación en Andina Link, Vorontsova afirmó: 'Siempre hemos estado en la feria de Cartagena pero queríamos probar el negocio aquí en Centroamérica. Vimos menos gente que en Colombia, pero igual llegaron muchos cables y se firmaron alrededor de 50 acuerdos'.

En el resto de la región, logró un importante crecimiento en México donde está en negociaciones con nuevos operadores. En Argentina continúa en la TDA y en Jornadas Internacionales espera cerrar más acuerdos con los operadores grandes. En Brasil la presencia es buena pero todavía hay mucho margen de crecimiento y también está en los principales de Ecuador.



Maya Erkova, Alexey Fuksin y Victoria Vorontsova, de RT

'En Jornadas vamos a destacar Ruptly y a dar énfasis en el contenido 360°, adelantó sobre esta tecnología que gracias a un visor permitió a los visitantes de la expo sumergirse en un mundo virtual, ya sea volando en las ruedas de un avión, o entrando en un palacio ruso y viendo cada uno de los detalles.

Luego de Jornadas, confirmó su presencia en Cartagena 'porque es muy valiosa' y seguirá analizando cómo avanzar de ahí en más en el 2018.

DHE: Éxito en Centroamérica y grandes desafíos en Sudamérica

DHE tiene una buena presencia en Centroamérica, con presencia en los grandes operadores de Costa Rica y en la mayoría de los pequeños. Este año, logró un importante crecimiento a partir del ingreso en **Claro** para toda Centroamérica y sigue expandiéndose en la región.

'Estamos en negociaciones, tratando de cerrar acuerdo con **Cabletica**', afirmó **Julio César Gómez**, CEO de la empresa que con esa intención estuvo en la expo Andina Link Centroamérica. El canal ofrece una programación Premium sin cortes comerciales, de estética moderna y con una imagen fresca. 'Es el Premium en el básico', remarcó.

La programación de DHE incluye películas de los últimos tres años, contenidos reconocidos y buenas historias. Entre sus mayores éxitos está la serie exclusiva



Del Crepúsculo al Amanecer, que está en su segunda temporada y ya confirmó el estreno de la tercera.

Julio César Gómez adelantó que también estará en Jornadas Internacionales para continuar su trabajo en Sudamérica, donde ya está en Claro, Tigo y Telefónica. 'Vamos a Buenos Aires para lograr más oportunidades de negocios, avanzar con Cablevisión y seguir construyendo la relación con los que ya estamos'.

Los grandes desafíos son ingresar en el MSO del Grupo Clarín, que recientemente se anunció que pasará a formar parte de Telecom, que ya tiene una grilla consolidada, y llegar a VTR, el operador de Liberty Global en Chile. 'En el resto de la región estamos muy bien', completó.

Para Argentina y Uruguay, DHE cuenta



Julio César Gómez, CEO de DHE

con la representación de Hernán Apes-teguía, en Perú continúa con MIC, en Guatemala con Prosat y en Chile con Pablo Mancusso.

Finalmente, se refirió al desempeño de la plataforma on demand DHE Play, que ya cumple un año en el negocio. 'Viene muy bien. Colocamos mucho contenido, capítulos de las series que se emiten en el canal lineal y los operadores lo van agregando en sus propias plataformas'.



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

IVC: El canal internacional de Venezuela

Programación exclusiva que atrae a la región

IVC Networks, transmitido en los principales sistemas de TV por suscripción de Venezuela, así como en **DirecTV USA** (Paquete Hispano), actualmente se encuentra en negociaciones con los principales sistemas de la región latinoamericana, ya que sus características y el constante crecimiento de las comunidades venezolanas residenciadas en el extranjero, sumado a las producciones exclusivas del canal, han despertado un creciente interés por el canal. Así comentó **Tony Salanova**, gerente general y EVP de IVC desde su lanzamiento en 2015, quien ha estado dentro del grupo **Ole Communications** desde hace más de 20 años.

La gran cantidad de juegos de béisbol y baloncesto venezolano en vivo y en exclusiva, los conciertos y programas de



variedades, estilo de vida, entretenimiento, información y actualidad dirigidos a los venezolanos en el extranjero y producidos por el canal, acompañados de las novelas de la principal casa productora de Venezuela, **RCTV**, han llegado para ocupar un espacio importante dentro de la oferta existente.

Salanova destacó que IVC, respaldado por Ole Communications, que posee una amplia experiencia en el lanzamiento de nuevos canales de televisión por cable y que en esta oportunidad ha apostado por un canal con una programación fuerte; se presenta como el canal internacional de los venezolanos, al cual ya acude el importante porcentaje de venezolanos instalados en Estados Unidos y en los países en los cuales IVC está cerrando negociaciones, ya que



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

celebran acceder a una señal que les brinda programación dirigida y pensada para ellos.

Ya varios sistemas de TV por suscripción han descubierto que IVC representa una gran oportunidad de nuevos suscriptores, pues el canal es cercano, emotivo y apela a la conexión de los venezolanos con sus raíces al acercarles una programación diseñada acorde a sus deseos.

Lorac: Canales para que cada operador haga su mix

Una oferta variada para Latinoamérica y el Caribe

Lorac sigue encarando el proceso de promoción de sus señales con más fuerza en Latinoamérica. Después de haber tenido stand en Cartagena, de participar en Ecuador, Tepal y ConvergenciaShow de México, estuvo recientemente en Andina Link Centroamérica como siempre representada por **Verónica Amador** en Latinoamérica.

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. Entre ellos, se destacan **CalaWeather**, una señal dedicada completamente al clima en el Caribe y el resto de la región, con cobertura de huracanes y fenómenos naturales; **WLTV** es la cadena de TV en español



elegida en EE.UU.; **CalaWesterns** con las series de TV, películas y series vaqueras recientes; **CalaVisión**, la solución OTT más rápida de implementar que permite llevar el contenido a los dispositivos móviles y plataformas conectados; **CalaClassics** es el canal de diversión para la familia con una colección de clásicos de la TV junto a producciones más recientes. También tiene **LATV**, cadena nacional de TV y música bilingüe con sede en Los Ángeles, y **Vme TV**, la primera red de TV en español que llega a más de 70 millones en EE.UU.

'Hemos ido identificando cada vez más contenido temático que no está disponible en el mercado, como la información del



Verónica Amador

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

NO MÁS SUFRIMIENTO



DHE

AHORA ES

MÁS ENTRETENIMIENTO SIN CORTES

Zee Mundo crece en México y Centroamérica

'Zee Mundo ofrece un contenido original, exclusivo y de escenarios muy atractivos donde las tramas y perfil de los actores crean gran empatía con la audiencia', dijo a Prensario **Rolando Figueroa**, director de mercadeo del canal de cine de Bollywood. 'La actuación es un elemento importante a destacar en este género y cuenta con el respaldo de una meticolosa caracterización de voces y doblaje al español para justamente llegar de manera natural a la audiencia. Las tramas de las películas son universales lo cual es muy asequible al latinoamericano. Nuestra segunda pantalla, **zeemundo** es un complemento de gran valor con contenido diferente y complementario a lo que ofrecemos en la señal'.

El canal ya tiene distribución en Centroamérica –estuvo en Andina Link con representación de SignalTV– México, Colombia, Bolivia y Ecuador. El canal encontró

un nicho sin competencia al programar exclusivamente producciones de Bollywood en español y en HD.

Estrenos y novedades

'En noviembre estaremos estrenando *Raees*, uno de los más recientes éxitos del cine de Bollywood. En este participan **Shah Rukh Khan**, uno de los diez actores mejores pagos a nivel mundial, junto con las guapas **Mahira Khan** y **Sunny Leone**. Para esto hemos seleccionado un muy buen grupo de voces para su adaptación al español y por supuesto en HD', detalló Figueroa sobre los estrenos para la última parte del año.

Además, el ejecutivo se refirió a las últimas novedades multiplataforma. 'Hemos lanzado una segunda pantalla en la web con el propósito que llegue para él que ve el canal como para quien no lo tiene. Es



Rolando Figueroa, director de mercadeo *Raees* se estrena en noviembre

un complemento el cual contiene video e información adicional a lo que se emite en la señal Zee Mundo. El lanzamiento de este producto digital está sustentado por los comentarios y rápido crecimiento de nuestras redes sociales lo cual es un fuerte aval a la acogida del canal y censo inmediato al performance de este y su contenido', concluyó.



TyC Sports: Eliminatorias, Copa Davis y más

El mes de septiembre tendrá varios protagonistas en TyC Sports, comenzando con la primera fecha de las Eliminatorias Sudamericanas de fútbol. Tres encuentros le restan a la Selección Argentina para asegurarse el ansiado pasaje a la próxima Copa del Mundo y ya no hay tiempo de cometer errores. Por eso, el equipo liderado por Lionel Messi sale a la cancha para jugar el 5 de septiembre a las 20:30 contra Venezuela con la obligación de ganar si quiere un cupo que lo lleve directo a Rusia 2018. Además, la 16° fecha del torneo tiene encuentros clave que pueden influir en la ubicación final del equipo nacional.

TyC Sports transmitirá en vivo cada uno de los partidos de esta recta final de las Eliminatorias sudamericanas con una cobertura especial, con móviles en todos los partidos y estadios, con enviados especiales y la conducción central de Rodolfo

Depaoli y Ariel Senosiain.

También se disputarán Colombia vs. Brasil; Paraguay vs. Uruguay; Ecuador vs. Perú y Bolivia vs. Chile.

En tenis, la Copa Davis reanuda con Argentina, el campeón vigente, enfrentando un duelo por la permanencia en la zona mundial frente a un duro rival como Kazajistán. Del 15 al 17 de septiembre

el equipo argentino capitaneado por **Daniel Orsanic** necesitará quedarse con la serie para no perder su lugar en el Grupo Mundial. TyC Sports transmitirá en vivo cada una de las series de

la Copa, con toda la previa, entrevistas y el análisis de Gonzalo Bonadeo y Martín Jaite en vivo desde el Estadio Nacional Tennis Center, en la ciudad de Astana. Además, en vóley se emitirán los partidos del PreMundial 2018. El seleccionado de **Julio Velasco** debe prepararse y dar pelea en el campeonato, que puede llevarlos al



Argentina enfrentó a Venezuela el 5 de septiembre

Mundial Italia/Bulgaria 2018, si logran ocupar la segunda y única plaza sudamericana disponible. El encuentro premundialista se disputa en Salta el próximo 2 y 3 de septiembre, fecha y lugar donde TyC Sports estará transmitiendo en vivo con Hugo Conte y José Montesano para seguir de cerca la última chance de clasificación y el sueño nacional de viajar al campeonato del mundo más esperado del año.



Cada vez somos más los que luchamos contra la piratería. Porque los contenidos ilegales destruyen la industria, privándonos de los recursos para generar los contenidos que a todos nos gusta ver. Ayúdanos, para que el juego limpio gane por goleada.

FOX FX ONECANAL FXM FOXlife

FOX Latin America NETWORKS GROUP

www.pirateriacero.com

RTVE: Clan se lanzó en Movistar Colombia

La nueva señal infantil del grupo español

Desde el 30 de junio, la nueva señal infantil de RTVE, Clan, está disponible en Colombia para todos los suscriptores de Movistar, el operador de TV paga de Telefónica. Presentado por primera vez en Andina Link Cartagena, Clan es la nueva propuesta del grupo español que busca llevar a Latinoamérica lo mejor de la programación y los valores del canal que lleva el mismo nombre en el país europeo.

Su objetivo es satisfacer las demandas de entretenimiento y formación de los niños hasta los 12 años, prestando una especial atención a la edad preescolar, tanto en la franja de 2 a 4 años como en la de 4 a 7 años-, a quienes irá destinado el 82% de la programación.

La programación de Clan para América incluye los mejores y más recientes éxitos de Clan en España, tanto producción propia o coproducciones con los principales produc-



tores españoles y europeos independientes (en torno al 80% del total), como de adquisiciones de producciones españolas que se ajustan al perfil y los criterios el canal.

Una programación amena, divertida, participativa, educativa y formativa. La filosofía de programación hace especial hincapié en fomentar entre los niños la amistad, el respeto a los demás, la defensa de la naturaleza y del medio ambiente, la colaboración y el esfuerzo. Al mismo tiempo, quiere potenciar la imaginación y la creatividad de los más pequeños.

Entre los programas que compondrán la parrilla destacan *Los Lunnis*, que recientemente han recibido uno de los premios *Alegría de vivir 2017*, en la categoría de mejor programa de televisión.

Colombia es el primer país en el que puede verse este canal de RTVE, pero



Los Lunnis

la corporación está ya en negociaciones avanzadas con numerosos operadores de TV de pago de otros países, tanto de Latinoamérica como de Estados Unidos, que también están interesados en incluir el canal Clan en su oferta.

Con este nuevo canal temático, RTVE completa un catálogo variado y de calidad dirigido a toda la familia y que queda compuesto por un canal generalista (**TVE Internacional**), un canal de noticias en español (**24 Horas**), un canal dedicado a la ficción española (**Star HD**), y un canal dirigido a los más pequeños de la casa (Clan).

ESPN: UEFA Champions League

Comienza la fase de grupos

Desde el 12 de septiembre, ESPN emite en todas sus señales y su plataforma on demand los partidos en vivo del torneo de fútbol europeo, la UEFA Champions League. La semana pasada, entró en acción la temporada 2017/2018, con el inicio de la fase de grupos que consta de ocho zonas de cuatro equipos.

Se juega por puntos, con partidos de local y visitante, y los dos primeros de cada grupo pasan a la siguiente etapa. Real Madrid, que es el campeón defensor, y los campeones de las principales ligas: Chelsea (Inglaterra), Bayern Munich (Alemania), Juventus (Italia), Monaco (Francia), Benfica (Portugal), Feyenoord (Holanda), Anderlecht (Bélgica) y Spartak Moscú (Rusia),



a los que se suman encumbrados protagonistas como Barcelona, Atlético Madrid y Sevilla (España), Paris Saint Germain (Francia), Roma y Napoli (Italia), Manchester United, Liverpool y Tottenham (Inglaterra) y Borussia Dortmund (Alemania).

ESPN es la casa de la UEFA Champions League y de diversos campeonatos de primera línea a lo largo de América Latina. La UEFA Champions League encabeza la fantástica oferta de fútbol que ESPN brinda en todas sus pantallas y plataformas multimedia.

No te pierdas en ESPN Play la posibilidad de disfrutar de UCL al instante, con los goles y las mejores jugadas de todos los partidos.

