

# CuriosityStream



TRAYÉNDOTE LO MEJOR EN ENTRETENIMIENTO FACTUAL

*Sumergite en miles de programas sobre ciencia, naturaleza, historia, tecnología, sociedad y estilos de vida.*



Lanzado por John Hendricks, el visionario fundador de Discovery Communications, CuriosityStream es un canal ganador de varios premios en el que las audiencias pueden viajar por nuestro mundo y más allá. Producciones realizadas por los mejores cineastas del mundo, imágenes maravillosas e historias sin comparación te traen lo mejor de la programación factual. Con miles de documentales y series, incluyendo originales exclusivos, muchos en Ultra-HD 4k, CuriosityStream seguramente ampliará la base de tu audiencia.



Contenido exclusivo de los mejores cineastas del mundo



Colecciones seleccionadas por nuestros premiados productores



Nuevas películas y series todas las semanas

Para más información, contacta a [distribution@curiositystream.com](mailto:distribution@curiositystream.com)

# Prensario Internacional

www.prensario.tv

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING

EDICIÓN ESPECIAL DE

# MÉXICO

CONVERGENCIA  
2019 SHOW.MX

WORLD TRADE CENTER - CIUDAD DE MÉXICO

JULIO 2019 | AÑO 28 | # 364



LA DOÑA



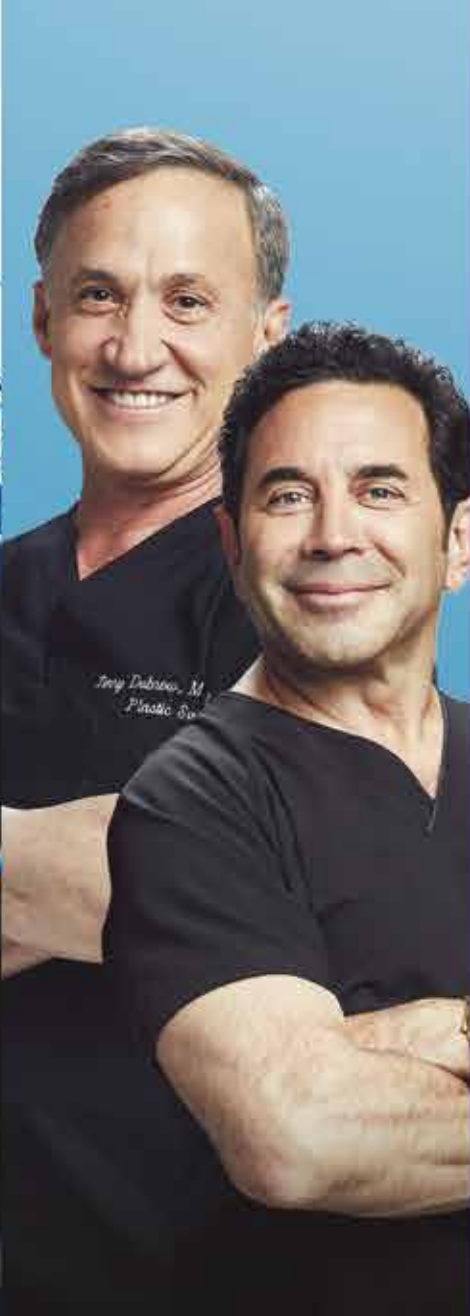
LA CHICA DANESA



RANSOM



THE MAGICIANS



BOTCHED



TELEMUNDO INTERNACIONAL

STUDIO UNIVERSAL



UNIVERSAL TV

SYFY



CONTENIDO PARA TODAS LAS AUDIENCIAS

NBCUniversal INTERNATIONAL NETWORKS

LATIN AMERICA

**Prevail** CATV We have 31 years of professional experience in CATV equipment manufacture.



CATV Optical Communication Platform  
WOS-4000



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



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



**2.4G and 5.8G**

Dual Frequency GPON ONT:WGP3200-DW



GEPON ONU



8 Ports To 16 Ports  
GEPON



FTTH Optical Receiver  
WR-1075MB-WD



FTTH Optical Receiver  
WR-1082A



FTTH Optical Receiver  
WR-1088-M



Passive Receiver  
PR1201

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



CON  
SABOR  
Y SABER



VISÍTENOS  
EN  
CONVERGENCIA

## HACIA UNA COCINA COMPROMETIDA

DW Español presenta cada semana recetas creativas que fusionan tradiciones gastronómicas dispares, el sabor de dos continentes. Arte culinario aderezado con responsabilidad ambiental y una alta dosis de estética en cada plato. Informativo, ameno y actual.

## XXI Edición Especial de México y Convergencia Show.mx

Por 21° año consecutivo **PRENSARIO** realiza su Edición Especial de México, que como todos los años tiene el objetivo de mostrar, en una sola edición, la expresión de los mayores protagonistas del mercado de la TV paga y las telecomunicaciones en México.

En tiempos donde Internet marca lo más urgente y puntual, proponemos una visión global en una edición de alcance anual, que no pierde vigencia hasta el año próximo.

Incluye nuestro informe general del mercado con datos duros y análisis de su evolución al estilo de **PRENSARIO**, como también la mirada de ad sales que siempre es relevante para los programadores.

Pero en definitiva, a ellos les traemos la expresión aquí de sus mejores clientes en tiempos de cambios tan relevantes del mercado, como son **Alex Penna** de **Sky**, **Salvi Folch**, CEO de **izzzi**, **Gerardo Seifert**, de **Megacable**, **Alejandro Tanaka** de **PCTV**,

**Jorge Tatto** de **MVS/Dish**, **Marcelo de la Cruz** de **Cinépolis Klic** como OTT y **Fernando Bellido** de **Altán** como proveedor de la red de fibra para conectividad, así como los independientes agrupados en **ATIM** con **Salomón Padilla**.

### Conecta y ConvergenciaShow.mx

Como eventos, traemos la cobertura de **Conecta Latam** realizada en México, que tuvo participantes relevantes para el mercado, y tendremos la distribución más importante en la nueva versión de **ConvergenciaShow.mx** en el **World Trade Center** de Ciudad de México, del 8 al 11 de julio.

Como decimos en su editorial, es importante que la industria de la TV paga y las telecomunicaciones en México siga teniendo sus lugares de encuentro, además de su función específica de llegar a los socios de la asociación independiente **ATIM** y a los nuevos OTTs e ISPs que se verán allí.

## XXI Mexico Special Edition & ConvergenciaShow.mx

This 21<sup>st</sup> Mexico Special Edition aims to show the vision of mayor players of Pay TV and telecommunications market in Mexico. In times where Interent shows the most urgent issues, we propose a global focus within an annual edition which remains valid. We include a main report about Mexico market with data and analysis in the **PRENSARIO** style, as well as the view of adsales, always relevant for programmers.

This edition compels comments and the expression of the most relevant customers in these changing times. Thus, we have **Alex Penna** (**Sky**), **Salvi Folch** (**izzzi**), **Gerardo Seifert** (**Megacable**), **Alejandro Tanaka** (**PCTV**), **Jorge Tatto** (**MVS/Dish**), **Marcelo de la Cruz** (**Cinépolis Klic**) and

**Fernando Bellido** (**Altán**) as provider of fiber network for national connectivity, and the independent Pay TV and telecom operators that belong to **ATIM** with **Salomón Padilla**.

### Conecta and ConvergenciaShow.mx

We bring media coverage of **Conecta Latam**, which took place in Mexico with relevant participants and we will have main distribution at new edition of **ConvergenciaShow.mx** at **World Trade Center** in Ciudad de México, on July 8-11<sup>th</sup>.

It is very important that Mexican Pay TV and telecommunications industry keeps having its meeting places, besides its specific goal of reaching independent cable operators, new OTTs and ISPs which will be seen there.