La UEFA Europa League es la segunda

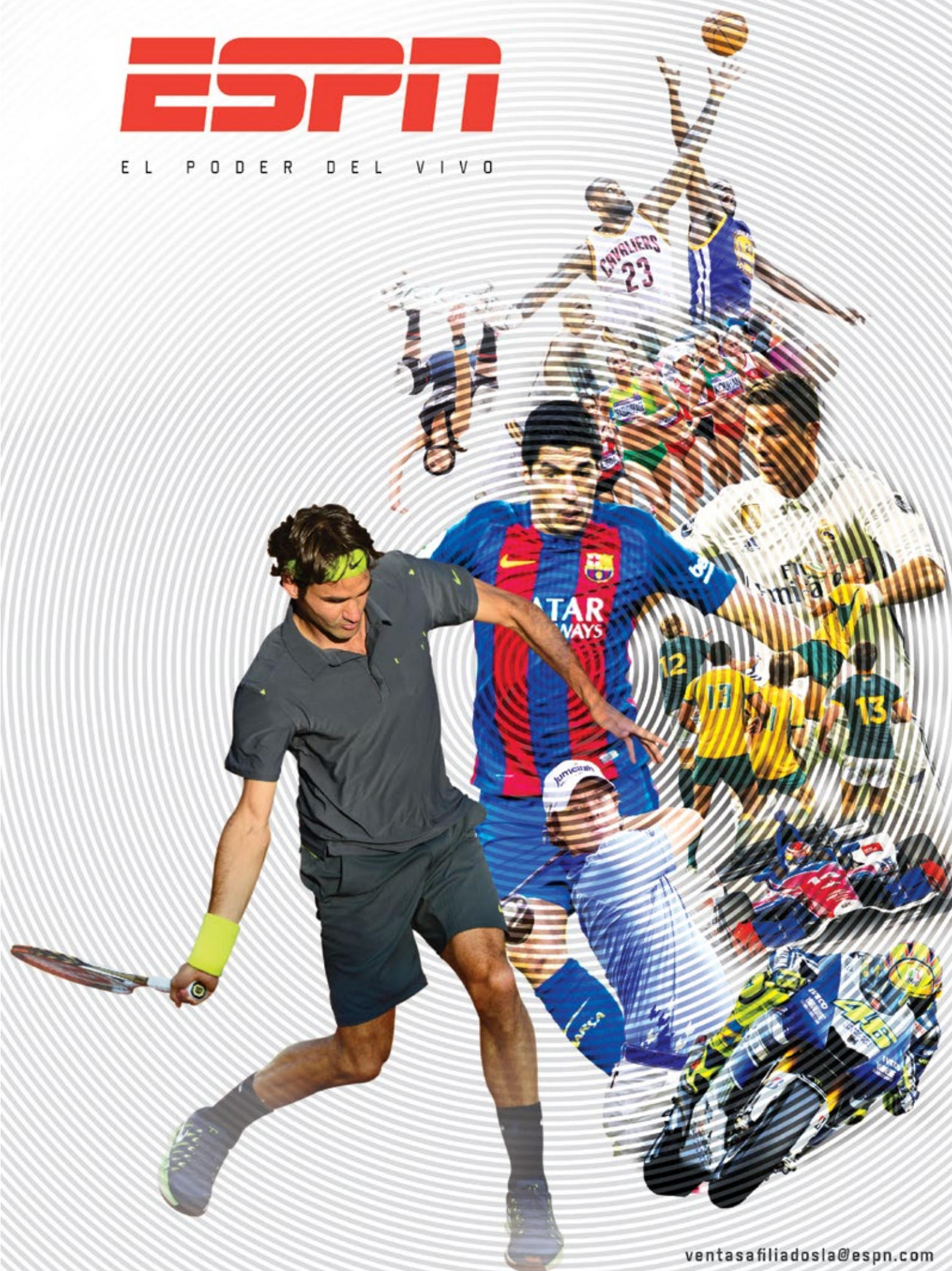


Vuelve la UEFA Champions League

competición más importante para clubes europeos. Participan 48 equipos divididos en 12 grupos de cuatro conjuntos. Los dos primeros de cada grupo (más los terceros de los grupos de la UEFA Champions League) pasarán a la siguiente fase. Manchester United fue el vencedor en la última edición.



EL PODER DEL VIVO



ventasafiliadosla@espn.com

Music Choice/Nextologies llega a Latinoamérica

Estará en Jornadas e IBC

Music Choice es la empresa proveedora de música más antigua y con un 50% de market share en Estados Unidos, que se presentó por primera vez con un stand en ConvergenciaShow de México, según confirmó a Prensario su SVP Business Development, **Christian Morsanutto**.

La marca trabaja con todas las empresas de cable, DTH, OTT y mobile con contenidos musicales que incluyen 122 canales de audio y 25 de video, con mucho contenido mexicano y del resto de la región. Tiene capacidad para atender a los más grandes broadcasters.

Tiene su sede en Pensilvania y una distribución global que tiene la primera rama en Latinoamérica con **René Leda**, manejando toda la región secundado por **Vanessa Velázquez**. Tras su presencia en



México estará en Jornadas. Compíte con empresas como **Stingray**.

Dentro del mismo grupo de empresas, se encuentran **Ethnic Channels Group Limited** y **Nextologies**. La primera opera más de 100 canales de televisión en 15 grupos lingüísticos diferentes y es un grupo líder en televisión multicultural. Ofrece servicios de consultoría, marketing y publicidad para cada canal; distribución global, licenciamientos, management de suscripciones, además de servicios broadcast.

Justamente, Nextologies es la empresa full broadcast que asiste a la generación de más de 20.000 canales en todo el mundo en HD y SD, con transporte de señal con monitoreo 24/7 365, punto a punto y multipunto, da el hardware y el master control



Christian Morsanutto, René Leda y Vanessa Velázquez

y playout. Incluye encoding y decoding, además de soluciones OTT, adquisiciones de contenido, creación de contenido y servicios de producción con armado de estudios. Llega a grandes clientes como **DirectTV, Bell, Shaw, Rogers, Dish, TV Cable, Telefonica, Verizon** y muchos otros. Ganó los IBC Awards y este año estará nuevamente en IBC este año.

Disney Channel: Nuevos episodios de Soy Luna y O11CE

De cara a Jornadas Internacionales, **The Walt Disney Company** Latin America adelantó las novedades de programación de sus señales infantiles, destacando lo nuevo de **Disney Channel** en cuanto a contenidos regionales, como **Soy Luna**, que llega con más episodios y música para que la audiencia se identifique y pueda compartir la pasión por el patín. El 29 de septiembre, emitirá el final de la temporada que está emitiendo actualmente.

Soy Luna es una producción original de Disney Channel Latin America, en colaboración con Disney Channel Europa, Medio Oriente y África. El programa estrenó en Latinoamérica en marzo de 2016 y está disponible en Netflix para toda la región. Con un elenco de Argentina, Chile, España, Italia, Brasil y México, se emite en 150 países y está doblada a 15 idiomas. La música, bajo el sello **Walt Disney Records**, es un éxito; sus primeros dos álbumes, **Soy Luna** y **Música en ti**, lograron ambos el galardón de Disco de Platino en Ar-



gentina y obtuvieron la certificación de Disco de Oro en México, y juntos suman millones de reproducciones en Spotify y visualizaciones en VEVO. El tercer álbum, **La Vida Es Un Sueño**, ya vendió más de 495.000 copias, superando las 100 millones de reproducciones.

Además, anunció la nueva temporada de **O11CE**, la serie original infantojuvenil de Disney XD, que con su atrapante historia de superación y espectaculares escenas futbolísticas entretiene a diario a niños y niñas de toda América Latina y Europa. La primera temporada de la serie re estrenará el 9 de septiembre en Disney Channel, mientras que la actual terminó (por **Disney XD**) el 25 de agosto.

O11CE es una producción original de Disney Channels Latin America realizada en colaboración con Disney Channels Europa; la primera para Disney XD. Producida en Argentina por **Pegsa** con servicios de **Pol-ka**, se estrenó en marzo de 2017 en toda América Latina y Europa.



Llegan nuevos episodios de Soy Luna

Por su parte, desde el 4 de septiembre seguirá estrenando episodios de la nueva temporada de **Disney Junior Express**, que junto al Capitán Topa sigue siendo un fenómeno regional y un gran punto de contacto con la audiencia. Un ejemplo de ello es el paquete de contenidos digitales desarrollado especialmente desde la región en **Disney Junior Play**, que incluye **Cumpleaños Mágico**, una aplicación que permite enviarles a los cumpleaños un video personalizado de parte de tres de los personajes más queridos de Disney Junior: Mickey Mouse, el Capitán Topa y Princesita Sofía.

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 42 de Jornadas Internacionales 2017

TyC Sports

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



Mediaset España: CincoMas llega a Sky México

Gana distribución en ese país y en Centroamérica

Mediaset España anunció un acuerdo de distribución para su canal internacional **CincoMAS** con **Sky México**, el principal operador de TV paga del país con casi 8 millones de abonados. Este acuerdo permite distribuir su señal tanto en ese país como en otros territorios, que incluyen los países de Centroamérica (Costa Rica, Nicaragua, Honduras, El Salvador, Guatemala, Belice y Panamá) y las islas caribeñas República Dominicana y Haití.

Con este acuerdo, la penetración en el mercado americano de CincoMas ya comprende 16 territorios entre los que destacan Argentina, Panamá, Chile, Perú, Ecuador y Paraguay. Próximamente extenderá su señal a otros grandes territorios como Estados Unidos, Canadá y Colombia.

La cadena se afianza como la apuesta internacional de Mediaset España para llevar sus programas y series de mayor éxito a

la comunidad hispanohablante de todo el continente americano. Una programación líder de audiencia de manera ininterrumpida en España desde hace 12 años y que formará parte del portfolio de canales de las principales operadoras de cable y satélite de cada región.

Yolanda Giordani, responsable de CincoMas, afirmó: 'La presencia en Sky México supone una excelente noticia para todo el sector audiovisual hispanoamericano. Para Mediaset España representa un avance clave en nuestra estrategia por acercarnos hasta una audiencia que sabemos que está ahí y que lleva años demandando nuestros contenidos. México es el país de América que más tráfico web nos aporta, y ahora gracias a CincoMas, todos estos usuarios, junto con aquellos que aún no nos conocen, van a poder disfrutar de la programación líder de audiencia en España directamente en sus televisores'.

La oferta de CincoMAS comprende los mayores éxitos de programación de Mediaset Es-



Yolanda Giordani, responsable de CincoMas

paña agrupados en una parrilla donde conviven series y miniseries de Telecinco como *Sé quién eres* o *Lo que escondían sus ojos*, magazines como *El programa de Ana Rosa* o *Sálvame*, factuales como *El Xef* o *Gipsy Kings* y la retransmisión diaria y en directo de *Informativos Telecinco*.

Entre sus novedades previstas para los próximos meses destaca la incorporación del magazine de entrevistas, música y actualidad *Viva la vida*, con Toñi Moreno, y el programa de humor *Dani & Flo*, con los cómicos Dani Martínez y Florentino Fernández.

Atresmedia lanzó Antena 3 en DirecTV EE.UU.

Grandes expectativas para Jornadas Internacionales

Atresmedia estuvo en ConvergenciaShow de México, donde **Mar Martínez-Raposo**, directora internacional, destacó el acuerdo con **DirecTV** en Estados Unidos para la incorporación de **Antena 3** en su paquete de programación en español, lo que le permite llegar a 1 millón más de suscriptores y ganar distribución total en ese país. El DTH ya tenía a **¡Hola! TV** y **Atreseries** y ahora será el primer operador en ese mercado en contar con las tres señales.

Martínez-Raposo dijo: 'Este nuevo acuerdo supone un absoluto respaldo para Atresmedia Internacional en un mercado tan importante como el de EEUU y, además, nos satisface especialmente que sea DirecTV el primer gran operador que ofrece nuestras tres señales'.

Además, afirmó que tras un exitoso 2016 para Latinoamérica, donde

la gran noticia fue el acuerdo con **Cablevisión** de Argentina, este año el foco estaba en Estados Unidos, donde se están viendo buenos resultados. Agregó que notó una 'desaceleración de los primeros meses', pero que se lograron algunos acuerdos y hay impulso para seguir creciendo en las Américas.

Además, dijo que este año y el próximo serán para la consolidación del grupo español a nivel global con sus tres canales. 'Queda mucho por crecer, con muchos operadores y territorios enormes por alcanzar pero vamos en buen camino', destacó.

En Andina Link Centroamérica estuvo representado por **MBA Networks**, y seguirá en Jornadas Internacionales en Buenos Aires, a un año de haber entrado en el principal MSO de Argentina. Al respecto, dijo que la señal está al aire desde diciembre y



Mar Martínez con Matilde y Carlos Boshell

que la repercusión fue muy buena por parte de las dos empresas. La meta ahora es reflejar en el evento de ATVC los frutos del trabajo que viene realizando.

La ejecutiva explicó que la TV paga tendrá un cambio grande en Argentina, con la llegada de nuevas telcos. 'Todo eso va a cambiar un territorio muy importante donde van a pasar muchas cosas y nos gustaría estar ahí', concluyó.



#HTM
Hozlo Tú Mismo

Ve
PLUS
Date el Gusto

CISNEROS
MEDIA DISTRIBUTION
#tuhistoriaaquí

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

Thema America alcanza 9 millones de hogares en América

Thema America continúa su firme trabajo de representación de señales en Latinoamérica, donde su catálogo completo alcanza casi los 9 millones de subscribers en el continente americano. En esta parte del año, la empresa liderada por Patrick Rivet destaca cuatro marcas en la región, donde uno de los mayores eventos será Jornadas Internacionales.

Mezzo Live HD, que cuenta con una distribución de 30 millones de hogares en más de 600 operadores de 60 países en todo el mundo, tiene diez años de trayectoria en Europa, donde



Mezzo Live HD

forma parte del grupo francés Lagardère y este año llega al continente americano.

Mezzo Live HD ofrece la mejor sala de conciertos, con la opción de disfrutar de los mejores espectáculos del mundo en vivo, entre ellos los conciertos de música clásica del London Symphony Orchestra, el Festival de Jazz de Montreal, la Scala Di Milano y el ballet del Bolshoi en Moscú.

Otra señal que trae a Latinoamérica es Motorsport.tv, distribuida en más de 38 países por más de 100 proveedores de cable y DTH, incluyendo Estados Unidos vía Sling (Dish). Es el único canal temático full HD dedicado al deporte motor y con una estrecha relación con los propietarios de los derechos de los eventos.

Entre los eventos más importantes, se encuentran el Blancpain GT Sports Club, el European Le Mans Series y el FIM World Motocross Championship.

Por su parte, Trace Sport Stars llega a más



Patrick Rivet, CEO de Thema America

de 70 operadores alcanzando a más de 30 millones de subscribers en 105 países incluyendo, Colombia (Une), México (Megacable, PCTV, Cablecom) y el Caribe (Flow).

Sus principales programas incluyen The Burning Issue, The Truth About... y ClubLand.

Finalmente, Thema presenta el canal de la Confederación de Asociaciones Nacionales de Baloncesto en América, FIBA Americas TV. El canal trae a la pantalla, las ligas nacionales de América sumando 1852 partidos, 3640 horas al año y con derechos multi-plataforma.

SGDG representa nuevas señales en el Cono Sur

TV Chile, Mórvido y Clan de RTVE

De cara a una nueva edición de Jornadas Internacionales, Sabrina Capurro con su empresa de representación de señales SGDG, tendrá varias novedades, destacando la incorporación de TV Chile y Mórvido. Además, tendrá en su portfolio para la región del Cono Sur, la nueva señal infantil de TV paga Clan, del grupo español RTVE.

TV Chile es la señal internacional de Televisión Nacional de Chile, dirigida a toda la familia con producciones 100% chilenas, de alta calidad técnica y variados contenidos. Cuenta con más de 10 horas diarias de televisión en vivo y en directo y tiene llegada a más 11 millones de hogares.

Por su parte, Mórvido TV es el canal

dedicado al cine fantástico y de terror, que surgió del reconocido festival internacional de cine fantástico y de terror, Mórvido Film Fest, en asociación con AG Studios. Cuenta con una librería de 560 horas, con algunas producciones originales como entrevistas a destacados directores.

Del grupo español RTVE, Clan es la nueva propuesta que transmite lo mejor de la programación y los valores del canal que

lleva el mismo nombre en el país europeo. Su objetivo es satisfacer las demandas de entretenimiento y formación de los niños hasta 12 años, prestando una especial atención a la edad preescolar, tanto en la franja de 2 a 4 años como en la de



Sabrina Capurro

4 a 7 años-, a quienes irá destinado el 82% de la programación.

Continúa con su portfolio que incluye las señales de AZ TV de paga, Motors TV, Fashion One, Rai Italia, Band, todas las señales de TVE, Inti Networks, Trace, las señales de RCN de Colombia.



BETHEL TELEVISIÓN INGRESA SU SEÑAL LIBRE A UN NUEVO SATELITE

TELSTAR 12V; 15° WL (banda Ku) Es el nuevo satélite de la plataforma TUVES HD donde BETHEL TELEVISIÓN, el canal para la felicidad de la familia han apostado la distribución de su señal totalmente LIBRE, incluido la plataforma de radio en donde cualquier operador de cable o usuario (DTH) podrá bajar nuestra señal en una óptima definición de audio y video.

Uno de los retos de la cadena Bethel, es migrar en el corto y mediano plazo todas sus señales en alta definición (HD) en todos sus satélites y así poder brindar una mejor experiencia, contenido y distribución a sus filiales, operadores, partners y usuarios finales.

DEBERÁN DE ADQUIRIR UN KIT SATELITAL QUE CONTENGA:

- Un receptor Satelital DVB-S2/MPEG4
- Cable coaxial RG6 y 2 conectores RG6
- Una antena parabólica de 60 cm. o más de diámetro.
- Un dispositivo LNB

DEBERÁ CONFIGURARLO CON LOS SIGUIENTES PARÁMETROS.