## Prensario Internacional

Publicación mensual de Editorial Prensario SRL  
Las Casas 3535 - C1238ACC  
Buenos Aires, Argentina  
Tel: (+54-11) 4924-7908  
Fax: (+54-11) 4925-2507

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

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

**México:** Vladimir Martínez  
vladimir@prensario.com

**Chile:** Karina Cortés  
karina@prensario.com

**Perú:** Miguel Angel Hurtado  
miguelangel@prensario.com

**Colombia:** Paola Zapata Lozano  
paola@prensario.com

**Ecuador:** Juan Carlos Arias Rendon  
juanarias@prensario.com

**Paraguay:** Prince Soledad Otto  
soledad@prensario.com

**Uruguay:** Santiago Rodriguez  
santiago@prensario.com

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

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

©2019 Editorial Prensario SRL  
Las suscripciones deben abonarse con cheque o giro a la orden de Editorial Prensario SRL o por débito de tarjeta de crédito. Registro Nacional de Derecho de Autor N° 10878

# Turner

We make fans.





# México apuesta todo a la conectividad

Con casi 22 millones de suscriptores, México continúa liderando el mercado de TV paga a nivel regional, superando a Brasil por tercer año consecutivo. Según el IFT, la base de abonados mostró al cierre del 2018 una leve disminución del 0,4% respecto al año anterior, con una penetración nacional de 64 accesos por cada 100 hogares.

En cuanto a la distribución del mercado, **Televisa** con todas sus empresas se mantiene como líder con el 60,8% de market share, seguida por **Dish** (14,8%), **Megacable** (14,6%), **Totalplay** (3,6%), **StarTV** (1,4%) y **Axtel** (0,1%).

El 57,3% del mercado accede a la tecnología satelital, donde **Sky** del grupo Televisa es líder con el 71,7% de los accesos, seguido por Dish con el 25,8% y StarTV con 2,5% del segmento DTH. Por su parte, el 42,7% restante del mercado tiene un servicio de TV por cable.

A principios de año, fuentes de Televisa hablaron sobre la posibilidad de combinar sus activos con los de Megacable, formando un conglomerado que concentraría el 75% de participación de mercado en TV paga y casi el

40% en banda ancha, generando un competidor fuerte en el mercado de las telecomunicaciones, actualmente liderado por **Telmex**. Si bien todavía no se conocieron los términos del posible acuerdo ni se confirmó la operación, se ha generado una fuerte expectativa por la reconfiguración en el mercado de telecomunicaciones que implicaría este movimiento.

Mientras tanto, **América Móvil** continúa su puja por ingresar a la TV paga. En la primera parte del año, la empresa de **Carlos Slim** reiteró su pedido de autorización al IFT para ingresar al negocio del video en ese país, sea satelital o por Internet. Allí expuso que habilitar el acceso a la televisión para alguna de sus subsidiarias beneficiaría la oferta de servicios convergentes en México, ampliando en el corto plazo las opciones de los usuarios e intensificando el ambiente de competencia en el mercado de televisión.

## Apuesta a la conectividad

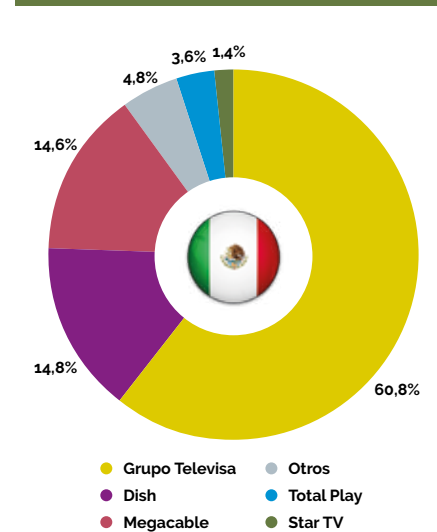
Sin dudas, el crecimiento de las telecomunicaciones en México está impulsado por el servicio de Internet fijo, que al cierre del 2018 superó los 18,4 millones de accesos con un incremento del 7,7% respecto al año anterior. El 20,2% de los accesos se realizaron por medio de fibra óptica, tecnología que creció dos puntos en igual periodo.

El mercado de Internet está liderado por **América Móvil** que tiene el 52,1% de los suscriptores a nivel nacional, seguido por **Televisa** (22,9%), **Megacable** (15,9%) y **Totalplay** (6,5%). La venta del negocio de fibra óptica de **Axtel** a Megacable y Televisa explica la disminución de un 70% en su base de conexiones respecto al mes anterior.

La penetración del servicio fijo de acceso a Internet en México se ubicó en 54 por cada 100 hogares, superando a países como Brasil y Colombia.

La conectividad es uno de los puntos fundamentales de la actual gestión de gobierno, liderada por **Andrés Manuel López Obrador**,

Market Share de TV Paga por compañía (4Q 2018)



Fuente: IFT

quien meses atrás anunció el despliegue de 50.000 kilómetros de fibra óptica como parte del proyecto de Red Troncal.

El proyecto fue iniciado por la gestión anterior de Enrique Peña Nieto y frenado al inicio del actual gobierno, dejando sin efecto las condiciones previstas que establecían una asociación público-privada para su ejecución. Dicha propuesta contemplaba 25.000 kilómetros, cifra que López Obrador duplicará, de acuerdo al anuncio.

Teniendo en cuenta las experiencias de otros mercados de la región, algunos analistas consideran que esta cifra es extremadamente alta: Argentina proyectó el despliegue de 58.000 km de fibra en todo el país pero, con cambio de gobierno en el medio, recién ha concretado el 58% a diez años del anuncio inicial. Colombia ha desplegado 19.000 km sobre un total de 1,1 millones de kilómetros cuadrados que ocupa el territorio nacional, mientras que Perú ha completado 13.000 kilómetros sin llegar a cubrir sus expectativas y con gran parte subutilizada.

La Red Troncal se complementa con la Red Compartida, operada por Altán Redes bajo

un esquema de asociación público privada con el Estado. Mientras la Red Compartida está abocada a desplegar un servicio inalámbrico y móvil de telecomunicaciones, la Red Troncal estará orientada a proporcionar servicio de cableado fijo.

## Telefonía móvil

La telefonía móvil en México superó los 120 millones de accesos con una teledensidad de 96 líneas por cada 100 habitantes, representando una tasa de crecimiento anual de 5,1% respecto al cuarto trimestre de 2017. El 83% de las líneas fueron de prepago y el 17% de postpago.

América Móvil concentra el 62,49% de participación de mercado de telefonía móvil, seguido por Telefónica con el 21,22% y AT&T con el 14,82%. El 77% del segmento de Operadores Móviles Virtuales (OMV) está concentrado entre Freedom, OUI, Virgin Mobile y Qbo Cel.

Respecto a la posición de América Móvil, que opera la marca Telcel en este mercado, se conoció meses atrás que Telefónica reclama que las empresas competidoras no están accediendo a los máximos beneficios de la regulación asimétrica que el IFT al líder del segmento e instaron al regulador a reforzar su acción en beneficio del resto de la industria.

## Alto consumo OTT

El 88% de los usuarios de Internet de México consume contenidos de video por Internet, lo que posiciona al país en el quinto lugar mundial en penetración del servicio, según cifras de Statista. La misma fuente indica que sólo en el segundo trimestre del 2018, los ingresos

por servicios OTT crecieron 26,3% con un total estimado en USD 626 millones y una proyección de 1600 millones para el 2023. Netflix es la plataforma de OTT más consumida en México, seguida de Claro Video, YouTube, Amazon Prime y HBO GO, de acuerdo a Merca2.0.

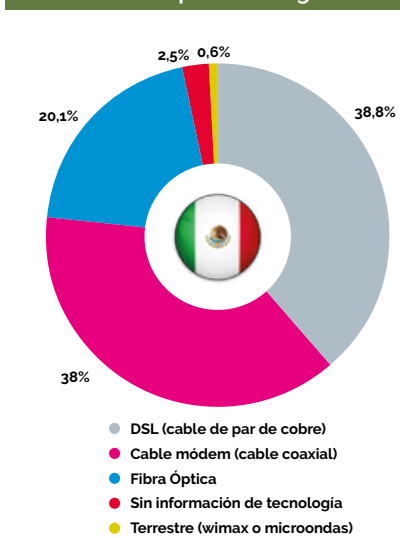
El acceso a plataformas OTT ha crecido de manera significativa en México. Según The Competitive Intelligence Unit (The CIU), hasta septiembre de 2018 había 8,3 millones de suscripciones, sumando 600.000 accesos en solo un año.

Entre las novedades más destacadas, Ultravisión se convirtió en el primer operador de TV paga en México en ofrecer el servicio a través de una aplicación móvil, luego de lanzar Ultra TV en las ciudades de Puebla y Atlixco. La compañía, que ya ofrecía servicios de TV paga e Internet inalámbrico, utiliza para este nuevo servicio una red de datos 4.5 LTE (una tecnología de transición entre el 4G y el 5G) montada sobre la banda 2.5 GHz.

Además, el mercado cuenta con un nuevo competidor en el rubro de video por Internet; la plataforma de streaming premium StarzPlay, lanzada por la compañía global de medios Starz en 2018, se expandió en Latinoamérica, desembarcando en México además de Argentina, Colombia y Chile, además de Europa.

En abril, Viacom International Media Networks anunció en abril el lanzamiento de su OTT Paramount+ en la región con contenidos de la compañía, que se comercializará tanto a través de operadores, como de forma directa al consumidor. Su primera aparición en el mercado fue a través

Distribución del mercado de banda ancha por tecnología



Fuente: IFT

de Net en Brasil, para llegar luego al resto de Latinoamérica a través de Claro Video.

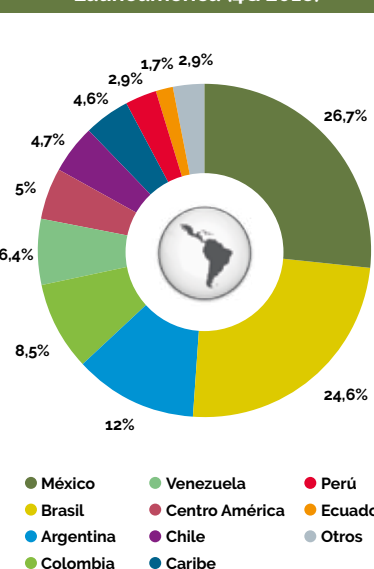
## Inversión publicitaria

Se estima que la inversión publicitaria en México alcanzará los USD 28.000 millones para fin de año, mostrando un crecimiento del 2,1% respecto del año anterior y posicionando al mercado en el tercer lugar dentro de toda Latinoamérica, según las cifras de Statista. En los últimos nueve años, esta industria creció casi un 43%.

La televisión es el principal medio de inversión con USD 2299 anuales, aportando más dinero a la industria que Internet, la radio, los anuncios exteriores y el cine juntos. De acuerdo al IFT, en 2018 la proporción promedio de personas con el televisor encendido fue de 14,84%. El grupo etario de 13 a 18 años fue el que registró un menor tiempo de exposición al televisor con 4:34 horas, mientras que los mayores de 45 años dedicaron más tiempo a ver la televisión, en promedio 5:59 horas.

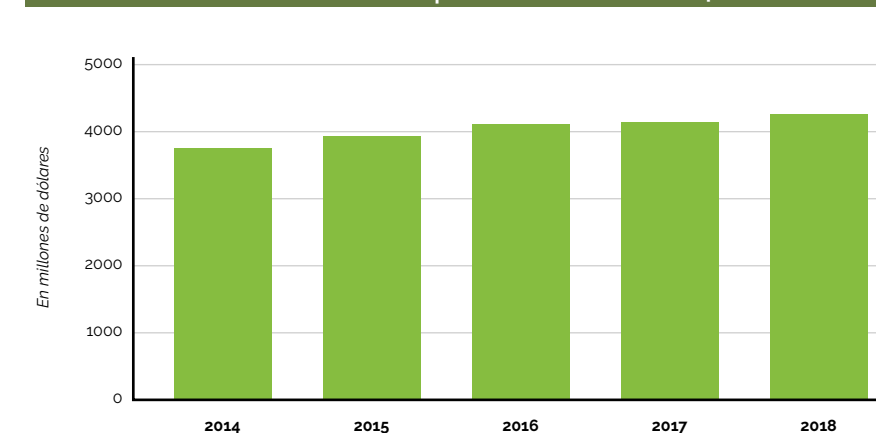
El consumo de programas en canales de TV de Paga obtuvo 4,2% de rating, mientras que el consumo por TV abierta registró 7,8%, lo que equivale al 28,5% y 52,9% de participación de audiencia respectivamente. Los géneros dramatizado unitario, reality show y telenovelas fueron los que registraron mayor rating en la televisión abierta, según el último informe del IFT.

Market Share de TV Paga por país, Latinoamérica (4Q 2018)



Fuente: Dataxis

Evolución de la inversión publicitaria en México 2014-2018



Fuente: Merca2.0

# Convergencia Show.mx: Punto de encuentro para el nuevo mercado mexicano

Operadores independientes y nuevos ISPs que ofrecerán video

Del 8 al 11 de julio, en un formato extendido de cuatro días de convención, se llevará a cabo la nueva edición de ConvergenciaShow.mx en el World Trade Center de la Ciudad de México.

Si bien los cambios en la industria de la televisión son claros y están planteando muchos retos para convivir con el OTT y las nuevas tecnologías, en México por la consolidación que ha experimentado el mercado parece que esa transición es más dura para muchos miembros de la industria. Sin embargo, la solidez del mercado que incluso aventaja a Brasil en cantidad de suscriptores y el poder firme de sus empresas principales de telecomunicaciones como **Telmex**, **Televisa**, **MVS/Dish**, **Megacable** o **Sky**, hacen que siempre sea un error desatenderlo.

## Operadores de ATIM e ISPs activos

Además, los independientes agrupados en **ATIM** y que tienen a **Salomón Padilla** como representante legal, se han mostrado muy activos desde que tienen su propio

evento que luego derivó en ConvergenciaShow.

Padilla remarcó que están para hacer negocios allí y que todavía les falta completar su transición a la era digital y que todos sus 70 socios –más de 60 cabeceras– tengan fibra óptica para dar Internet.

Lo mismo la cámara de ISPs que participa en todos los foros, representando a un sector que en Brasil está marcando la diferencia del lado independiente. Ambos serán participantes activos de esta nueva edición de Convergencia.

Para atenderlos, en el panorama de stands, la tendencia como en otras expo de la industria es que el avance de los proveedores de tecnología China y oriente en general, y que pierden presencia en el evento los principales programadores. Incluso este año y como



El corte de cinta inaugural de ConvergenciaShow 2018



Salomón Padilla, VP de ATIM; y Rafael Val, director de Newsline Report y organizador de ConvergenciaShow.mx



Jorge Tanaka, director general de PCTV; Patricio Zorrilla, VP de Ultra Telecom; y Enrique Gandulfo, CEO de Veas



Jorge Tatto, de MVS; y Fernando Muñoz, de Televisa Networks



Salomón Padilla, de ATIM; José de Jesús Villaseñor, de TV Cable Tepa; Jorge Tanaka, de PCTV; y Arnaldo Adame, de Discovery Networks



Carlos Boshell, de MBA; Jack Feldman y Areli Amaya, de Wherever TV Latino; Matilde de Boshell, de MBA; y Mar Martínez, de Atresmedia Internacional

decimos más arriba por ser México, esta tendencia parece profundizarse de manera innecesaria en esta Expo Convención, pues las señales podrían ocupar más lugar como si pasa en otros eventos de la región. Es una lástima pues hay mucho lugar para tener un lugar en la planeación de estos nuevos operadores e ISPs que ofrecerán video en México.