- Frecuencia: 11800
- Symbol Rate: 45000
- Polaridad: Horizontal



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 apli-

caciones 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 200, Mini-OTE 300, Mini-OTE 400

Exo: 'Queremos llegar a todas las empresas de cable e ISPs de Argentina'

En Jornadas Internacionales con su división de telecomunicaciones

Exo, marca argentina que provee soluciones tecnológicas para empresas de telecomunicaciones, anunció su participación en Jornadas Internacionales, donde estará exponiendo sus productos integrales de equipamiento, destacando los coaxiales flexibles y rígidos, fibra óptica, cabecera analógica y digital, equipamiento óptico y de red coaxil.

Fundada en 1978, Exo es hoy una de las empresas nacionales de tecnología con mayor trayectoria en el rubro. Exo fabrica computadoras con tecnología Intel, provee infraestructura tecnológica, brinda servicios profesionales de capacitación en informática y recientemente ha incorporado las divisiones de telecomunicaciones y de IOT (Internet de las Cosas).

Además, a través de sus programas de inclusión digital, acompaña a los nuevos usuarios en el difícil proceso de la adquisición de tecnología. En el área educativa, Exo es un referente en incorporar tecnología en las escuelas a través de su solución Aula Digital EXO, que acumula casos de éxito en varias provincias argentinas.



El segmento de telecomunicaciones fue creado hace tres años, pero con la incorporación de Nicolás Strumbo como gerente de telecomunicaciones, con su reconocida trayectoria en el mercado, esta división creció 'a pasos agigantados', remarcó Miguel Valentín Suárez, gerente técnico en la misma división, de Exo. 'Incluso, estamos realizando ventas en Paraguay y todo el territorio argentino, imponiendo la calidad de nuestros productos', añadió.

Desde entonces, la empresa formó un plantel de ventas dirigido por Strumbo y un sector de soporte técnico y post venta dirigido por Miguel Valentín. 'Es un equipo bien preparado para la comercialización de nuestros productos y, a la vez, para brindar capacitación en el uso de nuevas tecnologías', destacó.

'Desde Exo trabajamos para que nuestros clientes estén siempre a la vanguardia de las nuevas tecnologías. Para eso, estamos creando talleres de capacitación técnica con el personal de nuestros clientes. Estos talleres los vamos a ir implementando poco a poco en el transcurso del año'.



Nicolás Strumbo, gerente de telecomunicaciones

En cuanto a los principales trabajos en desarrollo, Miguel Valentín comentó: 'Estamos realizando proyectos llave en mano de cabezal digital y redes FTTH y dando soporte técnico a las nuevas tecnologías que van adquiriendo nuestros clientes'.

Además, la empresa se enfoca en los cursos de capacitación, que lleva a diferentes provincias. 'Empezamos en General Güemes, Salta, con una alta cantidad de técnicos y cableeros de la zona. Próximamente, estaremos con nuestras capacitaciones en Misiones.

Queremos estar bien posicionados en el mercado nacional para poder agrandarnos y llegar a toda Latinoamérica', enfatizó.

Juntos podemos brillar

Grey Juice Lab crea soluciones de Contenido a medida para conquistar tu Mercado OTT.

Estudios de Hollywood y Contenido Independiente, Multi-Encoding, Control de Calidad, Marketing y Editorial.

Grey Juice Lab
Content is King. Distribution is King Kong.

Para más información contáctanos:

Teléfono: +54 11 5219 1271 | Email: info@greyjuicelab.com | www.greyjuicelab.com
Grey Juice Lab LATAM, Alicia Moreau de Justo 1050, Puerto Madero, 1107 Buenos Aires, Argentina
Oficina Central: Grey Juice Lab UK, Aylesbury House, 17-18 Aylesbury Street, London, EC1R 0DB

Network Broadcast potencia la transformación y el negocio del operador

A través de una evolución 'gradual e inteligente'

'El negocio, tal y cual lo conocíamos hace un tiempo, cambió. No solo los clientes, usuarios y abonados exigen más; la velocidad de evolución de la tecnología es cada vez mayor. Esta combinación hace que, las decisiones estratégicas en las empresas del segmento, sean estudiadas con una profundidad propia del riesgo, que se corre de un camino elegido que pueda resultar erróneo', expresó **Sebastián Rossi**, director comercial en **Network Broadcast**.

'En Network Broadcast conocemos de la importancia de seleccionar la tecnología, de entender como esos usuarios se integrarán con las soluciones y productos, que emplearán en su vida cotidiana y de comprender el impacto que puede tener en sus operaciones', agregó.

'Actualmente, tenemos sistemas interactivos de TV desplegados en las instalaciones de nuestros clientes, así como soluciones de interactividad en la nube (OpEx). Cada uno de ellos tiene problemáticas bien diferenciadas, en volúmenes, disponibilidades, simpleza en la gestión, tipos de redes, etc. Esta es la nueva ola de asistir a contenidos,

mezclando todo lo probado en distribución en Broadcast o Multicast con los servicios OTT que aprovechan la capacidad instalada de transmisión de datos; el mundo DVB o IPTV, con el mundo de los Play, Go, Ted, Youtube y todas esas tendencias ya establecidas', agregó Rossi. 'Todo esto sin olvidar nuestros orígenes, dado que aún persisten operaciones que no han evolucionado en la digitalización; los clientes de vanguardia que ya están instalando soluciones cloud (CDN)'.
Network Broadcast busca que la evolución sea 'gradual e inteligente', aprovechando las inversiones realizadas. 'Nuestro portfolio de soluciones, junto con la integración E2E (de principio a fin) de soluciones digitales, se amplía con los desarrollos de sistemas de Hospitality; TDT, etc'.

'En Network Broadcast brindamos una solución integral, considerando el segmento y tipo de usuario final que utilizará la solución; implementación que es liderada por áreas técnicas capacitadas. Acompañamos el despliegue en lo técnico y en lo comercial. Brindamos los beneficios de las soluciones llave en mano, que permiten aumentar el



Sebastián Rossi, de Network Broadcast

ARPU de cada uno de los operadores de la región', añadió.

'Los clientes siguen con el proceso de digitalización, pero sin duda el enfoque está puesto sobre soluciones híbridas y OTT, donde el usuario final disfruta realmente de la interactividad, VOD, timeshift, NPvr, Catch Up TV, sin importar el tipo de dispositivo final que se tenga. Las nuevas formas de ver contenidos nos invitan a generar soluciones que los integre'.

'Estamos dispuestos a mostrar a nuestros clientes los avances tecnológicos en nuestras soluciones y por supuesto que el resto de operadores las implementen, mostrando la capacidad evolutiva de la solución de Network Broadcast', concluyó Rossi de cara a Jornadas.

Latpower: Energía, servicios y tecnología

De Argentina a toda Latinoamérica

'Latpower se caracteriza por la innovación y fiabilidad. En un mercado tan competitivo, la elección de equipamiento en muchos casos determina el éxito del negocio', destacó **Fernando Guerra**, director de ventas de Latpower. 'Además de lo mencionado, la robustez y el asesoramiento especializado son otros de los grandes diferenciales que ofrecemos a nuestros clientes'.

En la última edición de Encuentros Regionales en Argentina, Latpower presentó en su stand un equipo totalmente disruptivo, 'una fuente

que estaba necesitando el mercado y que fue desarrollada a medida que los clientes la iban solicitando', completó Guerra.

'La nueva fuente de red modular *Mayers*, de Latpower se destaca por ser de 6 amperios escalable de 4 a 18. Lo interesante de esta propuesta es que redujo el peso, tamaño y tiene monitoreo Docsis, permitiendo que un operador solo pueda instalar sin problemas y permitir el acceso constante sin tener que recurrir a costosas visitas'.
Con base en Argentina, Latpower brinda sus servicios en toda América



El equipo de Latpower durante el Encuentro Regional de Telecomunicaciones

cubriendo los mercados de Brasil, Chile, Colombia, Perú y Uruguay, países donde ya tiene varios clientes.

toolbox

CatchUp TV

Billing

Contenido Premium

VALIDACIÓN

Perfiles

DRM

Seguridad

+120 OPERADORES DE TV INTEGRADOS A NUESTRA PLATAFORMA + DE 70 CANALES INTEGRADOS

INNOVACIÓN. EVOLUCIÓN. VANGUARDIA.

THE UNIFIED TV ECOSYSTEM

LA MEJOR ELECCIÓN PARA LA EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO DE TV

ELEGIDOS POR LOS PRINCIPALES OPERADORES DE TV

toolboxtve.com | contact@toolboxtve.com

Toolbox aumenta su presencia en Latinoamérica

Toolbox, la empresa líder en soluciones de TV Everywhere y OTT para el segmento de televisión de pago, ha venido teniendo un gran 2017 en el que su equipo comercial, superó los objetivos en Argentina, México, Centroamérica y otros territorios clave.

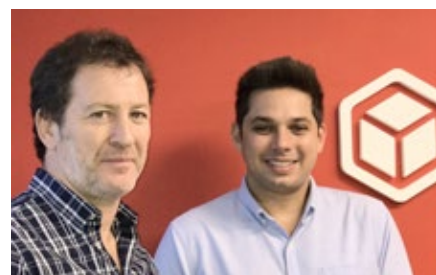
En el Cono Sur, trabaja regularmente con operadores como Directv, Cablevisión, VTR, Telefónica, Tigo, CableOnda, Dish, Cabletica, Megacable, Telecentro, Supercanal, entre otros, además de programadores pan-regionales, la otra importante parte de su negocio de soluciones. Para incrementar su presencia en esos mercados y sumar otros, Peluso designó a Matías Lassalle como nuevo Director comercial. 'La consolidación del equipo comercial logró afianzar la esencia de nuestra estrategia, hoy podemos ofrecer una atención personalizada a cada uno de nuestros clientes en toda la región y planificar mejor cada una de nuestras comunicaciones', explicó Mauro Peluso, CTO y Co-fundador de Toolbox.



Su estrategia comercial se basa en una atención personalizada, incluyendo una agenda de visitas a clientes de toda la región y una fuerte participación en eventos de la industria como IBC de Amsterdam, Andina Link Costa Rica, Chile Media Show y los NexTV México y CEOs de Miami en la cual Mauro Peluso será la voz de Toolbox dentro del panel CTOs y el futuro de la TV.

'Hoy con nuestra suite de soluciones ofrecemos un servicio end to end, que permite ahorrar dinero, tiempo y esfuerzo, pero entendemos que debemos ser lo suficientemente flexibles para adaptarnos a las necesidades de los proveedores. Les proponemos una solución dinámica que permite integrar sus recursos preexistentes para optimizar sus esfuerzos y lograr mayores casos de lanzamientos exitosos', resaltó Peluso.

Del lado de los programadores, han trabajado fuerte los últimos tres meses con Fox y Turner para el lanzamiento de sus servicios TVE para el fútbol argentino, que comenzó el viernes 25 de agosto.



Mauro Peluso, CTO y co-fundador, y Matías Lassalle, director comercial, de Toolbox en las oficinas de Puerto Madero

'Hemos aplicado tecnología de Toolbox para sus portales y las apps, con soluciones como el Single Sign-On de Cloud Pass y sistemas de validación y módulos de intercambio de usuarios para distintos dispositivos', señaló Peluso, quien considera que el principal desafío será el nivel de concurrencia que suele tener un contenido como el fútbol.

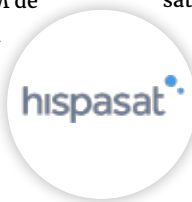
'Nuestra plataforma ya tuvo varios desafíos que superó exitosamente en lo que respecta al manejo de la validación en eventos de alta concurrencia como el último Mundial, las Olimpiadas o Copas Europeas de fútbol', opinó.

Hispasat lanzó nuevo satélite para América Latina

Hispasat lanzó con éxito el Amazonas 5, que operado por la empresa brasileña Hispamar, proveerá servicios de telecomunicaciones al mercado latinoamericano. Se trata del undécimo satélite lanzado por esta empresa, esta vez desde el cosmódromo de Baikonur en Kazajistán, a bordo del vehículo lanzador Proton Breeze M de la compañía International Launch Services (ILS).

El lanzamiento del Amazonas 5 se ha realizado el mismo día en que, hace 25 años, la compañía lanzara, desde la Guayana Francesa, el primer satélite español de telecomunicaciones al espacio, el Hispasat 30W-1 (Hispasat 1A), que también fue puesto en órbita un 11 de septiembre.

Carlos Espinós, consejero delegado del operador español, destacó: 'Para Hispasat, este nuevo satélite supone la reafirmación de



la vocación internacional de la compañía, en concreto, de nuestra apuesta por el mercado latinoamericano. Llevamos muchos años trabajando en esta región y hemos adquirido una gran experiencia y un amplio conocimiento de las necesidades de los clientes en estos países. Por ello hemos diseñado un satélite totalmente dedicado a América

Latina y adaptado a las demandas de este mercado, tanto para el sector audiovisual como para ofrecer soluciones de conectividad en los segmentos residencial, corporativo y de movilidad'.

El Amazonas 5 está basado en la plataforma 1300 de Space Systems Loral (SSL) y tiene una potencia de 9,9 kilovatios y una vida útil estimada de 15 años. La flexibilidad que ofrece Amazonas 5 y su gran capacidad tecnológica le permiten ofrecer una amplia gama de servicios de comunicación.



Hispatat lanzó nuevo satélite para América Latina

Sus 24 transpondedores en banda Ku, con cobertura sobre Centro y Sudamérica, proporcionan servicios de televisión directa al hogar (DTH) de altas prestaciones. El Amazonas 5 permitirá a los proveedores de servicios de televisión que operan con Hispasat transmitir 500 nuevos canales, lo que consolidará 61° Oeste como la posición líder en difusión de estos servicios en América Latina. Este satélite será clave, también, para impulsar la TV en 4K en la región.

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 encabeza el segmento de dispositivos CPE hoy, y para la casa del futuro

Como una de las principales compañías participantes en el mercado de los Customer Premises Equipment (CPE, por sus siglas en inglés) relacionados con las soluciones Wi-Fi en el hogar, Arris ofrece a los proveedores de servicios una tecnología avanzada con dispositivos potentes, escalables, de rendimiento superior y fáciles de gestionar, que simplifican las tareas de los suscriptores en las casas, y a la vez ayudan a reducir los costos de los operadores.

Desde hace años oímos hablar de 'La casa del futuro', la casa donde todos o la mayoría de los dispositivos estén interconectados, la casa donde los equipos puedan funcionar utilizando una red doméstica, la casa donde el usuario – sin ser un profesional de la informática (TI) – cuente con herramientas y dispositivos que de una forma fácil y segura le permitan administrar esta red y mantenerla funcionando sin problemas. Esa casa ya está más cerca de lo que pensamos. Y compañías como Arris lo están haciendo posible ofreciendo una variedad de soluciones, servicios y productos.

Dispositivos en las instalaciones de los usuarios

Entre los dispositivos que Arris ofrece están los que abarca el segmento de CPE, equipos de comunicaciones que residen en las instalaciones del cliente, tanto en un hogar como en un negocio.

Este segmento incluye una variedad de productos como servidores de medios avanzados y set-tops dirigidos a los mercados mundiales de cable, telecomunicaciones y satélite. Asimismo, da servicio a los operadores de banda ancha con soluciones que encabezan el sector para DOCSIS, DSL y CPE de fibra óptica, y que incorporan las últimas tecnologías en redes domésticas. 'Hay varios tipos de CPE en los cuales Arris es líder en la industria. Básicamente hacemos dos tipos de CPE: para vídeos, lo que tradicionalmente se conoce como set top boxes, dispositivos con los cuales los suscriptores tienen acceso a los servicios de

vídeo de televisión, ya sea por cable, por satélite o por otros medios de entrega.

Y el otro tipo de CPE es para datos, para servicios de internet y voz, y también para múltiples tipos de redes, ya sean operadores de cable u operadores telcos tradicionales o redes de nueva generación', dijo Javier Marroquín, Solutions Architect en Arris. 'La compañía se ha enfocado en estos dispositivos optimizando las tecnologías disponibles para ofrecer CPE de distintos tipos y rangos y funcionalidades', continuó.