## Fuerte agenda de conferencias

Al mismo tiempo, la organización de Newsline Report que lidera **Rafael Val** da lugar para todos en los workshops y apuesta a una fuerte agenda de conferencias con personalidades como **Ana Saracho** de Telefónica, **Carlos Salomón** de Huawei, nuestra querida **Fidela Navarro** de Depomine para los contenidos de **TV Azteca**, **Gisela San Juan** y **Abel Hilbert** de Análisis e Innovación Económica de la Oficina de la Presidencia de la República; **Sostenes Díaz**, **Arturo Robles** y **Mario Fromow** de **IFeTel** y **Miguel Calderón** de **Canieti**, entre otros.



SEGUIMOS EVOLUCIONANDO SEGUIMOS TRASCENDIENDO

HBO | LATIN AMERICA

Seguimos siendo líderes, innovadores e inigualables. Seguimos siendo el único grupo de canales que ofrece entretenimiento en constante evolución, inteligente, personalizado y accesible a través de todas las plataformas. Fuimos, somos y seguiremos siendo, **HBO Latin America Group**.

## Conferencias ConvergenciaShow 2019

Lunes 8 de julio

11:00-13:00

Taller de Capacitación: *Mujeres en convergencia*  
**Disertante:** Mtra. Elizabeth Peña Jáuregui, especialista en telecomunicaciones e inclusión de género

13:00-15:00

Foro: *El liderazgo de las mujeres en la industria*  
**Disertantes:**  
Ana de Saracho O'Brien, Telefónica  
Isabel Prieto, Altán Redes  
Guadalupe Rincón, El Financiero TV  
Fidela Navarro, Dopamine  
Elizabeth Jáuregui  
Fernanda Merodio, WITC México  
Mujeres en Medios  
Andrea Escobedo Lastiri, CANIETI  
**Moderadora:** Guadalupe Michaca

Martes 9 de julio

09:00-09:45

Workshop: *BYTE: Costo de oportunidad en la mejora de tus controles administrativos*  
**Disertante:** Gabriel González

10:00-10:45

Workshop: *NON STOP: Opciones para actualizar mi Red de Cable*  
**Disertante:** Alejandro Cendejas, Non Stop

11:00-11:45

Workshop: *COMCAST: OTT Sistema de Manejo de Contenido*  
Sala Workshops, Salón Mexico, WTC  
**Disertante:** Idan Kessel Director General

12:00-12:45

Workshop: *Promptlink: Detección y localización de ruido en redes HFC*  
**Disertante:** David Mosquera, Promptlink

13:00

Acto Inaugural  
**Disertantes:**  
Salma Jalife Villalón, SCT  
Mtro. Gabriel Contreras Saldívar, IFT  
Mónica Aspe Bernal, Canieti  
Miguel Calderón Lelo de Larrea, Telefónica  
Gabriel Székely, Anatel

13:15

Apertura de la exposición

16:00

Presentación de Songje TV

16:00-18:00

Foro: *Los Canales de Noticias frente al nuevo modelo de Comunicación Gubernamental*  
**Disertantes:**  
Guadalupe Rincón, El Financiero Bloomberg  
Arturo González, Telefórmula  
Luciano Pascoe, ADN 40  
Héctor Zamarrón, Milenio TV

20:00-24:00

Cóctel de Bienvenida

Miércoles 10 de julio

09:00-09:45

Workshop: *Network Broadcast: Cómo los operadores pueden incrementar sus ingresos y reducir la baja de usuarios*

**Disertantes:**  
Gonzalo González  
Matías Lassalle

10:00-10:45

Workshop: *Bicom Systems: VoIP- Beneficios y cómo venderlo*  
**Disertante:** Saulio Reyes

11:00-12:00

Workshop: *Comcast: FTTH para cableoperadores*  
**Disertante:** Hugo Maldonado

*Redes HFC vs FTTH para Cable Operadoras*  
**Disertante:** Salvador Sevilla

12:00-12:45

Workshop: *Fibrastore: Nuestra red FTTH y servicios de alta capacidad por usuario*  
**Disertante:** Rubén Rollheiser

13:00-14:00

Workshop: *HUGHES: Cómo proveer Internet de Banda Ancha Satelitalmente*

**Disertantes:**  
Mauro Pérez Santos  
René Ibarra Remeteria  
Eloy Mendez Mendez  
Vinay Patel

13:00-14:00

Panel: *5G ¿Cuándo, Dónde y Para Qué?*

**Disertantes:**  
Miguel Calderón Lelo de Larrea, Telefónica  
Mario Germán Fromow Rangel, IFT  
**Moderador:** José Otero Muñoz, 5G Américas

13:00-19:00

Exposición

16:00-18:00

Panel: *IoT y los nuevos cambios de hábitos de consumo en los contenidos*  
**Disertantes:**  
Sóstenes Díaz González, IFT  
Gisela San Juan, Presidencia  
**Moderador:** Víctor Pavón Villamayor, Oxford Competition Economics

19:00

Cierre de la exposición

Jueves 11 de julio

12:00-12:45

Workshop: FYCO

11:00-11:45

Conferencia: *izzy: La evolución del negocio de las redes cableadas*  
**Disertante:** Israel Madiedo, izzi

12:00-12:45

Workshop: *FYCO: Fibra Óptica: Motor principal de desarrollo en nuestro país*  
**Disertante:** Álvaro Alejandro Marroquin Mora, Alma Laboratorios

13:00-14:00

*La cobertura rezagada, ¿Red Troncal?, ¿Red Compartida? ¿Operador Estatal?*

**Disertantes:**  
Abel Hibert Sánchez, Presidencia de la República  
Edgar Olvera Jiménez, Greenberg Traurig  
María de Lourdes Coss Hernández, Promtel  
José Luis Peralta Higuera, Red A  
Fernando Bellido, Altán Redes  
**Moderador:** Arturo Robles Rovalo, IFT

13:00-18:00

Exposición

16:00

Panel: *Perspectivas y desafíos de la Industria al 2025*

**Disertantes:**  
Ernesto Piedras, The CIU  
Javier Allard, AMITI  
Mónica Aspe Bernal, AT&T  
Javier Juárez Mojica, IFT

18:00

Cierre y clausura del evento



HGTV

LLEGÓ HGTV  
**LA INSPIRACIÓN EN CASA**

IDEAS, REMODELACIÓN, RECICLAJE Y SOLUCIONES

EL NUEVO CANAL DE Discovery



## ATIM crece y encara los nuevos tiempos

Tiene 80 socios y cubre 300 poblaciones en todo el país

**Salomón Padilla**, representante legal de ATIM, la asociación de operadores y telcos independientes de México, destacó la búsqueda de un lugar según los nuevos tiempos, mientras contribuye al crecimiento de la expo donde ATIM es protagonista.



‘Seguimos creciendo en ATIM y recientemente hemos sumado cuatro concesionarios de Veracruz. Ya somos 80 socios y cubrimos 300 poblaciones. Además, tenemos proyectos para sumar a **Total Play** y **Star Group**; los estamos invitando al evento, queremos convencerlos que somos aliados, que podemos complementarnos con las dos empresas y que vean valor en ATIM’, destacó Padilla.

‘El negocio evolucionó, la TV restringida pasó a ser un servicio adicional y estamos impulsando los nuevos servicios, para lo que necesitamos ver cómo integrar la mayor cantidad de fibra hacia la casa’, agregó.

‘Estamos trabajando muy duro con eso, recibimos ayuda de muchos proveedores en el plano de ingeniería y vamos a dar finalmente esos servicios. Tenemos la puesta de fibra con **Comcast** que fue el más adelantado y hay una solución de **ZTE** que van a probar

para Fibra a la casa’.