Por su parte, Pablo Kagioglu, Director of Product Marketing para el Caribe y América Latina (en el mercado de CPE), comentó: 'Tenemos una posición de liderazgo en este sector del negocio. Hoy por hoy estamos desarrollando todo lo que es DOCSIS 3.1, que es la nueva generación de DOCSIS, lo cual le va a permitir a los suscriptores, si así lo quieren, tener amplios anchos de banda de hasta 5Gbps. También tenemos soluciones para lo que es la cobertura de Wi-Fi dentro de la casa, tenemos extensores de diversos tipos, con MoCA, con G.hn, wireless to wireless, para que el consumidor pueda ver vídeo, pueda navegar por la web sin perder comunicación dentro de la casa. Nuestra función es tener toda la casa cubierta con el paquete de servicios que ofrece el operador al suscriptor, sea cual sea'.

Desafíos del negocio para 'la casa del futuro'

Para poder enfrentar los desafíos que trae 'la casa del futuro' hay que estar bien preparado. Y uno de los mayores desafíos es la falta de conocimiento de los suscriptores en cuanto al funcionamiento del Wi-Fi. Deben estar educados en cómo esta tecnología funciona y lo que deben esperar del operador desde el punto de vista de servicio.

Otro de los desafíos son los propios operadores. Deben entender que solamente entregar el servicio al primer dispositivo de la casa no es suficiente si ellos (los operadores) quieren cubrir toda la casa con datos wireless, y para

eso tienen que poner extensores; mientras más grande sea la casa, más necesidad de equipos robustos y de alto rendimiento en lo que se refiere a wireless, 5GHz es prácticamente una necesidad. Igualmente sucede si quieren entregar vídeo de una manera continua dentro de la casa y que la gente pueda moverse dentro de ella sin perder su sesión correspondiente. Para educarlos al respecto Arris está ofreciendo conferencias, seminarios, y entrenamientos, para que entiendan cómo deben resolver estos temas en los domicilios de sus clientes.

La propia región es otro de los retos a enfrentar, más que todo porque se ha manejado hasta este momento con los equipos más básicos, tanto desde el punto de vista de DOCSIS, como de Wi-Fi. 'Las soluciones que tenemos en el mercado son mayormente para un solo dispositivo en la casa y que apenas cubre el área cerca de la sala donde está el dispositivo instalado, no la cubre toda. Por tanto los operadores tienen que empezar a pensar en abrir sus presupuestos para poder instalar soluciones más completas porque la clientela ya emigró a ese tipo de mentalidad y los operadores todavía no lo han hecho', planteó Kagioglu.

Las estructuras de hormigón con que están fabricadas una gran mayoría de las casas en América Latina son otro de los retos para el negocio de Wi-Fi, ya que resultan un enorme obstáculo para la transmisión de la señal. Cuando en EE.UU. se pierden, por decir un número, 6 decibeles de señal al pasar por una pared que es esencialmente 'vacía', en América Latina se pierden 16 o casi 20 decibeles; entonces en las casas de América Latina va a ser mucho más importante tener estos métodos de extensión de señal Wireless para poder satisfacer las necesidades de los clientes que viven en esos países.

El espectro del Wi-Fi

Tenemos por un lado a los operadores concentrados en que sus suscriptores mejoren su percepción con respecto al Wi-Fi, y por otro, cada suscriptor quiere tener una buena cobertura Wi-Fi en cada rincón del hogar. Como las conexiones de banda ancha tienen



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

Visítenos en Jornadas Internacionales - Stand # 56

Arris encabeza el segmento de dispositivos CPE hoy, y para la casa del futuro

velocidades de gigabits, la experiencia del suscriptor en cuanto al servicio general está determinada por el rendimiento de su Wi-Fi. Lo que antes se ofrecía como valor agregado, como una conveniencia, ahora es un servicio vital que los suscriptores demandan para sus casas y el proveedor de servicio se ha visto obligado a cambiar la forma de entregar estos servicios, y por ende se va a ver mucha inversión por parte de los operadores de telecomunicaciones al respecto.

En la actualidad prácticamente todos los que viven en la casa tienen un dispositivo electrónico o dos computadoras más teléfonos que se conectan a Wi-Fi y ante esta situación los operadores tienen que empezar a pensar diferente, y deben invertir en dispositivos de una mejor calidad, que ofrezcan una mejor cobertura al interior de la casa, sumado a otros dispositivos como extensores y acompañados todos ellos con herramientas de software que les permitan ayudar a sus suscriptores, porque el otro problema que tienen hoy en día los operadores es éste, los suscriptores solicitan ayuda para entender por qué cierto dispositivo no se conecta y el operador tiene poca visibilidad al interior de la casa del suscriptor para ayudarle, y en eso Arris tiene soluciones para ayudarles a entender qué está ocurriendo también en el interior de la casa, no solamente en la red del proveedor, sino qué sucede en la red del hogar del suscriptor.

Soluciones de Arris en hardware

Las soluciones que Arris ofrece a los proveedores de servicios están estrechamente ligadas a las condiciones del mercado, como es la necesidad que existe en estos momentos de brindar un mayor ancho de banda, que crece casi al doble cada año, y mejores y potentes equipos, que es lo que demandan los suscriptores. Cuentan con equipos que usan ocho canales de DOCSIS, otros que usan DOCSIS 3.1, que tiene un ancho de banda enorme, con 32 canales DOCSIS, más otros dos canales que son de muy alta capacidad que permiten entregar hasta 5Gbps a una casa si fuera necesario.

La compañía está recomendando a los clientes de América Latina que emigren a productos que tengan la banda de 5GHz, que

es una banda mucho más grande, permite una transmisión de datos más amplia, y hay muchas más opciones de colocar al cliente en diferentes canales para que haya menos interferencia.

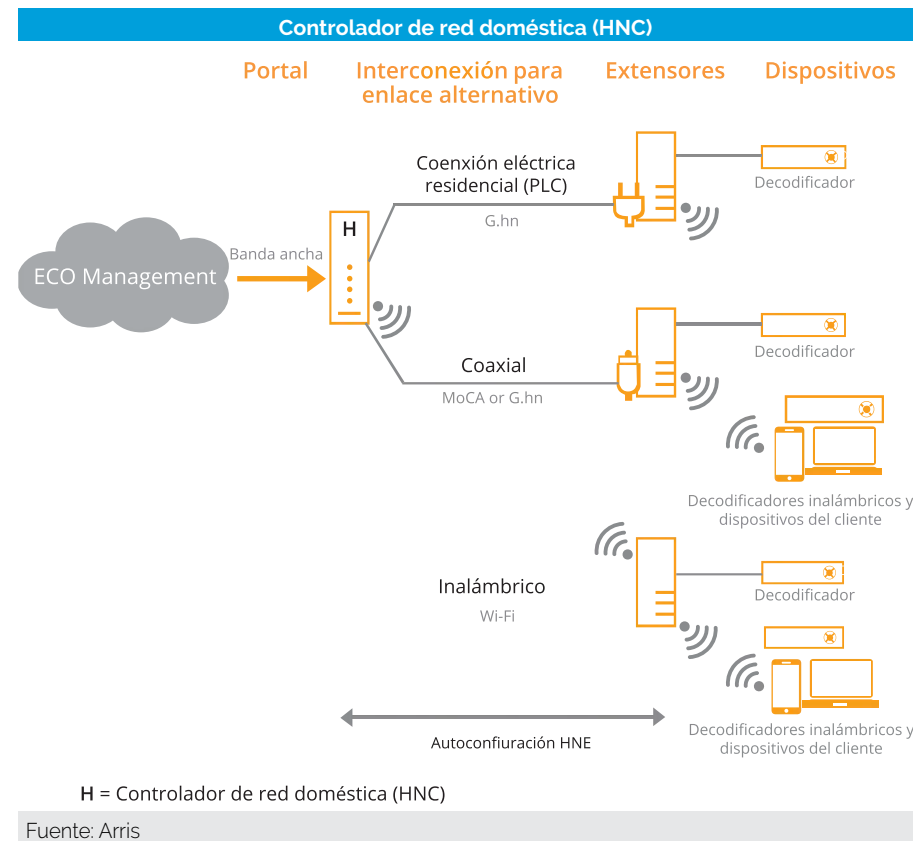
La compañía ofrece también repetidores, diversos niveles de extensores en términos de números de antenas, potencia, números de banda. Para que el gateway (puerta de enlace) se comunique con el extensor, Arris está promocionando dos tipos de comunicación primordial: la tecnología que se llama MoCA, para las casas que están cableadas con cable TV, o sea, cable coaxial, que permite conectar estos dispositivos que reciben la señal de DOCSIS a los extensores que están dentro de la casa, para transportar una buena cantidad de ancho de banda de un punto a otro y satisfacer así el consumo que está en el otro extremo de la casa. Además, está la tecnología que usan las líneas eléctricas, que se llama G.hn, que estimamos será menos popular en América Latina, por razón de que mucho del cableado eléctrico no está bien conectado a tierra.

Soluciones de software de Arris

Arris está desarrollando en este momento dentro de los CPE soluciones de software para los grandes operadores que permiten mantener la continuidad del servicio dentro de la casa, o sea, permiten que el usuario vaya de un lugar a otro dentro de ella y no pierda la sesión, que la conexión pase de forma continua al servicio del gateway principal o a lo que es el extensor que está más cerca de los dormitorios.

Estas soluciones no solo trabajan con los equipos de Arris, sino que se van a poder licenciar a cualquier otra marca de equipo que esté en el mercado o que el operador de cable haya adquirido para ejecutar su solución.

El software *Eco Manage* es el principal producto del conjunto de software de gestión de servicios ECO. Basado en la plataforma Arris de gestión de dispositivos que es líder de la industria, *Eco Manage* permite el aprovisionamiento automático, la configuración, la gestión y el soporte seguro de servicios y dispositivos de banda ancha de avanzada, TV paga y conexión para el hogar. El *Eco Service Manage* es una solución donde el gateway



BCD®

Innovación & Tecnología

FTTH GPON

SOLUCIONES GPON COMPLETAS CON SISTEMA DE APROVISIONAMIENTO INCLUIDO

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

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

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

GAMA COMPLETA DE CABLES ÓPTICOS Y PASIVOS PARA REDES FTTH



BCD®

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

HTTP://
BCD.COM.AR

Arris encabeza el segmento de dispositivos CPE hoy, y para la casa del futuro

principal de la casa conoce donde están todos los extensores y conoce también los niveles que tienen los dispositivos de los clientes, los celulares, el nivel de RF de conexión de la señal. Actualmente las personas que tienen estos extensores, pero no este software, van a sufrir una pequeña interrupción de servicio y tienen que recomenzar la sesión una vez que estén más cerca del sensor del otro lado de la casa.

El software *Eco Manage* es el principal producto del conjunto de software de gestión de servicios ECO. Basado en la plataforma Arris de gestión de dispositivos que es líder

de la industria, *Eco Manage* permite el aprovisionamiento automático, la configuración, la gestión y el soporte seguro de servicios y dispositivos de banda ancha de avanzada, TV paga y conexión para el hogar. El *Eco Service Manage* es una solución donde el gateway principal de la casa conoce donde están todos los extensores y conoce también los niveles que tienen los dispositivos de los clientes, los celulares, el nivel de RF de conexión de la señal. Actualmente las personas que tienen estos extensores, pero no este software, van a sufrir una pequeña interrupción de servicio y tienen que recomenzar la sesión una vez que estén más cerca del sensor del otro lado de la casa.



Aunque en Estados Unidos las personas solucionan este tipo de necesidad por su cuenta, comprando los extensores en tiendas especializadas e instalándolos ellos mismos, en América Latina lo más seguro es que la solución va a recaer directamente en el operador. Hay que educar al suscriptor acerca de qué es lo que necesita para que su casa esté completamente cubierta y si quiere un paquete de servicios más alto, de 20, 30 o 50 Mbps, debe alquilar uno o dos extensores a los operadores según el tamaño de su domicilio.

Por qué elegir a Arris

Los operadores eligen a Arris por varias razones. La primera, la calidad del producto. La segunda es la innovación. Y la tercera, la amplia presencia en toda la región. 'Somos conocidos en la industria por tener productos de alta calidad. Porque llevamos al mercado nuevas tecnologías a medida que la industria o la tecnología avanza rápidamente, y porque integramos esas nuevas tecnologías para que los operadores la puedan ofrecer a sus suscriptores', afirmó Marroquín.

Arris ofrece soluciones de Wi-Fi robustas que permiten que la experiencia de Wi-Fi tenga una mejor calidad, lo que resulta bueno para los operadores y, por ende, para los suscriptores.

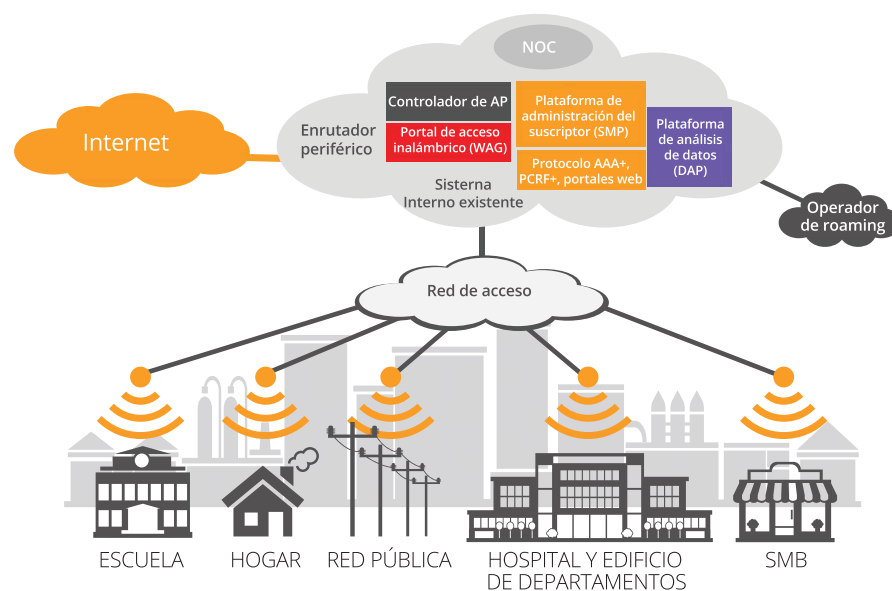
Peter Grimes, director de marketing para el Caribe y América Latina en Arris comentó: 'Arris es una empresa grande con muchos años en la industria, que forma parte de muchos comités que definen los estándares de la industria y que están estableciendo las normativas del futuro. Nuestros productos cubren las soluciones de punta a punta, hay una parte de control de calidad dentro de la casa, y otra dentro de las instalaciones del mismo MSO (Multiple System Operator, por sus siglas en inglés/compañía de cable) donde nosotros también manejamos esta tecnología, lo que también da mucha seguridad al MSO que va a comprar. Trabajamos con algunas de las compañías más grandes del mundo, satisfaciendo sus demandas, por lo que nuestros productos son muy robustos y confiables'.

Una de las fortalezas de Arris es su presencia local. Tiene personal en todos los mercados principales, desde México hasta Argentina, y acompañan al cliente con una oferta muy fuerte de servicios profesionales, no solamente venden el producto, sino que hacen la instalación, la implementación y en algunos casos, dependiendo del cliente, pueden incluso operar las soluciones por ellos, por algún tiempo mientras se familiaricen con ella.

Cuentan con proveedores en la región, personal en todos los lugares, personal que está capacitado y que está listo para ayudar a implementar todo el espectro de servicios de Wi-Fi. 'En el día a día lo más tangible de hoy en una casa es tener conexión Wi-Fi, su importancia es enorme para todos en el hogar', comentó el director de marketing para CALA. Sin embargo, 'en otro nivel están los proveedores de servicios de Wi-Fi, que pueden resultar ser una fuente de ingresos para los MSO. Al aportar a otras compañías la capacidad para el servicio Wi-Fi, al estilo Starbucks, los MSO pueden sacar mucho dinero, lo que puede ser muy importante para la región'.

Bajo este panorama, se han empezado a ver las oportunidades que hay con los proveedores de servicios Wi-Fi. Los operadores ya empiezan a tener como clientes, no a un suscriptor de la casa, sino a un hotel, un centro comercial, un aeropuerto, un estadio o, por ejemplo, puede ser una municipalidad que quiera ofrecer Wi-Fi en toda la ciudad.

La arquitectura de Wi-Fi unificada



Fuente: Arris



SUMITOMO ELECTRIC

GAMA COMPLETA DE CABLES ÓPTICOS

SUMITOMO ELECTRIC DESARROLLA Y FABRICA FIBRAS Y CABLES ÓPTICOS PARA TELECOMUNICACIONES DESDE 1974

CABLES ÓPTICOS DE LARGO ALCANCE, TRONCALES Y DE DISTRIBUCIÓN AUTOSOPORTADOS Y PARA USO SUBTERRÁNEO DESDE 6 HASTA 288 FIBRAS

CABLES Y ACCESORIOS PARA FTTH

CABLES DE DROP ÓPTICO DE EXTERIOR Y LOW FRICTION

CONECTORES ÓPTICOS DE MONTAJE EN CAMPO

CAJAS ESTANCAS DE DISTRIBUCIÓN ÓPTICA TIPO DOMO PARA SPLITTEO Y EMPALMES

CAJAS TERMINALES CONECTORIZADAS PARA FTTH

| STOCK PERMANENTE |

BCD[®]
Innovación & Tecnología

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

HTTP://
BCD.COM.AR

Por Israel Rodríguez, LatinoTCA.com SA

La importancia de afrontar un esquema de TV a bajo costo

Hoy el operador de cable e Internet afronta una gran carga económica. Debe instalar varios equipos e insumos en la casa del cliente: tres a cuatro descodificadores, una ONT con salida de RF, cable, conectores, etc.

Esta inversión de productos es un equivalente a dinero que tenemos en la calle con poco control, ya que en muchas ocasiones el abonado que no paga se queda (o desaparece) con nuestro capital. En el mejor de los casos este equipamiento se vuelve obsoleto, como nos sucedió con los decos SD.

En la misma dirección van los decos HD con la aparición del 4K. Ya tuvimos que migrar en su momento de Docsis 1.0 a 2.0, y luego a 3.0. Hoy hablamos de Docsis 3.1. Muchos cableoperadores todavía están transmitiendo televisión analógica, o digital SD. Algunos, como novedad, dan digital HD. Y hay operadores que están un poco más a la vanguardia y ya cuentan con receptores de TV HD full definition 4K. Si no es un Smart TV le llega por intermedio del mismo dispositivo que hoy utiliza para mirar Netflix u otras aplicaciones del mismo tipo.

Es posible que el mundial de Rusia

llegue en 4K, entonces es el momento de “decirle” al competidor satelital, “yo entrego 4K” y retener al cliente.

El interrogante es ¿qué hacer ?

La tecnología muchas veces nos complica y otras nos ayuda. Hoy tenemos que aprovecharla y estar muy cerca del cambio tecnológico, que es ahora económico y nos brinda mucho ahorro de dinero en nuestra próxima inversión.

¡Llegó la IPTV (televisión IP) a bajo costo!

Con esta nueva plataforma, que no sólo es económica y fácil de implementar en nuestra cabecera, sino que también nos hace ahorrar mucho dinero en el lugar más difícil de recuperarlo: en la casa de nuestros clientes. Hoy con una ONU WiFi o una ONT WiFi que transmiten solamente datos, podemos dar televisión sin necesidad de costosos decos ni instalaciones.

Es más, podremos entregar el servicio a un cliente que esté abonado a Internet en otra compañía y nosotros proveerles televisión IPTV sin la necesidad de instalarle equipamiento. Para este servicio tampoco se necesi-



Israel Rodríguez

ta enviar un técnico, que suma costo operativo.

El mismo vendedor podrá instalar un aplicativo en el Smart TV del cliente (o dispositivo para recibir Netflix) y completar la venta en ese mismo instante.

Esto reduce nuestros costos muy fuertemente, beneficios que podemos volcar a producir más ganancias a nuestra inversión. En definitiva, ahorro en equipos que inevitablemente queda obsoleto ante el avance de la tecnología. Entonces dejemos de comprar costosos equipamiento en vías de obsolescencia y adoptemos la mejor solución tecnológica ahora.

LatinoTCA cuenta con esta solución 100% desarrollada y lista para implementar. No dude en consultarnos.

Grey Juice Lab proveerá contenido VOD a Millicom

Para su nueva plataforma en Colombia

Grey Juice Lab, proveedor de contenido premium y servicios de VOD, fue elegido nuevamente por el Grupo Millicom para su proveer de contenido VOD transaccional a Tigo Une en el marco del lanzamiento de su nueva plataforma de Next Generation TV.

Si bien Une ya venía ofreciendo contenido en su tradicional plataforma IPTV, con el desarrollo de la nueva plataforma logrará masificar el servicio, donde el Video On Demand será parte fundamental en esta nueva experiencia de uso.

El catálogo contará con más de 500

películas de estreno y librería de estudios como Warner Bros., Disney, NBC Universal, Paramount y Fox. En los próximos meses, los clientes de Tigo Une podrán alquilar películas como *La Mujer Maravilla*, *Cars 3*, *Mi Villano Favorito 3* y *Rápidos y Furiosos 8* entre otras.

Además de otorgar el licenciamiento de los títulos, Grey Juice Lab proveerá a Tigo Une con los servicios de creación de metadata, procesamiento y soporte de marketing.

Damián Cramowicz, director regional para Latinoamérica en Grey Juice Lab, dijo:



Damián Cramowicz, director regional para Latinoamérica en Grey Juice Lab

‘La evolución del servicio de Millicom lo ubicarán peleando el liderazgo de la región. Sin duda se trata de un proyecto muy ambicioso y estamos muy entusiasmados por ser parte’.



Dondequiera que su red se dirija, lo hace con conectividad de fibra óptica. Ninguna otra solución será capaz de ofrecerle la velocidad y agilidad que su red demanda, y nadie más que CommScope le garantiza soluciones de conectividad de fibra óptica innovadoras, para que sus redes del mañana sean de gran velocidad y ancho de banda.

Visite CommScope.com/ThinkFiber

Presente en el evento de Jornadas Internacionales 2017

COMMSCOPE®

commscope.com

CNA presenta la nueva línea de cables *LTE Safe*

Desde hace unos años han comenzado a tener mucho auge las redes LTE o 4G en las compañías de telefonía móvil, este auge es 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 nuestra era, sin embargo, 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.

Nuestra 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 *CNA LTE Safe* ofrece una avanzada tecnología de blindaje. La clave para el rendimiento avanzado 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. Nuestra 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.

Nuestra 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, 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 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.

UTILICE NUESTRA INTELIGENCIA DE DATOS PARA PROTEGER SUS INGRESOS

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

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

www.verimatrix.com/es



Por Madgalena Russo

Andina Link Centroamérica: Los operadores piden regulaciones flexibles

Del 5 al 7 de septiembre, se realizó en San José de Costa Rica una nueva edición de Andina Link Centroamérica como el espacio de debate y análisis de la industria de la TV paga y las telecomunicaciones en un contexto donde las plataformas OTT han tomado máxima relevancia, junto con la difusión de contenidos por Internet.

La concurrencia más importante se dio en los seminarios de actualización académica. En la expo se vieron algunos altos ejecutivos recorriendo los stands, en su gran mayoría de Costa Rica, aunque hubo presencia repartida de El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y República Dominicana. Estos últimos contingentes no tan numerosos como años anteriores, lo que algunos atribuyeron al temor por la llegada del huracán Irma.

La alta calidad de las conferencias técnicas, lideradas por los ingenieros **Juan García Bish** y **Tomás Delgado**, explica la presencia de operadores para capacitarse en temas como Docsis 3.1, la evolución del



El panel inaugural de Andina Link 2017: Saray Amador, de Canartel; Edwin Estrada, del Micitt; Gilbert Camacho, de Sutel; y Luz Marina Arango

HFC vs. El FTTH, las redes de acceso inalámbrico, o bien las visiones del futuro y la oferta de diferentes opciones para avanzar con el triple play o la tecnología IP, son sólo algunos de los temas que durante los tres días se profundizan en Andina Link.

Además, en el marco de la expo tuvo lugar la reunión de **Fatem** en su segundo año como federación de asociaciones de cable de Mesoamérica, que volvió a convocar a los mexicanos, liderados por **Salomón Padilla**, al lugar de encuentro de los operadores de Centroamérica (ver aparte).

Acto inaugural

En el acto inaugural, **Gabriel Levy**, director académico de Andina Link, señaló: 'Con la aparición de **Netflix** se dio una dispersión de plataformas, audiencias y pautas. A diferencia de la primera impresión, los OTT no han constituido una amenaza para el cable, sino que han ofrecido nuevas oportunidades de consumo. Andina Link debatirá los desafíos del sector para tomar decisiones sin entrar en pánico; es un espacio para la reflexión del

espacio centroamericano. La industria es dinámica, llena de cambios y nuevos desarrollos'.

Edwin Estrada, viceministro de telecomunicaciones del **Micitt** de Costa Rica, expresó: 'Estamos en un entorno cambiante, con impacto en todas las áreas; tecnología, información y telecomunicaciones, que son a su vez catalizadores del desarrollo económico y de la generación de riqueza y conocimiento de la sociedad. Permiten acortar la brecha'.

'La transformación digital implica nuevos desafíos como el aumento de la llegada de la banda ancha. La transición a la TV digital es el principal desafío de los países en esta región. Hay que preparar a los usuarios para que tengan información necesaria para esta tecnología. Seguimos trabajando en las medidas para ordenar el espectro radioeléctrico'.

Gilbert Camacho, presidente del consejo de la **Sutel**, remarcó que según la Ley 8642, es responsabilidad del regulador incentivar el sector de las telecomunicaciones para obtener los máximos beneficios.



Héctor Antigua, de Orbit Cable; Julio Delancer, de Cable Atlántico; Dionesis Domínguez, de Alpha One Communications; Anderson Delancer, de Cable Atlántico; e Iván Castillo, de Gintertech, todos de República Dominicana



Roy Salazar, Antonio Alexandre García, de Teleplus Digital y PlusTV; Luz Marina Arango; Igor Kolesnikov, de Ruptly/RT; Gabriel Levy y Juan García Bish



Andrés Guzmán Oviedo, de Claro; Norman Chávez, de Tigo; Gabriel Levy, de Andina Link; Maryleana Méndez, de Asiet; y José Gutiérrez Salazar, de Cabletica



Jorge Gandulfo de Veas; Iary Gómez, de Grupo Extra; María Eugenia Ugueto, de Agrotendencia; Maya Erkova, de RT; Saray Amador y Gabriel Levy

Amphenol Broadband Solutions

Tecnología al servicio de un mundo interconectado.

Amphenol Broadband Solutions diseña, prueba y crea tecnología innovadora para aquellas compañías que buscan todo tipo de interconectividad global. Desde Broadband a Soluciones Móviles, ayudamos a aquellos que miran hacia el futuro, redefiniendo el presente.

Para mayor información, visite: amphenolbroadband.com



Cables // FOPs // Pasivos // Activos



TFC South America S.A.
Av. Sarmiento 786 - 9A - Resistencia - Chaco - Argentina - Tel. +54 362 440 4457 - eMail : info@tfc-latina.com

Andina Link Centroamérica: Los operadores piden regulaciones flexibles

Señaló que a nueve años de la reforma, el sector se ha transformado y estamos en una industria madura, disruptiva y dinámica. Además, compartió las cifras del sector al 2016, destacando que la TV paga llegó a 800.000 suscriptores, con un crecimiento de 3% respecto al año anterior; la principal tecnología es el cable coaxial con el 64% de los accesos.

Saray Amador, presidenta de **Canartel**, destacó que las nuevas formas de distribución están permitiendo más posibilidades de llegar con sus contenidos a más gente. 'El mercado va para adelante', remarcó.

Una regulación más flexible

En el foro académico FICA, ejecutivos de **Claro**, **Tigo**, **Cabletica** y **ASIET**, la Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones, hablaron sobre la regulación ideal para generar condiciones equilibradas de competencia en el sector.

Andrés Oviedo Guzmán, de la gerencia de regulación de **Claro** Costa Rica, dijo que el impacto de las nuevas plataformas en la empresa tuvo que ver con la diversificación y adaptación al cambio. 'Hemos tenido afectación en la parte móvil en cuanto a parámetros de calidad de red. Nos ajustamos bien; vimos el problema, lo analizamos y salimos al mercado con nuestra propia plataforma, **ClaroVideo**. Así pudimos reducir asimetrías en la regulación', manifestó.

Norman Chávez, gerente de asuntos corporativos de **Tigo** Costa Rica, comentó: 'Estamos inmersos en una industria que ha generado cambios bruscos. Internet produjo una revolución; muchas cosas cambiaron a partir de ahí y los OTT aprovecharon esa tecnología. Esto hace que tengamos que



Adrián Bustamante Ávalos, Asdrúbal Quesada Solano y María Jiménez, de la dirección desarrollo de nuevos negocios del ICE

ser más creativos e innovadores; no es una amenaza sino un reto. Hay que arreglar, estandarizar y homologar las reglas ya que los OTT tienen ventajas competitivas que nos afectan. Pero hay que verlo con ojos de crecimiento y darle al suscriptor nuevas vías cada vez más sofisticadas'.

Maryleana Méndez, de **Asiet**, explicó: 'Tenemos una evolución tecnológica acelerada contra una evolución regulatoria lenta. Eso siempre ha pasado. En Latinoamérica, se han dado dos grandes líneas; algunos países han tratado el tema como servicios de telecomunicaciones, y otros en la parte de contenidos y publicidad. Además, hay casos en los que dos o tres reguladores trabajan sobre la misma industria; es un negocio muy regulado. Sin embargo, los OTT permanecen sin regulación vigente en la mayoría de los países, solo con algunos casos aplicando impuestos sobre sus servicios. Hay que llegar a una cancha nivelada donde todos podamos competir'.

José Gutiérrez Salazar, gerente de nuevos negocios y regulación en **Cabletica**, opinó: 'Hay desafíos por la capacidad de hacer negocios y por el usuario que cada vez es más exigente. Nosotros, lejos de querer una regulación sobre Internet, buscamos nivelar



Nick Chávez Leiva y Carlos Leiva, de Cable Centro; con Raúl Lara, de Mataro

la cancha y lograr que se dé una competencia sana. Los proveedores emergentes traen grandes desafíos; todavía hay una oportunidad de encontrar alternativas, buscar negociar entre los proveedores y dueños de la red. Todavía hay camino por recorrer'.

El valor de los contenidos de proximidad

El cierre del foro FICA tuvo interesantes reflexiones. Participó en la última jornada **Igor Kolesnikov**, gerente para América Latina de **Ruptly**, la plataforma online del medio de comunicación ruso **RT**, que incorpora como novedad la transmisión de videos en 360°, ya disponible en 20 países. Mostró así una forma de innovar en la creación y transmisión de contenidos con un formato diferente.

Más tarde, **Roy Salazar**, cableoperador de Costa Rica, presidente de la asociación de operadores de su país y de la de Mesoamérica **Fatem**, habló de los contenidos de proximidad y su importancia en la publicidad para los canales locales. Planteó el caso de su canal **TeleUno TV**, que tras un estudio de mercado entendió que la mejor forma para atraer anunciantes era generar spots de alta calidad de producción, que mostraran a los vecinos de la comunidad las empresas y negocios cercanos. 'Si al negocio le va bien, al canal le va bien porque sigue percibiendo los ingresos publicitarios y puede incrementarlos'.

Además, abrió las puertas para la búsqueda de nuevos contenidos para el canal e instó a la organización de Andina Link a generar un espacio de negocios también para esa pata de la industria, convocando a productores para poder adquirir programas de calidad y con los que la audiencia se pueda identificar.



Gerardo Gutiérrez García, de Coopeguanacaste; Johnny Quesada Cascante, de Coopesantos; y Guido Rodríguez Murillo, de Conelectricas



Leonardo Silva, jefe de operaciones, y Bruno Bancho Mérida, gerente de operaciones, de Montecable Uruguay

LATPOWER

EXPERTOS EN ENERGÍA



ENERGÍA HEADEND



ENERGÍA DE RED



ENERGÍA DOMICILIARIA



HERRAMIENTAS



Fuente Standby MYERS

Escalable de 2 a 18 Amp en la misma fuente.

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

Lo que el mercado siempre esperó llegó a Latinoamérica.