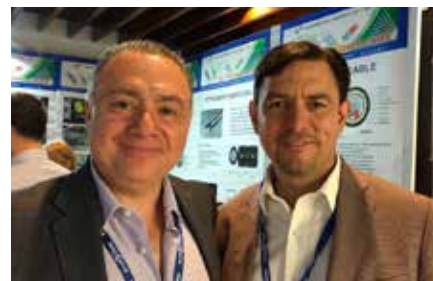
‘Vemos con **Altán** para poder prestar dos nuevos servicios, Internet inalámbrico y telefonía móvil, que sería un gran avance. A los socios que no puedan darlo hoy, trataremos de apoyarlos y conseguirles todos los elementos que requieran para subir el nivel de su servicio’.

‘De los 80 asociados, la mitad o un poco menos de eso ofrecen internet, en parte porque no hay enlaces. Hay mucha tarea por hacer con **Altán** y donde esta no pueda con el Gobierno Federal’, concluyó.

### Los programadores con los independientes

Sobre el mercado, el ejecutivo señaló: ‘Mi visión es que todo vuelve a su origen, los programadores que eran Premium volverán a serlo y buscaremos alternativas. La mayoría de las señales saldrán de nuestras parrillas para enfocarse en sus propias OTT o servicios como el de **Disney**’.

‘Entonces, dejarán un espacio grande a los nuevos programadores, que seguramente serán más de nicho. Tendremos el desafío



Jorge Gutiérrez, de Azteca y Salomón Padilla, de ATIM

de entregar la programación que realmente le interese a nuestras poblaciones y que no sea tan segmentada. En Convergencia es interesante la llegada de **SongieTV**, que trae programación enfocada y que genera valor a nuestras programaciones, pensando en grande’, afirmó.

‘Otro programador que quiero destacar es **TV Azteca** en la figura de **Jorge Gutiérrez**, con quien hemos trabajado mucho para generar contenido local y es un ejemplo de cómo una televisora grande puede interesarse en los pequeños operadores para una cobertura nacional. **Televisa Networks** también va a estar en el evento y esperamos ver que nos ofrece’, finalizó.



## Totalplay: Acuerdos en TV paga y crecimiento en Internet

**Totalplay** fue uno de los pocos operadores que logró crecer en participación de mercado en el servicio de Internet en México logrando pasar de 5 a 6,5%, de acuerdo con las cifras del IFT al cierre del 2018. En el mercado de televisión paga, cerró el mismo periodo con 780.631 abonados, manteniendo su posición de cuarto operador con el 3,6% de participación de mercado.



junto a **Google Ad Manager**, estableciéndose como el primer operador en concretar este proyecto a nivel mundial.

Por otra parte, se destaca el acuerdo con **Claro Sports** por el que el canal latinoamericano de contenido deportivo ya está disponible en los paquetes Básico y Básico Extendido de Totalplay.

‘La oferta de contenido de Claro Sports permitirá a nuestros suscriptores disfrutar de la más amplia gama de opciones en contenido deportivo’, dijo **Hugo**



Eduardo Kuri, director general de Totalplay

**Adrián Hernández**, director de televisión y adquisición de contenido de Totalplay.

### Publicidad y programación

En marzo de este año, Totalplay lanzó un proyecto de publicidad segmentada en TV paga

Darle a tus suscriptores todo lo que quieren, ESO ES SER PREMIUM.



| SERIES EXCLUSIVAS | PELÍCULAS ESTRENO |  
| DEPORTES EN VIVO |

FOX PREMIUM



MÉXICO

## izzi: Nuevas señales y acuerdo con Netflix

Totalizó 4,4 millones de usuarios en el servicio de video

En los últimos años, el negocio de las telecomunicaciones se ha vuelto muy importante para el **Grupo Televisa**, logrando un crecimiento constante desde el lanzamiento de **izzi** en 2014.

En 2018, la oferta unificada de servicios bajo la marca izzi creció 9,6% en ventas y 9% en utilidad del segmento operativo, con adiciones orgánicas netas de RGUs cercanas a 1,2 millones. La tendencia se mantuvo el primer trimestre del 2019, creciendo 14,2% en ventas y 17,3% en utilidad del segmento operativo para terminar el periodo con 12,1 millones de unidades generadoras de ingresos.

De ese total, 4,4 millones de suscriptores corresponden a video, 4,6 millones a banda ancha y 3,2 a telefonía. El crecimiento trimestral respecto del mismo trimestre del 2018 fue de 3,3%, 15% y 47,5%, respectivamente.

**Salvi Folch**, CEO de izzi, comentó: 'En este año lanzamos dos canales: **Real Madrid TV**, con información sobre el equipo de fútbol español y sus filiales, entrevistas exclusivas, reportajes, resúmenes y análisis de los partidos. Sabemos que la afición merengue es fuerte en nuestro país y con esta opción, podrán disfrutar en familia mucho más'.

'En verano del año pasado lanzamos **Afizionados** con contenido deportivo y transmisiones de todos los partidos del equipo Tigres de la Universidad Autónoma de Nuevo León como local, dando valor agregado a nuestras audiencias futboleras', agregó.

El otro lanzamiento exclusivo de izzi en este año fue **DogTV**, el primer canal del mundo con contenido especialmente creado para los perros.

'Los contenidos para DogTV han reportado disminución de conductas derivadas del estrés en los mejores amigos del hombre, pero también incluyen varios programas sobre bienestar de ellos, a través de consejos de crianza, alimentación y nuevas tendencias sobre todo lo que tiene que ver con los perros', agregó. Presentado en alianza con

**Discovery**, DogTV se ve en Estados Unidos desde el 2012, y también está disponible en Brasil, Francia, Corea del Sur e Irlanda. Dentro de la programación se pueden ver y oír cosas amigables para los perros, desde colores atractivos hasta sonidos que no lastiman los oídos de las mascotas.

Otros lanzamientos, dijo Folch, fueron **Home and Garden**, **The Food Network** y **Noggin**.

### Incorporación de Netflix

'A partir de marzo de este año, sumamos a **Netflix** al menú de canales de izzi, con lo que hemos puesto al alcance de nuestros suscriptores una de las plataformas de contenidos más importantes del mundo. Seguiremos ampliando nuestras ofertas a través de alianzas estratégicas y de la escucha constante de nuestros clientes, a quienes nos debemos'.

El OTT se incorporó en la plataforma de izzi como aplicación o canal anexo, similar a HBO. Cada cliente de izzi podrá contar por separado con su propia suscripción de Netflix para disfrutar de su contenido desde la plataforma de cable. El objetivo es que los usuarios que quieran acceder al OTT no abandonen izzi.

Por el momento sólo Blim, HBO y FOX Premium pueden contratarse con acceso directo dentro de los paquetes que ofrece el operador del Grupo Televisa.

### Contenido on demand

'Con esto estamos creciendo cada vez más nuestro espectro de opciones para todo tipo de audiencias. Todos nuestros suscriptores de video pueden optar por tener acceso a nuestra aplicación **izzi-go**, que les permite ver diversos canales lineales y miles de horas de contenido bajo demanda en dispositivos móviles', remarcó el CEO de izzi.

'En izzi pensamos que la TV de paga da un valor agregado para nuestros clientes. Los OTTs y la televisión pueden coexistir y lo hacen todos los días de manera comple-



Salvi Folch, CEO de izzi

mentaria, puesto que implica una diversidad y cantidad de contenidos muy superiores a los de las plataformas como Netflix, Blim o Amazon Prime Video, que tienen su fortaleza en las series y películas para niños y adultos'.

'Quienes consumen TV paga tienen entre sus intereses series y películas, claro, pero también siguen noticieros y otros eventos en vivo, justas deportivas y otros que no están en las plataformas OTT. izzi ha buscado llevar a sus clientes todos estos contenidos de manera integral, y lo hemos logrado a través de **izzi TV**, donde tienes todo en un mismo lugar'.