Somos el proveedor más completo de soluciones en energía de la región, brindando productos y servicios para el mercado de las Telecomunicaciones, Cable Operadores y MSO. A través del trabajo consultivo distribuimos, fabricamos, ideamos e inventamos soluciones a medida.

www.latpower.com | +5411 4545-1555



Bradley White, de Rincon; José Gutiérrez Salazar, de Cabletica; Amado Quintanilla, de Rincon; Antonio Navas y Alonso González, de Cabletica; y Celine Salgado, de Rincon



Ignacio Guido, de Toolbox; y Roy Salazar



Gerardo Chacón Chaverri, CEO de Telecable; y Mario Mira Lorenzo, de Discovery



Edgar y Rosa Carrasco, de Scientific Satellite; con Jenis Arias y Gregorio Velo, de Cablevictoria Costa Rica



El equipo de Pico Digital en Andina Link



Ramón Ertze, de Newtec; con Graciela Gentile, Mario Grossi y Manolo Aranz, de Reportv; y Pascual Vargas, de Eutelsat



Cristina Peláez, ejecutiva de distribución de DW para Latinoamérica



Hortensia Espitaletta y Nivia Montenegro, de SignalTV (distribuidor de Zee Mundo en Centroamérica), con Magdalena Russo, de Prensario



Maya Erkova, Alexey Fuksin y Victoria Vorontsova, de RT



Roberto Milla, de Cable Sat (El Salvador); Pablo Zehle, de TVM Distribution; Oscar Carpio, de Adeco (asociación de cableoperadores de El Salvador) y Fatem; junto a Luis Palacios, de Agrotendencia



John Zaldivar, de Advanced Broadband Supply; y Jaime Rey, de PerfectVision



Sebastián Sánchez, de kgl; Jesús Zenteno Hernández, de Bentley; y Miguel González Salinas, de kgl



Alexa y Cindy Chavarria, de Aliento Visión



Ulises Guerrero, gerente general de Redetel, junto al director regional de negocios, Fernando Vargas; y Santiago Barragán, de Siscoax



Ronald Castillo, gerente general de E.B.R.; y José Roberto Barrera Soto, director de Prosat Guatemala



Gestiona su internet en forma invisible. Fácil y rápida!



Bajo costo de implementación



Diseñado para redes FTTH y HFC y compatible con cualquier marca!

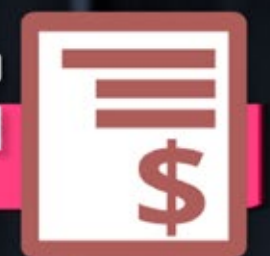


Acceda y gestione toda su red desde cualquier lugar del mundo



Controle el tráfico de su abonado y de su proveedor
Análisis y monitoreo permanente de su red

Análisis y monitoreo permanente de su red



Integre su sistema de facturación y ERP con Phantom



+54 (11) 5273-2226
www.latinotca.com.ar

info@latinotca.com.ar
latinotca.argentina

Operadores Fatem acuerdan compartir contenidos

Reunión en el marco de Andina Link Centroamérica

Las asociaciones de operadores de Centroamérica y los de México miembros de **ATIM**, todos nucleados en la federación **Fatem**, aprovecharon el desarrollo de Andina Link Centroamérica en San José de Costa Rica para concretar una nueva reunión en el hotel Best Western de esa ciudad, donde además de intercambiar ideas y estrategias de programación local, acordaron la generación de un contenido mesoamericano con la participación de todos los miembros.

‘Buscamos hacer algo similar a lo que hacemos en **ATIM** en México con **Por Tí TV**, el canal que se alimenta con contenido local de todos los operadores y de diferentes géneros. Tiene un noticiero “local nacional” con información de 26 estados. La idea ahora sería compartir el contenido, y está liderando el proyecto Costa Rica, con **Roy Salazar** (presidente de **Fatem** y de la asociación de cable de Costa Rica)’, explicó **Salomón Padilla**, presidente de **ATIM**.

Durante la reunión se estableció como estrategia la evaluación de los contenidos

originales de cada empresa para incluir los de mejor calidad en este proyecto que Salazar definió como ‘ambicioso’ y agregó: ‘Queremos probar cómo funcionan los contenidos en los diferentes mercados’.

En este sentido, Salazar agregó que como punto de partida tomó la iniciativa de organizar punto por punto cómo avanzarán en este proceso. ‘Es mejor empezar por un tema a la vez, así se hacen más productivas las reuniones. Primero veremos qué contenidos reúnen los requisitos de calidad mínimos para poder llevarlos a otros territorios y a partir de ahí avanzaremos’.

En cuanto a la evaluación de la organización a un año de su formación, afirmaron que ya se han incorporado República Dominicana y Nicaragua, además de nuevas asociaciones de los países donde ya está. Además, destacaron que operadores no asociados también están queriendo incorporarse, lo que de a poco va fortaleciendo el proyecto y dándole más fuerza a nivel regional.



Pablo Zehle, de TVM; Gustavo Mónaco, nuevo VP de distribución afiliadas CALA de Crackle (Sony), con Roy Salazar, de la asociación de cableoperadores de Costa Rica, y Salomón Padilla, de ATIM México

Fatem no es una asociación que busque negociar contratos para los operadores, sino que el objetivo es compartir y darse información de lo que se hace en cada lugar ante determinadas situaciones. Por otra parte, se genera una cadena de colaboración ante situaciones de crisis. Es así que ante los acontecimientos meteorológicos desfavorables en cada uno de los países miembros, los demás están atentos y siempre disponibles para mandar un grupo de gente que ayude a la reconstrucción de las redes o a lo que haga falta.

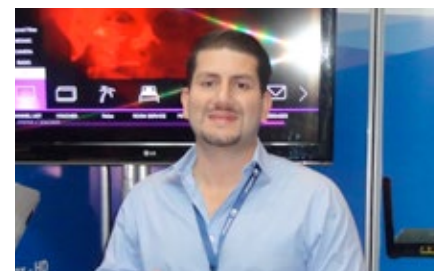
Honduras tendrá su propia expo de cable y tecnología

Bader Dip, presidente de la asociación de cableoperadores de Honduras y miembro de **Fatem**, confirmó a **PRENSARIO** que ya se está planeando la realización de una expo que reúna a la industria del cable, programadores y técnicos, con la del broadcast, como ocurrió este año en México, cuando coincidieron en el mismo sitio y fecha, **ConvergenciaShow** y la **Expo Cine, Video y Televisión**, con gran éxito.

La idea es concretarla en febrero, pocas semanas antes de **Andina Link Cartagena**, y ya está teniendo buena repercusión entre el público hondureño que es quizás uno de los más apartados junto con Nicaragua, lo que se vio reflejado en la poca asistencia de estos países en la expo convención de Costa Rica. ‘Honduras tiene más de 1000 canales de televisión; hay un público grande ávido de adquirir tecnología de emisión’, expresó.

Sobre el mercado, **Bader Dip** dijo que la expansión de **Tigo** ha incrementado la competencia en Honduras, limitando el aumento de precios por parte de los cableoperadores. Esto, sumado a los precios que pagan a los programadores, ha dificultado mucho la subsistencia de algunas empresas como **Cable Sula** que debió cerrar su operación. ‘Honduras paga el precio más alto por las señales que el resto de los países y se lo adjudican al sub-reporte. No se puede negociar; los empresarios tienen incertidumbre porque no saben cuánto tendrán que pagar y por eso no se están animando a invertir en crecimiento’.

Agregó que el 90% de las empresas ya está dando Internet a sus abonados por la gran competencia en el sector, y se está dando la digitalización libre con un alto porcentaje de operadores que ya están en esta tecnología. Por



Para alcanzar a los operadores más apartados

su parte, el FTTH sólo está en el 1% pero se espera un fuerte crecimiento en el futuro cercano.

A nivel de la entidad de operadores de Honduras, **Dip** acompañó a un contingente de ellos a **ConvergenciaShow** para asistir a las conferencias, y luego hizo lo mismo en **Andina Link**. La idea es seguir trabajando a nivel regional junto a las gremiales de Centroamérica y México para intercambiar experiencias y estrategias de programación. A nivel local, la de Honduras tiene representatividad del 70% en su país.

PERFECT VISION[®]

MANUFACTURING

MEJORES SOLUCIONES, UNA MEJOR MANERA



CABLE | FIBRA | CONECTORES | PRODUCTOS DE CABECERA | HERRAMIENTAS | PASIVOS



JAIME REY

Territory Manager - Mexico, Columbia, Central America, Caribbean & Venezuela
jaime.rey@perfect-vision.com | 1-786-479-1201

ANDRES RAPETTI

Territory Manager - Southern Cone
andres.rapetti@perfect-vision.com | +54.11.4977.5021

DREW MARTIN

General Manager - Brazil
drew.martin@perfect-vision.com | +55.11.4564.9522

PERFECT VISION[®]

MANUFACTURING

www.perfect-vision.com

1.866.470.0887 | +1.501.955.0032



INTERCEPT

An Evolution in Hybrid Networks

Go Deeper. Go Farther. Go Faster.

Intercept eHFC™

Lancet Series eHFC™ xPON Hybrid FTTT Optical Taps

- Full Spectrum DOCSIS 3.1 and xPON in a Unified Interface
- 1784 MHz
- Fully Programmable Upstream via TDMA
- Efficient Powering - as little as 3.5 W per HHP
- No Fiber Drop
- Aggregate xPON without using OFDM Data or SC OAM Video Spectrum
- xPON Powering Solved - Use Legacy Coax Powering with Retrofit RF Tap Back Plate Design

Let Us Show You.



Booth **1865**

innovations by

ANTRONIX

440 Forsgate Drive, Cranbury, NJ 08512 • 609.860.0160 • www.antronix.com



Nuestras SOLUCIONES

Provee soluciones integrales para Telefonía, CATV Broadband, Networking para redes LAN, WAN, IPTV, VoIP, Wireless, Telecomunicaciones, Sistemas de Energía, Puesta a Tierra y Protección, equipos de Medición, Certificación de Herramientas, Cables, Fibras y Accesorios en general. Contamos con más de 700 fabricantes de primer nivel, alta tecnología en el manejo de materiales y Certificación ISO 9002, así como con un inventario de más de 30,000 productos.

- **Inventario gestionado - PTMI®**
- **Centros de datos - Misión crítica**
- **Hospitality - Hoteles**
- **Energía - Misión crítica**
- **Industria**
- **OSP planta externa y FTTx**
- **Enterprise - Redes empresariales**

Visítanos en
**Jornadas 2017
Internacionales ATVC**

**Power & Tel
STAND 50**



Power & Tel Perspectiva

Power & Tel le ayuda a sacar el máximo provecho de su cadena de suministro combinando nuestro enfoque dedicado al cliente con años de experiencia y tecnologías innovadoras. Satisfacemos sus siempre cambiantes necesidades de inventario, lo que le permite concentrarse en lo que es realmente importante: **sus clientes.**

Power & Tel, su socio principal de la cadena de suministro en el mercado global de las comunicaciones.

Obtenga más información sobre nuestra gama completa de productos y servicios:
Visite ptsupply.com, Email marketing@ptsupply.com

26º | EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS
 PARA LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL PROFESIONAL
 CONFERENCIAS . WORKSHOPS . DEMOS EN VIVO . MESAS REDONDAS . MASTER CLASSES

CAPER 2017

broadcast • cable • satélite • cine • iluminación • audio



MIE . JUE . VIE
25.26.27 | **OCT**
 BUENOS AIRES • ARGENTINA



consultas@caper.org



www.caper.org



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



100% Designed, Developed & Manufactured in Televes Corporation
 televescorporation ■ televes.com ■ televes@televes.com

Televes

Interlink crece en Latinoamérica y cierra sus primeros negocios en Europa

Luego de Andina Link, va a Jornadas con *Flowdat*

Interlink volvió a Andina Link Centroamérica buscando expandir la presencia de sus productos en esta región, donde destacó la nueva versión de su sistema de aprovisionamiento, *Flowdat*, que es 100% modular y permite al cliente adquirir el servicio para FTTH, pudiendo agrupar en diferentes módulos y contando con una solución escalable para agregar más funciones en el futuro.

Emiliano Bonansea, gerente de tecnología, explicó que la empresa tiene una fuerte presencia en Argentina, donde continúa creciendo a partir del despliegue de FTTH en el interior del país, sobre todo por parte de las cooperativas e ISPs. Allí, comenzó a asociarse con empresas de montaje de redes para desarrollar proyectos conjuntos con una solución llave en mano. 'Flowdat se enfoca a

los operadores que están desplegando fibra al hogar, que aún no cuentan con el sistema para dicha tecnología. Vamos actualizando todo el tiempo y se puede adaptar también en Docsis', dijo.

En Brasil ya hay negocios pero es un territorio donde todavía hay mucho trabajo por hacer, mientras que Centroamérica permanece como la región donde más se está buscando expandirse. La novedad es el cierre de las primeras instalaciones de prueba en España.

HD directo al televisor

En Jornadas Internacionales, Interlink destacará el nuevo producto desarrollado junto a **Sumavisión** que permite llevar servicios de TV digital HD y SD directo al televisor del cliente y a bajo costo. En este



Anderson Delancer, de Cable Atlántico; Emiliano Bonansea y Alberto Vandebossch, de Interlink

sentido, ofrecerá una conferencia técnica en el marco del evento de ATVC en Buenos Aires.

Como siempre, estará destacando *Flowdat* que permite su integración con sistemas de CRM y billing para facturación, monitoreo y gestión de servicios. Entre sus módulos se destacan el de gestión de incidencias, medición de calidad de servicio, STAR (control de tráfico), geolocalización y soporte y actualizaciones del sistema.

Scientific Satellite acompaña la evolución de los cableoperadores

De Andina Link Centroamérica a la SCTE de Denver

Scientific Satellite, representada por **Rosa y Edgar Carrasco**, estuvo en Andina Link Centroamérica recorriendo la expo y generando reuniones con sus potenciales clientes en la región, donde esperan incrementar su llegada.

'Andina Link siempre es una feria interesante, venimos con el objetivo de captar nuevos clientes, algunos ya se habían contactado a la oficina de Miami y concretamos reuniones aquí', señaló Rosa.

Allí, tienen algunos clientes de Costa Rica y Guatemala, pero su principal llegada es en Sudamérica. 'Este año hemos tenido un buen desempeño, con estabilidad y creciendo más con las inversiones en Internet', explicó la ejecutiva que estará en pocos meses en la

SCTE de Denver, Estados Unidos.

Scientific Satellite destaca entre sus principales soluciones, las que tienen que ver con sistema Gpon, fibra al hogar y equipos profesionales, con clientes grandes como **Claro** y **Telefónica** en Perú.

'El FTTH está generando un gran movimiento. Estamos pensando en generar más capacitaciones porque se observa una gran falta de información', agregó.

'El mercado peruano es muy competitivo, hay un antes y un después. Estamos pensando en llegar a más sitios; hay unos 500 sistemas de cable en Perú y estamos mirando a expandir nuestras actividades a Bolivia y Ecuador. En Perú hemos sido pioneros, comenzamos con los headends



Edgar y Rosa Carrasco, de Scientific Satellite; con Jenis Arias y Gregorio Velo, de Cablevictoria Costa Rica

y hemos ido creciendo y ampliando ampliando nuestra gama de productos a partir de allí; le damos soporte al cliente y le proponemos lo que mejor se adecuó a sus necesidades de expansión'.



NC4000 Series

SFP 1310-1550-DWDM

Digital Tranceiver

Aurora Optical Platform

Digital Return

MUX/DEMUX

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

FTTH OTT HFC CATV



NexTV Series Mexico & Central America 2017

Operadores y canales de TV se reinventan

Una nueva edición de NexTV Series Mexico & Central America tendrá lugar del 3 al 4 de octubre en el hotel Presidente Intercontinental de Ciudad de México. Una vez más el grupo **Dataxis**, con el liderazgo de **Ariel Barlaro**, trae su formato que cada vez tiene más éxito entre las empresas de contenidos, proveedores, operadores de TV paga y señales de televisión abierta y paga, que se reúnen durante dos días para escuchar sobre tendencias y estrategias de negocio. Además, plantea un espacio distendido para el networking con ejecutivos de alto nivel en todos los rubros de la industria.

Como siempre, las conferencias se enfocan en las plataformas OTT y en cómo el negocio se reinventa para acompañar los cambios en el consumo de video por parte



Ariel Barlaro, de Dataxis



Carlos Miranda Matsumoto, director de ingeniería de MVS/Dish



de los usuarios y aprovechar las nuevas tecnologías disponibles.

El primer panel ejecutivo tratará sobre los Millennials, Generación Z y los niños, con foco en el futuro del contenido para ellos y estrategias OTT, con la participación de Jaime Jimenez, de Turner, y Gerardo Vélez, de Twitter. Más tarde, en "La transformación del negocio de la TV de paga", disertarán José Antonio Hidalgo, de Sony Pictures Television, Patricio Zorrilla, de Ultra Telecom, Teuhtli Estrada, de Totalplay, y Richard Sánchez, de Tivo.

La TV abierta multiplataforma será el tema principal del debate que tendrá lugar

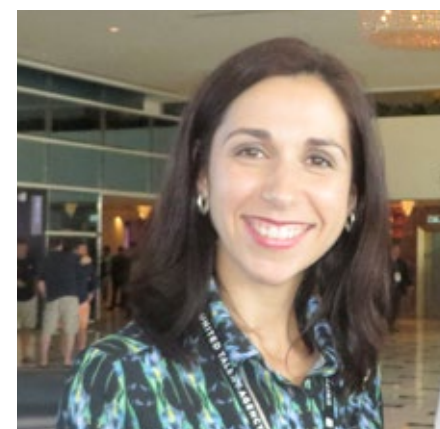


Jenaro Martínez, de Axtel

entre Farid de la Peña Kuri, de Televisa, Diego Leonel de Cervantes, de TV Azteca, Jorge Bermúdez, de YouTube, y Gustavo Lerner, de Verimatrix. A continuación, los directores de C7 Jalisco y TV4 Guanajuato hablarán sobre TDT y TV online.

Ya adentrándose en la parte de distribución internacional y OTT, Fidela Navarro, de TV Azteca, junto a David Hanono, de BBC Worldwide, y Maya Erkova, de RT, darán sus puntos de vista sobre migración de canales a OTT, internacionalización de los broadcasters por la misma vía y el consumo de estas plataformas.

El miércoles 4 de octubre, tendrá lugar el



Fidela Navarro, de TV Azteca



NUEVA Generación de Soluciones DWDM para Directa y Retorno

Extensiones Ópticas Simple y Multi-longitudes de Onda, Bi-Direccionales

La plataforma Hub Óptico I-HUB es una herramienta ideal para minimizar la demanda de fibras en la migración a Nodo+0, eliminación de hubs físicos, segmentación de nodos y RFoG; y también para liberar fibras para servicios adicionales de banda ancha a los abonados y servicios corporativos generadores de ingresos.

Las Aplicaciones Incluyen:

- Migración a Nodo+0 (soporta DOCSIS® 3.1)
- Eliminación de Hub Físico
- Repetidor RFoG OBI-free
- Segmentación de Nodos
- Liberación de Fibras

Principales Módulos Ópticos:

- EDFAs
- Repetidores RFoG OBI-free
- Frecuency Stacking para Retornos
- Pasivos para Instalación en Campo
- Switches

Características:

- Bandejas para Gerenciamiento de Fibras
- Doble Puerto de Entrada de Alimentación AC
- Fuentes de Alimentación Redundantes
- Control y Monitoreo Remotos

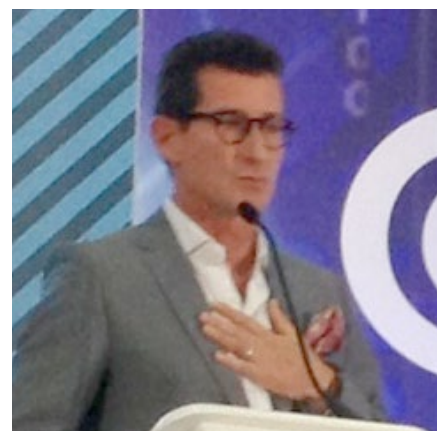


I-HUB
powered by
InnoTrans

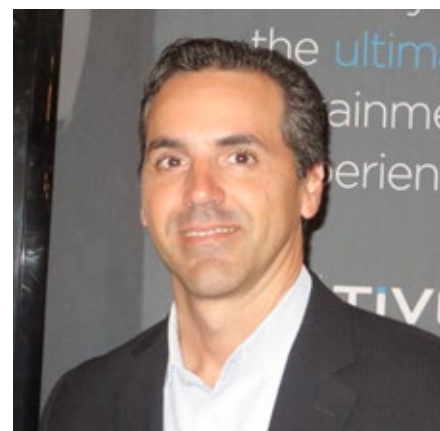




Teuhtli Estrada, de Total Play



Federico Alamán, de Fox Networks Group



Richard Sánchez, de Tivo



Marco García de la Cruz, de Cinépolis Klic

panel ejecutivo integrado por los CTOs de algunas de las principales empresas de TV para discutir sobre el futuro de la TV y 4K: streaming vs Broadcasting. Participarán Rodrigo Violante, de Blim, Carlos Miranda, de Dish, Jenaro Martínez, de Axtel, y Gustavo Marra, de Ate.

En el tema de OTT por suscripción, disertarán Federico Alamán, de FNG, Marco García, de Cinépolis Klic, Lucía Miranda, de Filminlatino, Max Castro, de Crunchyroll, y Carlos Ramos, de Viacces-Orca. Siguiendo con el tema pero en la parte de programación y contenidos, con foco en el futuro y estrategias de paquetización, tendrá lugar la conferencia de Carlos Escobedo, Country Manager para México de A&E.

En la disertación sobre noticias, TV y OTT, se hablará sobre la competencia en video entre los grandes medios y periódicos online con los canales de noticias. Participarán Mayra Santander, de Uno TV, Carlos Támez, de Excelsior TV, Roberto Velázquez, de El Financiero TV, Bernardo Lartigue, de Efekto

TV, y Arturo González, de Telefórmula. Finalmente, otro de los paneles destacados tratará sobre deportes multipantalla, OTT y live streaming, con Andres Nieto Serpa, de

Claro Sports, José Luis Higuera, de Chivas TV, Héctor Calvo, de ESL, Joaquín del Rivero, de WWE, y Rodrigo Fernández, de Major League Baseball.

Agenda

Martes 3 de Octubre

- 09:00 Registración y café de bienvenida
- 09:30 Panel Ejecutivo I: Millennials, Generación Z y niños: el nuevo consumo de TV
- 10:30 Sesión "one to one" – El video es la nueva moneda corriente
- 10:50 Panel Ejecutivo II: La transformación del negocio de la TV de paga
- 11:50 Sesión "one to one" – Seguridad en 360°. Proteja su contenido y transforme su negocio
- 12:40 Panel Ejecutivo III: La TV abierta hacia multiplataforma
- 13:40 Sesión "one to one" – IPTV: ¿cómo combatir esta nueva forma de piratería?
- 15:00 Panel Ejecutivo IV: TDT y TV online
- 16:00 Sesión "one to one" – Cómo mejorar notablemente su distribución de video OTT: unas soluciones innovadoras
- 16:40 Panel Ejecutivo V: Estrategias de distribución internacional y OTT
- 17:40 Sesión "one to one" – Gerardo Seifert, Chief Marketing Officer, Megacable

Miércoles 4 de Octubre

- 10:00 Panel Ejecutivo VI: CTOs y el futuro de la TV: streaming vs. broadcasting
- 10:50 Sesión "one to one" – GOLD SPONSOR: Vindicia
- 11:10 Panel Ejecutivo VII: Estrategias de OTT por suscripción
- 12:40 Sesión "one to one" – GOLD SPONSOR: IBM
- 13:00 Panel Ejecutivo VIII: Estrategias de programación y contenidos en la era OTT
- 15:00 Panel Ejecutivo IX: Noticias, TV y OTT
- 16:00 Sesión "one to one"
- 16:40 Panel Ejecutivo X: Deportes: multipantalla, OTT y live streaming
- 17:40 Sesión "one to one" – Rosy Ocampo, VP Corporativa de Contenido, Televisa



¿QUIERES LIBERARTE DE UN SÓLO PROVEEDOR DE CDN? ¡PONTE DEBAJO DE NUESTRO PARAGUAS!

umbrellaCDN™

¿Estás usando la misma CDN (red de distribución de contenido) para distribuir contenido video por el mundo? Todos sabemos que la distribución de contenido no funciona con una estrategia uniforme.

Proveedores de contenido, operadores de TV de paga, Broadpeak les ofrece la libertad de elegir el mejor proveedor de CDN para cada solicitud de contenido VOD y en vivo – garantizando una calidad de experiencia superior para sus abonados, y al mejor precio. ¿Cómo? Personalizando sus reglas de distribución de contenido basándose en varios parámetros tales como la calidad de servicio, la geolocalización del usuario, el tipo de contenido, la hora del día y más.

Abre tus opciones. Protege tus inversiones. Libera tu mente. Con UmbrellaCDN™.



Promptlink: Monitoreo y gestión integral de redes

Destacada presencia en México

Continuando con su buena presencia en los eventos de la región, **Promptlink** tuvo una destacada actuación en ConvergenciaShow de México, donde **David Mosquera**, director de ventas para Latinoamérica dio una conferencia sobre la parte de monitoreo de redes. En esa parte tiene muchos clientes pequeños además de **Tigo**.

Aquí, la marca destaca una funcionalidad similar a una caja de herramientas que se puede armar de muchas maneras, además de las funcionalidades adicionales de monitoreo PNM (Proactive Network Manager) que están totalmente incluidas.

Este es un gran año para la empresa que meses atrás lanzó al mercado la nueva versión de su plataforma **CMTP** para el diagnóstico funcional de cablemódems, EMTAs y gateways inalámbricos.

El proveedor de herramientas avanzadas de software para la gestión integral de redes HFC, conocido por sus bancos de prueba para la recuperación de equipos terminales

en logística reversa, presentó la **CMTP-v2**, cuyo script de software **CMTP-v2** realiza pruebas en paralelo para todos los equipos simultáneamente, aumentando notablemente la capacidad de producción.

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

Promptlink continúa mejorando también sus herramientas de software para el monitoreo, aprovisionamiento y gestión de firmware de redes de video, voz y datos sobre cable. Particularmente, su sistema de monitoreo **CPM - Cable Plant Monitoring** (para monitorear Cable Módems, EMTAs, fuentes de energía y nodos ópticos), incorpora ahora la nueva funcionalidad para el mantenimiento



David Mosquera

proactivo de la red ("Proactive Network Maintenance - PNM"). El sistema **CPM** se vuelve así una aplicación aún más poderosa, pues permite realizar un eficiente monitoreo proactivo y reactivo de todos los componentes de la planta de cable, desde los **CMTS** hasta los equipos **CPE** de los abonados, generando alarmas, notificaciones, reportes, ofreciendo visualización geo-referenciada, y permitiendo conocer de antemano las áreas de la red con degradación creciente de sus parámetros críticos, a fin de tomar acciones correctivas antes que ocurran cortes del servicio.

SES encara los nuevos tiempos

Jurandir Pitsch, VP de ventas de **SES** para Latinoamérica, destacó el avance del operador satelital en sus dos áreas de negocios: datos y video, y cómo encara el futuro tras el lanzamiento del satélite con cohetes reutilizables.

'La industria busca ahorro de costos, más flexibilidad y diferentes ciclos entre un proyecto y el diseño de los lanzamientos. Un lanzamiento toma cuatro años, hoy el mercado cambia mucho más rápido y necesitamos más flexibilidad y disponibilidad de equipos para subir al satélite'.

'Hace poco, tuvimos un evento para inversionistas en Londres sobre el impacto de otras tecnologías y el objetivo ahora es tener satélites más

estándar, construirlos y que se puedan programar. Hoy todos son diseñados para una posición especial con un espectro y assets específicos, pero se busca que se puedan programar en el espacio y moverlo para tomar cualquier posición. Esa tecnología hoy no existe pero en poco tiempo podremos tenerla y generar un cambio'.

También se refirió a su nueva plataforma **MX1**, cuyos productos son una plataforma de gerenciamiento en la nube con equipos dedicados al cliente que tiene el manejo del contenido. 'SES es cada vez más una compañía en la cual nuestros clientes distribuyen sus contenidos en múltiples plataformas para todos los perfiles. Para distribuir de esa manera es necesaria la plataforma 360 de **MX1** con el manejo de ese proceso,



Jurandir Pitsch

chequear a cada momento e interactuar con la nube para todos los contenidos'.

Finalmente, hace tres años que encara el reparto de más de 2000 antenas a los clientes para sumarlos a la comunidad del satélite 806. Es totalmente regional y tiene casi un 90% de penetración en los cables en toda Latinoamérica.

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.



Conectores



Power Passing Taps



Powerful Satellite Receiver



U10C019



Gainmaker Line Extender 1 GHz



Gainmaker High Gain Dual Amplifier 1 GHz



CAT 5e Patch Cords



Routers



SMC D3GNV5



Motorola DTA101

Equipos Nuevos y Reconstruidas

- Motorola / General Instrument
- Scientific Atlanta / Cisco
- Arris / Ccor / Phillips
- Magnavox
- Equipos Medición y Testeo
- Fibra / Cable Coaxial / Conectores
- Transmisores / Nodos Opticos
- Cable Modems Docsis 2.0 & 3.0



Cisco DPC3825, Docsis 3.0 inalámbrico Wifi, Completos, Fuente & Cat5 Patch cord.
1 Año de garantía
FOB Miami: **u\$s 18**

SMC-D3GNV5, Docsis 3.0 inalámbrico eMTA Wifi, Completo, Fuente Interna 100-240v 50/60Hz & Cat5 Patch cord. (Protocolo SIP)
1 Año de garantía
FOB Miami: **u\$s 48**

Motorola SVG2500 , Docsis 2.0 inalámbrico eMTA Wifi, Completo, Fuente & Cat5 Patch cord.
1 Año de garantía
FOB Miami: **u\$s 18**



Motorola DTA101 (HD) Nuevo con control remoto
FOB Miami: **u\$s 20**

Wolfgang Kurt Domschke

General Manager
Tel.: +1-850-450-5620
Email: wkd@wkd-cable.com
wkd-cable@skype.com

Contáctenos:

www.wkd-cable.com

Nicoletta Polizzi

Ejecutiva de Ventas Latinoamérica
Tel.: +54-911-4168-5602
Email: nicoletta@wkd-cable.com
wkd-cable-argentina@skype.com



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.



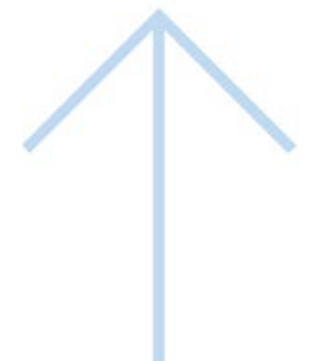
WRTP: Wireless Router Test Platform

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



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 requieren 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 continuará con un despliegue muy agresivo durante el 2017.



David Atman, presidente de Lindsay

Despliegues en importantes MSOs

Lindsay Broadband anunció que uno MSO de relevancia internacional, ha iniciado el despliegue de nodos LBON500AC RFoG con xPON. 'Esta es la primera de las muchas veces en las que Lindsay Broadband se ha asociado para evaluaciones de ajuste y función, y ahora para despliegues. Esperamos continuar el éxito de nuestra familia de productos RFoG', dijo Dave Atman, presidente de Lindsay Broadband.

Esta instalación se suma a la concretada en el operador mexicano Megacable de nodos WiFi en diversas ciudades de México. El despliegue se inició a finales de 2014 y se corresponde con una nueva oferta de servicios del cableoperador, que ofrece servicios de acceso inalámbrico gratuito a todos sus clientes como un servicio complementario.