'Hoy, nuestras alianzas estratégicas con otras plataformas se fortalecen a diario y pronto estaremos en posibilidades de presentar más sobre este tema, en beneficio de nuestros suscriptores', resumió.

### La TV paga en México

Salvi Folch opinó: 'En semanas recientes, nuestro órgano regulador, el **Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)**, realizó una consulta pública sobre la preponderancia en el sector telecomunicaciones y es importante decir que ya diversas voces se han pronunciado sobre la falta de eficacia de la regulación impuesta al preponderante (**América Móvil**)'.

'Esperamos que en los próximos meses el IFT genere mejores condiciones de mercado y un ambiente real de competencia efectiva en beneficio de los consumidores, que son quienes cada vez demandan mejor calidad de servicios a un menor costo', concluyó.

**PCTV**

Discovery NETWORKS™

AMC NETWORKS™

Disney and ESPN Media Networks

**LOS MEJORES PAQUETES DE SEÑALES EN LA TV DE PAGA**

[www.pctv.mx](http://www.pctv.mx)

contacto: Roxana Escobar  
 mail: rescobar@pctv.mx / tel: 01.55.3098.2342



## Megacable: Crece Internet y TV paga de la mano de Xview

Amplía su oferta de contenido lineal y multiplataforma

Gerardo Seifert Arriola, director de mercadotecnia en Megacable, destacó que en el primer semestre del año, la empresa ha conseguido mantener el crecimiento en los tres segmentos del mercado: televisión, Internet y telefonía, aunque con un menor crecimiento de los mercados con base en lo que se vio al principio del 2018.

‘Los últimos 12 meses el mercado de las telecomunicaciones se ha mantenido estable con crecimientos marginales. Recordemos que en el primer semestre del 2018 tuvimos la Copa del Mundo en y eso regularmente acelera el crecimiento de segmento TV. Además, en julio tuvimos elecciones presidenciales lo que generó un aceleramiento de la economía en los primeros seis meses del año, ocasionando dinamismo en la industria’, explicó.

‘En 2019, los tamaños del mercado durante se han movido poco, los crecimientos son marginales, complicando los crecimientos de suscriptores. La batalla ahora se encuentra en quién puede ofrecer la mejor oferta de valor para el cliente. Para esto, la estrategia es darles a los usuarios un mejor producto, un mejor servicio, una mayor velocidad, a un precio competitivo’, remarcó Seifert.

En este contexto, Megacable cerró el primer trimestre del año con 3,2 millones suscriptores, lo que representa un crecimiento del 3,1% en los últimos 12 meses. En Internet el crecimiento anual fue del 8% logrando cerrar con 2.954.000 suscriptores. En telefonía, alcanzó los 1,9 millones de suscriptores, con un crecimiento anual del 22,7%. El servicio de televisión interactiva Xview totalizó 500.000 suscriptores.

### Novedades de programación

‘Dentro de las novedades que hemos integrado en nuestra plataforma de Xview, puedo mencionar que nos ha funcionado

muy bien la sección de youtuber en donde el suscriptor encuentra los videos más recientes de *Los Polinesios*, *Gaborever*, *Gibby*, *Toontorial* y muchos más; es una forma de ver lo que hay en YouTube pero directamente en televisión’, comentó Seifert.

‘También incluimos una sección de cine independiente, donde el suscriptor encuentra las películas nominadas y premiadas de este género. En el segmento infantil incorporamos en nuestra programación todos los contenidos de la plataforma

*Noggin* sin que el suscriptor tenga que pagar más. Ahí se pueden ver los programas de *Nick Jr.* y de *Nickelodeon*, como *Shimmer and Shine*, *Blaze and the Monster Machines* y *Dora la Exploradora*, completó.

‘Otro cambio que hicimos fue poner disponible el canal *Disney Channel* desde nuestros paquetes más pequeños, sin modificar sus tarifas. Todo esto además de las adquisiciones de contenidos de los grandes estudios como *20th Century Fox*, *Sony* y *Disney*’.

### Desempeño de Xview

La plataforma Xview se lanzó en junio de 2017. Allí, los suscriptores de Megacable pueden pausar un programa en vivo, regresar la programación de un canal hasta por 48 horas y ver cualquier programa que ya haya pasado, grabar un programa y verlo cuando más les convenga. Mediante este servicio, los usuarios tienen acceso a más de 8.000 horas de video bajo demanda que está disponible para verse en el momento que lo quieran.

‘Esta nueva plataforma es multipantalla, lo que quiere decir que los suscriptores pueden disfrutar de su televisión, con todas las funciones mencionadas en su celular, en su tablet y en su laptop. Está disponible en todos sus dispositivos para que puedan disfrutar de los contenidos en el lugar y en el momento que quieran’, remarcó el ejecutivo.



Gerardo Seifert Arriola, director de mercadotecnia en Megacable

### Megacable brindó conectividad en Talent Land 2019

Megacable participó como proveedor oficial de la edición 2019 de Talent Land, proporcionando los servicios de conectividad para los más de 30.000 participantes.

En este año, los organizadores solicitaron evitar el uso de cableado para satisfacer la demanda de Internet con altos requerimientos, por lo que se instaló una red inalámbrica y servicio de WiFi.

Además, en el escenario Jalisco, en donde Megacable tuvo un espacio, se presentaron Speakers Magistrales como Garry Kasparov, Randi Zuckerberg, Patricia Armendáriz Guerra y Marcus Dantus, estos dos últimos integrantes del elenco de Shark Tank México del canal Sony, quienes compartieron su experiencia y ofrecieron consejos a los futuros emprendedores. También, estuvo presente Chumel Torres, invitado por Megacable y HBO, con amplia concurrencia de jóvenes.



El escenario Jalisco en Talent Land

tv azteca internacional SOMOS LO QUE QUIERES VER  
ESTRENOS mundo ES MÍO

DESCARGA NUESTRA APP "AZ CONTENT"



Facebook: AZ\_Contenidos  
Twitter: @az\_contenidos  
Instagram: @az\_contenidos  
YouTube: AZ Contenidos  
Website: tvaztecainternacional.com

MÉXICO

## Novavisión crece con su plan de Internet, video y OTT

Totaliza 7,22 millones de suscriptores en video

Corporación Novavisión es la empresa del Grupo Televisa que comercializa los servicios de DTH de Sky, además de la oferta empaquetada VeTV y el último lanzado al mercado mexicano, Blue Telecomm que brinda acceso a Internet inalámbrico.

Alex Penna, director general de Corporación Novavisión, destacó: 'Con todas estas marcas estamos enfocados en el fortalecimiento hacia futuro del negocio de TV de paga y en el desarrollo del negocio de datos que inició apenas el año pasado'.

Así, cuenta con 7,38 millones de unidades generadoras de ingresos (RGUs) en todos sus servicios de México, donde 7,22 millones son de video, 165.000 de banda ancha y 14,93 de voz. Sumado a los usuarios de Centroamérica y República Dominicana, supera los 7,55 millones de RGUs.

Además, cuenta con un servicio de TV Everywhere, Blue to Go que está en plena consolidación. 'Tuvo un gran crecimiento del primer trimestre del 2018 al mismo periodo del 2019 que rondó el 54,8%, debido principalmente al Mundial de Fútbol de Rusia 2018', explicó Penna. El OTT

ofrece acceso a contenidos exclusivos en vivo, canales, música, eventos y otros contenidos.

Sobre el desarrollo de Blue Telecomm Inalámbrico, disponible en el mercado desde marzo del 2018, el crecimiento ha sido sostenido. 'Tenemos más de 200.000 suscriptores y como objetivo llegar a centenas de miles suscriptores este año', afirmó el ejecutivo.

Finalmente, compartió su opinión sobre el mercado local. 'El mercado de TV de paga está cambiando, adaptándose a los nuevos hábitos de consumo de contenidos de las personas. Las ofertas

de doble y triple play son la base de las telecomunicaciones al hogar actualmente y es por eso que las empresas deben ampliar su oferta de servicios para cubrir las necesidades cambiantes del mercado'.



Alex Penna, director general de Novavisión



LOS CANALES ORIGINALES AHORA EN MÉXICO

SATMKT GROUP  
Representante exclusivo para México

alfonso@satmarketing.com  
Tel.: 55 6583 0628

MULTIMEDIOS TELEVISIÓN

# ENTRETENIMIENTO

EN VIVO Y FAMILIAR

MILENIO TELEVISIÓN

# NOTICIAS

24/7

((TELÉRITMO))

# MÚSICA

VIDEOS Y ENTREVISTAS



## PCTV: 'Nuestros afiliados mantienen una posición fuerte'

Alejandro Tanaka, director general de PCTV, ofreció un balance sobre su posición en el mercado mexicano. 'En términos generales, el balance es positivo. La parte de afiliados va bien, aunque la industria del video tiene retos importantes y nuevas tendencias de consumo; nuestros afiliados han mantenido una posición fuerte, se muestra un crecimiento marginal y varios tienen proyectos de renovación tecnológica, de servicios y de valor agregado que contribuirán a sostener la curva ascendente seguramente'.

Agregó: 'La transformación tecnológica sigue siendo el principal reto, hacerlo con un equilibrio entre innovación, beneficio y costo es clave. Como se dice normalmente, todo reto es una oportunidad y esa visión de transformación tecnológica eficiente es lo que perseguimos en todas las unidades de negocio de PCTV'.



Respecto a cómo sigue el servicio a los operadores independientes de cable y cómo los ayudan a adaptarse a los nuevos tiempos frente a los OTTs, Tanaka sostuvo: 'Estamos trabajando de manera puntual con quienes ya tienen esa facultad, seguramente serán ellos mismos quienes den el mensaje, lo importante es que PCTV los apoya en este sentido'.

PCTV tiene sinergias con Megacable, dijo el ejecutivo: 'Trabajamos juntos en fortalecer los productos publicitarios que ofrecemos al mercado nacional, hacemos sinergias entre los canales propios y bloqueos y otros productos que Megacable tiene en su portafolio de negocios'.

### Renovación de Canal TVC

'Hemos arrancado otro proyecto de renovación de canal TVC. Notamos un impacto favorable de nuestra barra de opinión y



Alejandro Tanaka, director general de PCTV

análisis, y vamos a enfocar más la programación en contenido editorial trascendente, documentado y diferenciado basándonos en lo que pasa en el interior y haciéndolo visible a nivel nacional', explicó el ejecutivo.

'Por fin hemos cerrado nuestra producción original de terror que se estrenará a inicios de agosto. Esto marca un hito para la compañía, la hicimos apostando por talento mexicano, por la identidad local y con alta disciplina presupuestal', resumió.

## Multimedios: Unificar plataformas tecnológicas y expandir la cobertura

Tras ganar la licitación de señales de transmisión de TV digital terrestre (TDT) en seis ciudades mexicanas e iniciar una de sus operaciones más importantes en Ciudad de México en agosto de 2018, Grupo Multimedios emprende nuevos retos.

'Entre los principales proyectos tecnológicos que concretamos en el último año, podemos destacar la adquisición del MAM de Tedral, el upgrade a última versión de Stratus de Grass Valley, junto con VizMultiplay y VizVirtual', detalló Guillermo Franco, director general de Multimedios.

La integración de las plataformas tecnológicas entre los canales Multimedios y Milenio TV y la incorporación de inteligencia artificial son algunos de los proyectos más relevantes. 'En Ciudad de México el proyecto no fue de un solo proveedor. Nuestra idea fue que la base de



la infraestructura en la que montamos toda la producción y de control de noticieros fuera escalable, lo que nos permitió integrar Multimedios y Milenio Televisión en una sola plataforma', agregó.

'De las más recientes tecnologías, tenemos el asentamiento de tecnologías IP, que ya se están consolidando en la industria. Hay muchos desarrollos sobre inteligencia artificial (AI), machine learning (ML), big data. Con estas tecnologías los procesos se vuelven automáticos. Estamos haciendo pruebas conceptuales con estas tecnologías para determinar qué nos puede optimizar. Si nos ofrece una eficiencia, la vamos a implementar', completó.

Mam Tedral, upgrade a última versión de Stratus de GV, VizMultiplay y VizVirtual

### Programación

Respecto de la programación, el ejecutivo



Guillermo Franco

destacó que la grilla es 'muy lineal y estable', y que seguirá igual en la segunda mitad del año. Además, afirmó respecto de las señales del grupo que están disponibles en todos los sistemas de TV paga de México, y que en Latinoamérica y Centroamérica pueden encontrarse en Sky y Claro.

'El objetivo en distribución es crecer en los sistemas de TV paga, y para esto buscaremos diversificar los contenidos en la señal internacional', resumió.

Por último, destacó el buen desempeño de la plataforma OTT Milenio Play

# LAS MEJORES SEÑALES PARA TUS SUSCRIPTORES

**MVStv**  
LA MEZCLA PERFECTA ENTRE INFORMACIÓN ENTRETENIMIENTO Y DEPORTES.

**MC**  
ENTRETENIMIENTO Y ACTUALIDAD. GRANDES PRODUCCIONES PARA TODA LA FAMILIA.  
LOS 3 GÉNEROS MÁS POPULARES EN LA ACTUALIDAD: ACCIÓN, TERROR Y SUSPENSO COMBINADOS EN UNA IMPACTANTE SEÑAL.

**M7**  
MULTIPREMIER  
LO MEJOR DEL CINE DE HOLLYWOOD, CINE EUROPEO COMERCIAL Y UN TOQUE DE EROTISMO, GENERAN MOMENTOS DE PELÍCULA.

**CINE LATINO**  
CINE CONTEMPORÁNEO IBEROAMERICANO CON LOS TÍTULOS MÁS TAQUILLEROS Y PELÍCULAS PREMIADAS.

**MU**  
LA SEÑAL MUSICAL 24 HORAS CON LOS HITS INTERNACIONALES, NUEVOS ARTISTAS Y LAS CORRIENTES MUSICALES MÁS POPULARES.

**Claro sports**  
LA EXPERIENCIA MÁS COMPLETA PARA LOS AMANTES DEL DEPORTE.

**La Mejor TV**  
24 HORAS CONTINUAS CON LO MEJOR DE LA MÚSICA GRUPERA: NORTEÑO, BANDA, RANCHERA Y MUCHO MÁS.

CONTACTO: SANDRA CHÁVEZ TOVAR, SUBDIRECTORA DE VENTAS LATAM

+5255-5764-8131 | schavez@mvs.com

CONTACTO: MATILDE DE BOSHELL REPRESENTANTE REGIONAL ZONA ANDINA

+571-642-0068 / 79 | mboshell@mбанetworks.tv



## StarTV suma HBO Go y Claro Sports a su oferta de contenidos

Alcanzó los 200.000 suscriptores en tres años

De los tres operadores DTH que existen actualmente en México, StarTV fue el último en salir al mercado tras iniciar operaciones en 2016 solo en tres estados. 'Su lanzamiento sorprendió a la competencia y rompió paradigmas en la industria mexicana de telecomunicaciones, donde se decía que la concentración de Televisa y el brazo económico de Dish formaban una fuerte barrera de entrada para otros jugadores', afirmó Bruno Pruneda, director general StarTV.

La empresa ha implementado una estrategia de crecimiento, permanencia de clientes y nuevos proyectos y ha incursionado en el mundo OTT formando una sinergia con la Internet satelital para zonas de difícil acceso bajo la marca StarGo.

'StarTV ha crecido y ampliado su operación. Hoy las antenas amarillas están en el 80% de los municipios del país. Con más de 200.000 suscriptores y con un objetivo agresivo de crecimiento, vemos el segundo semestre del 2019 como un periodo lleno de retos por los fuertes cambios en la forma de consumo de los contenidos y la fuerte concentración del mercado en México', agregó Pruneda.