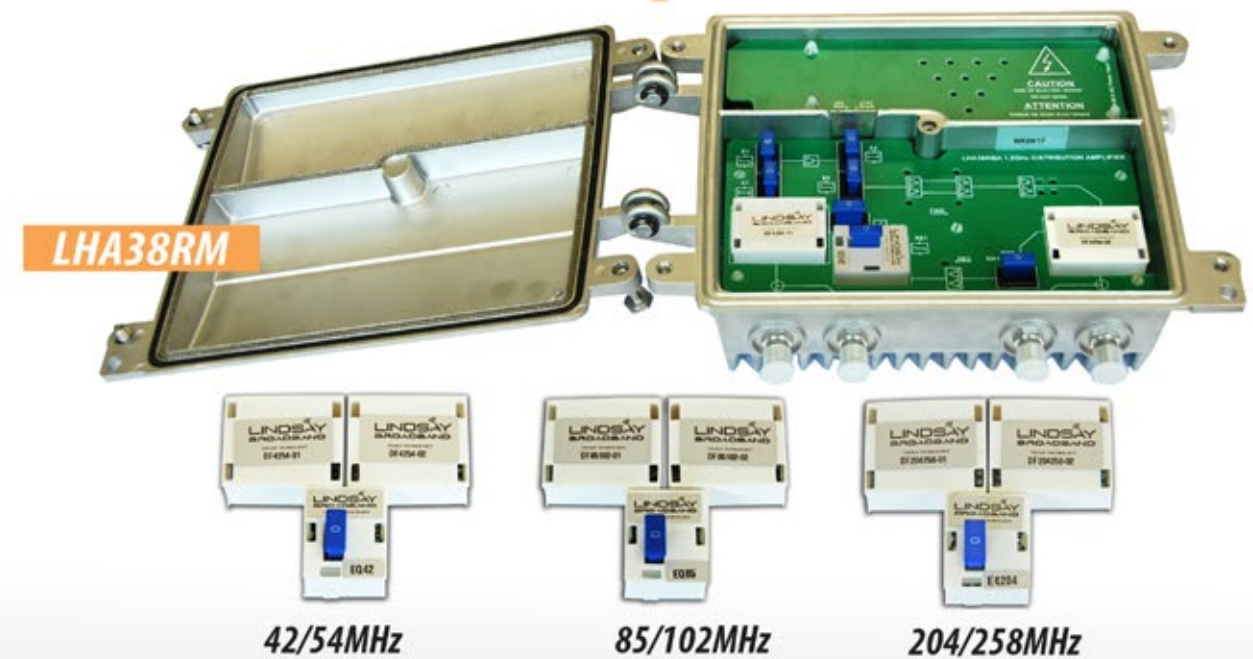
El proyecto contempló el despliegue de más de 6.000 gateways LBDG fabricados por Lindsay Broadband que le permiten utilizar sus redes HFC-DOCSIS para el backhaul y energizado POE de la tecnología WiFi seleccionada. El LBDG es un

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

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

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

Innovador Amplificador MDU



El nuevo amplificador para aplicaciones MDU de Lindsay viene preparado para redes DOCSIS 3.1® cuando su red así lo amerite. La serie de amplificadores LHA38RM opera hasta 1.22GHz y tiene módulos de ecualización y filtrado reemplazables lo cual permite un cambio inmediato de la frecuencia de retorno.

Frecuencias de retorno disponibles a 42/54, 85/102 y 204/258 MHz

Características:

- Caja de Aluminio fundido de instalación en pared
- Diseño con aletas para disipación de calor
- Estándar IP68 para usos en exteriores
- Rango de temperatura de operación de -30C a +55C
- Ganancia de 38dB en avance y 24dB en retorno
- Atenuadores tipo JXP para configuración total
- Puntos de prueba externos de -20dB
- Protección de sobretensión de 6kV en todos los puertos
- Fuentes de poder de 40-90VAC, 15VDC o 100-240VAC
- Actualización fácil de 42/54 a 85/102 o 204/258MHz

To learn more about Lindsay high bandwidth multiple dwelling amplifiers contact us today at: 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

Verimatrix: Megacable desplegó VCAS para seguridad de su OTT

Uno de los mayores MSOs de México

Verimatrix anunció que su plataforma VCAS fue adquirida por uno de los mayores MSOs de México, Megacable, para dar seguridad a sus ingresos a partir del despliegue de su nuevo servicio OTT, Xview.

Video Content Authority System (VCAS) de Verimatrix para soluciones híbridas de

Broadcast asegura la distribución de video a través de las redes de Broadcast, multicast y OTT de Megacable para los receptores. La empresa ya aseguraba los ingresos del primer servicio piloto de IPTV sobre FTTH de Megacable, que llegaba a casi 15.000 hogares en la ciudad de Guanajuato, y el



Steve Oetegenn, presidente de Verimatrix

despliegue está ahora siendo extendido para abarcar a toda la base de clientes.

Emerson Sampaio, CTO de Megacable, dijo: 'Verimatrix ha actuado como un consultor y consejero de confianza para Megacable en su transición al servicio híbrido, y su arquitectura VCAS provee la infraestructura de seguridad, herramientas y soporte que necesitamos para transformar nuestros servicios a través de la totalidad de nuestra red geográficamente dispersa. Verimatrix nos está ayudando a descubrir como nuestros flujos de ingresos e inversiones pueden pasar la transición de manera costo-efectiva, mientras se mantiene altamente competitiva en nuestros mercados'.

'La arquitectura VCAS altamente configurable combina un número de soluciones construidas sobre una plataforma común, equipando a Megacable con la agilidad que necesita para desplegar sus servicios de video IPTV y OTT. Con la plataforma de seguridad de ingresos end-to-end ya en su lugar, Megacable estará habilitado para extender de manera rápida y simple su propuesta e valor para crear nuevas oportunidades para UHD y otros servicios Premium, así como también capacidades avanzadas de monitoreo de amenazas', completó Steve Oetegenn, presidente de Verimatrix. Globetek Media, el socio distribuidor de Verimatrix en Latinoamérica, ha sido clave en el desarrollo de la relación del operador con la marca.

HANGZHOU SOFTEL OPTIC CO., LTD SOFTEL

FTTH

HFC

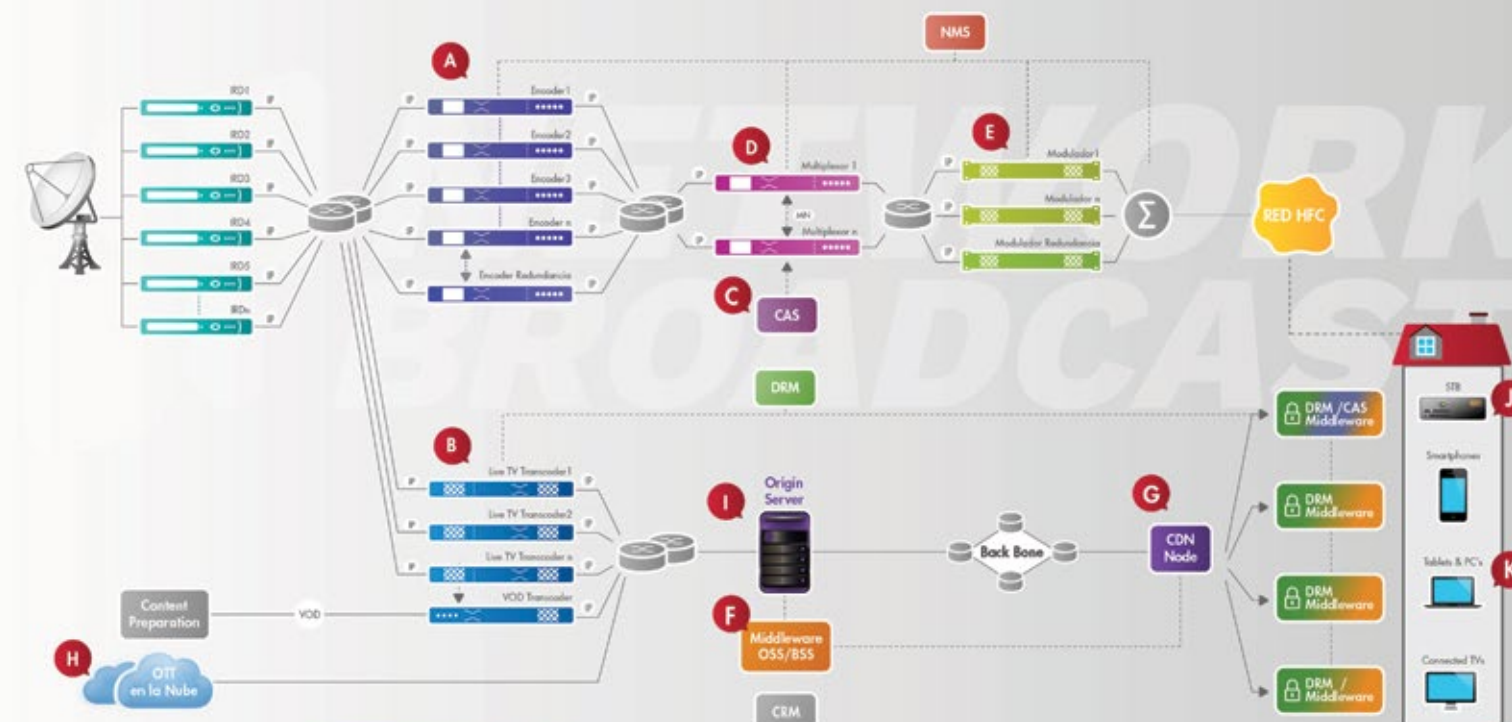
Digital Headend

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

NETWORK BROADCAST

BRINDA LA SOLUCIÓN INTEGRAL PARA TU TV DEL FUTURO

TV Lineal, VOD, Interactividad, Aplicaciones y OTT (Go y Play)



REFERENCIAS

- A Encoder:** Compresión eficiente de video a diferentes tasas para todos sus dispositivos.
- B Transcoder:** Adaptan sus entradas (SDI, HDMI, CVBS, etc) en múltiples perfiles y calidades de salida.
- C CAS / DRM:** Protega sus datos y contenidos en sus operaciones de cable, IPTV, OTT o híbrido con los más altos estándares.
- D MUX:** Multiplexe las señales de su grilla para transportarlas por su red.
- E Moduladores:** Sistema escalable de alta densidad para ajustar la grilla a sus necesidades.
- F Middleware:** Administre la interfaz del usuario, la gestión de sus clientes y facilite la interactividad con las últimas aplicaciones de OTT del mercado.
- G CDN Node:** gestión eficiente del ancho de banda requerido por sus usuarios.
- H OTT en la nube:** Unifique la experiencia agregando las aplicaciones más importantes.
- I Origin Server:** Prepare y transmita los contenidos para sus clientes híbridos y OTT.
- J STB:** La última tecnología en STB's disponibles para sus usuarios sean IP o cable.
- K Otros dispositivos:** Unifique la experiencia de sus clientes independiente de los dispositivos o dónde el cliente esté.

www.networkbroadcast.net
info@networkbroadcast.net

f /networkbroadcast

in /company/network-broadcast

WireTech

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



FABRICANTE DISTRIBUIDOR & PROVEEDOR DE SERVICIOS

de equipos de televisión por cable.

Fundada en 1999, GDI Technology, Inc. es una empresa global fabricante, distribuidora y proveedor de servicios de equipos de televisión por cable en los Estados Unidos, Latino América y el Caribe.

GDI ofrece un amplio inventario de productos y servicios que incluyen desde reacondicionamiento a recuperación de activos, totalmente diseñado para ahorrarle a su compañía tiempo y dinero. Entre otros servicios, ofrecemos servicios de reparación y prueba, limpieza y proceso de empaque, reparación y actualización de firmware personalizado de acuerdo a su necesidad.

Inc. 5000
4 AÑOS SEGUIDOS | 2014-2017

AMERICA'S
FASTEST
GROWING
PRIVATE
COMPANIES

NUESTROS PRODUCTOS

- ✓ REMOTE CONTROLS
- ✓ CABLE MODEMS
- ✓ SET-TOP BOXES
- ✓ WIRELESS ROUTERS
- ✓ AC ADAPTERS
- ✓ HDMI CABLES
- ✓ CMTS
- ✓ HEADEND EQUIPMENT
- ✓ ACCESS POINTS
- ✓ SATELLITE ANTENNAS
- ✓ TRUNK AMPLIFIERS
- ✓ TAPS & SPLITTERS
- ✓ SATELLITE RECEIVERS
- ✓ FIBER
- ✓ COAXIAL CABLE
- ✓ SERVERS & SWITCHES
- ✓ MEDIA CONVERTERS

Para más info visite:
www.gditechnology.com

...technological innovations at the touch of your finger tips.





diboxOTT



dibox.com.ar

f t y /diboxargentina

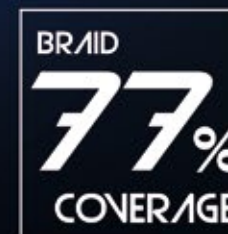
dibox

LTE SAFE

BLOCKING SYSTEM

Máxima RESISTENCIA Y PROTECCIÓN del blindaje frente a interferencias por sobrecarga de fuertes señales LTE

Innovación y tecnología orientada a prestar las soluciones que demanda a actual situación del mercado



SOLICITE INFORMACIÓN
(54) 11 4755-5200



Premium Quality hecho en Argentina

Cablenetwork Argentina SRL

Buenos Aires, San Martín Calle 113 (ex Alvear) N° 2560 Tel: (54) 11 4755-5200 ventas.ar@cablenetwork.net



cnatechnology.com

Reportv, el socio perfecto para las nuevas plataformas

De XView de Megacable a todos los grandes del Cono Sur

Jorge Gambier, CEO de Reportv, destacó que tras tantos años de trabajo en Latinoamérica, la empresa está en un muy buen momento y apuesta a seguir creciendo, con nuevas soluciones a los clientes de todo el continente, grandes y chicos.

Hace tiempo que Reportv ya está posicionada para los cables grandes y de hecho su expansión internacional se potenció al estar en 2009 en todos los grandes de Argentina. Luego se sumó ClaroTV en Centroamérica y, con la incorporación de Manuel Arnanz a la compañía con su gran expertise en el Cono Norte, se sumaron otros grandes como Cablecom, Une de Colombia, TV Cable Ecuador, Cablevisión Costa Rica y Cabletica, entre otros.

Con Megacable de México trabaja desde hace seis años, con partici-

pación en el proyecto de la nueva plataforma, Xview. Allí apartó la parte comunicacional del servicio, que sirve para guiar al cliente en lo que puede ver con más detalles.

‘Nos integramos a la plataforma OTT que cliente elija, y ellos nos dicen qué información quieren’, explicaron.

En el Cono Sur está en Cablevisión Argentina, Telecentro, Supercanal, Red Intercable, Colsecor y el Grupo Bandiera entre otros; en Uruguay NS, TCC, Montecable y Equital, en Bolivia en todos los principales y en Chile

GTD y TuVes que está en muchos países. Con Tigo tienen proyectos en Centroamérica además de tener Colombia donde Une era cliente desde hace muchos años.

Estuvo en Andina Link Centroamérica y ahora va a Jornadas va a consolidar sus productos más nove-



Manuel Arnanz y Jorge Gambier, de Reportv en ConvergenciaShow

dos como el Play, las aplicaciones móviles y el Finder que es el buscador en la red. De cara al futuro y el Mundial de Rusia 2018, está trabajando en la integración de la aplicación de deportes junto con Data Factory a quien se le compró en su momento la cartera de clientes deportivos. También se está presentando pronto la nueva aplicación móvil con un upgrade interesante y más funcionalidades.



VideoSwitch

DIGITAL INNOVATION

EPG SERVER EPG VS

VERSIONES ISDB-Tb / DVB

+ CLOSED CAPTION + GINGA + OAD + EWBS

MAS DE 180 LICENCIAS INSTALADAS EN LATINOAMERICA

Uspallata 3579 - C1437JCS
CABA, Argentina

+54 11 4911 5551

www.videoswitch.tv



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



122 CANALES DE AUDIO MÚSICA
 25 CANALES DE VIDEOS MUSICALES
 +20.000 VIDEO CLIPS

Latam: LATAMsales@musicchoice.com
 www.musicchoice.com
 +1(310)818-9199

“YOUR BEST DEAL BEGINS WITH ACE!”

WIRELESS CABLE MODEMS DOCSIS 3.0 & WIRELESS EMTA DOCSIS 3.0

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



ACE

Adams Cable Equipment



DENVER, CO
 OCTOBER 17-20

PROUDLY EXHIBITING AT BOOTH #1801



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

www.AdamsCableEquipment.com



ADAMS CABLE EQUIPMENT | 9635 Widmer Rd, Lenexa, KS 66215
 913-888-5100 | In Business Since 1998



**WE BUY, SELL
 & RECYCLE**
 NEW AND USED EXCESS EQUIPMENT.