'Hoy más que nunca necesitamos el apoyo de los programadores y productores de canales lineales para trabajar juntos. Requerimos menos canales pero con mejores contenidos, que disminuyan los spots publicitarios entre sus películas o series y migren a producto integrado y que fortalezcan al operador de TV de paga, ya que si bien los contenidos digitales siguen posicionándose en los consumidores, sus ingresos siguen siendo en gran proporción por la base activa de suscriptores de canales lineales', señaló el ejecutivo.

### Novedades de programación

'Acabamos de cerrar un acuerdo con Claro Sports para distribuir su canal a los

suscriptores de StarTV. Esto permitirá a nuestros suscriptores acceder a contenidos como los Juegos Olímpicos, Chelsea TV y el fútbol americano profesional local, entre otros', adelantó.

'Este año será nuestro primer lanzamiento OTT en sinergia con HBO Go; ahora nuestros suscriptores con canales premium podrán gozar de los contenidos de HBO en su plataforma. Estamos por sumar otras plataformas play para todos los segmentos'.

'Crecer en contenidos digitales es fundamental para crear lealtad y seguir creciendo. Todo operador debe convertirse en un concentrador o hub de contenidos, en donde todos los tipos de portafolios o catálogos convivan en un mismo sitio con fácil acceso, fácil autenticación y de forma amigable para el usuario', completó Pruneda.

### Consumo de video

Sobre el consumo de video, el director de StarTV comentó: 'La industria de TV paga sigue en plenas fusiones y adquisiciones. La noticia de Disney y Fox crea a un gigante con el que será muy complicado negociar; será un reto para todos los operadores en el mundo'.

'Por otro lado, los programadores y estudios saben que deben apostar al contenido bajo demanda, pero hoy su principal fuente de ingreso sigue siendo a través de los operadores de TV paga con canales lineales y deben hacer sinergia con nosotros. Esto sin olvidar que en Latinoamérica aún hay millones de personas sin conectividad tradicional y para que sus contenidos lleguen a este tipo de localidades necesitan DTHs para crecer su penetración', explicó el ejecutivo.

'La publicidad en canales lineales debe de cambiar, los canales o disminuyen sus spots publicitarios e infomerciales y migran a producto integrado o estarán acelerando el cambio de un suscriptor a contenidos VOD



Bruno Pruneda, director general de StarTV

que no necesariamente será de su portafolio y ambos perderemos cierto ingreso'.

'Los OTTs se usan como complemento a la TV paga; la gente con acceso a Internet no cancela el servicio pero reduce el costo de su paquete para complementarlo con un OTT. La gente quiere ver sus canales favoritos, contenidos locales y deportes. Por eso en StarTV hemos creado paquetes económicos con los canales que la gente quiere ver, dando oportunidad también a este segmento a complementar StarTV con OTT', detalló.

### Estrategia de distribución

'Nuestros distribuidores son socios comerciales reales, los suscriptores son de ambos (distribuidor local y corporativo). Es por eso que hemos podido desarrollar una gran red en tan poco tiempo y donde nuestros socios se sienten contentos representando nuestra marca y producto', explicó Pruneda.

'En StarTV no queremos cientos de distribuidores que vendan e instalen para después olvidarse de sus clientes, nosotros trabajamos con nuestros distribuidores para cuidar al cliente. Crear una red de distribución enfocada a la atención y calidad no es nada fácil, sin duda, desde el 2016 a la fecha hemos ido ajustando procesos y formas de trabajo pero creo que hoy, contamos con socios distribuidores que entienden nuestra filosofía y juntos atendemos al cliente en una forma mucho más cercana que nuestra competencia', finalizó.

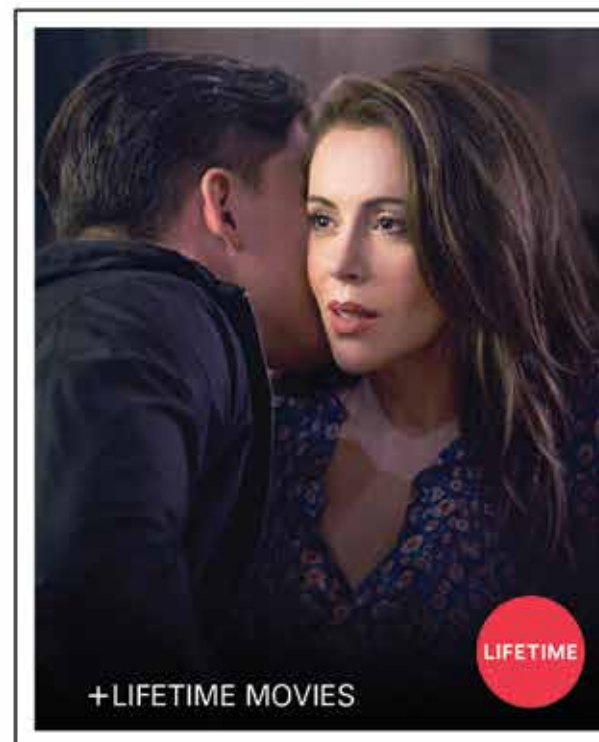
# LA MEJOR EXPERIENCIA EN CONTENIDO



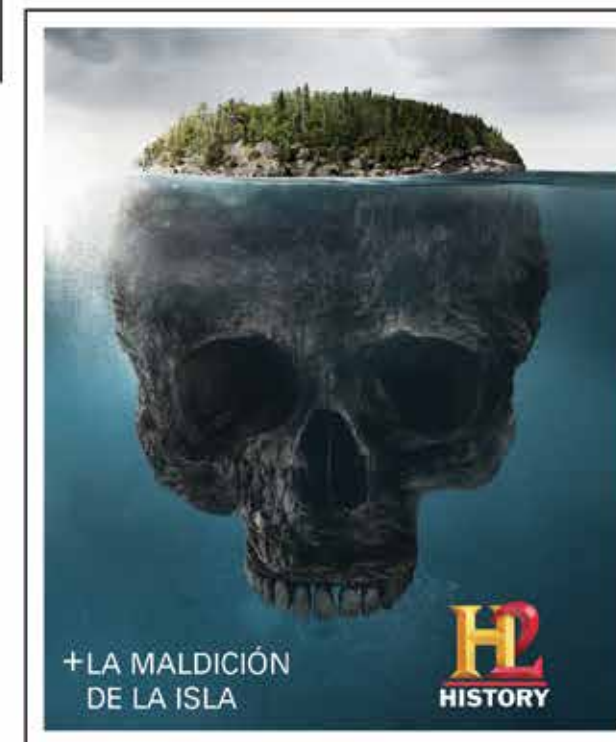
+NCIS: LOS ANGELES



+DESAFÍO SOBRE FUEGO LATINOAMÉRICA



+LIFETIME MOVIES



+LA MALDICIÓN DE LA ISLA



## Cinépolis Klic: Crecimiento exponencial con su oferta transaccional

Acuerdos con HBO y los grandes estudios

Cinépolis Klic se lanzó en 2013 como un servicio híbrido, que ofrecía contenidos de calidad y estrenos de cine mediante una suscripción. 'Ese modelo no fue lo suficientemente exitoso; en términos de la plataforma, nos estaba costando mucho arrancar mientras que a nivel comercial, el consumidor no tenía tan claras las bondades y beneficios de cada modelo', explicó Marco de la Cruz, director de Cinépolis Klic.

'En enero del 2015, decidimos cerrar la parte de suscripción y nos enfocamos en la parte transaccional. A la renta de películas le agregamos series y más tarde contenido en vivo, empezamos a transmitir los partidos de fútbol de Chivas, uno de los equipos más populares de México, transmitimos también ligas de béisbol y conciertos en vivo', agregó.

Hace un par de meses, remarcó el ejecutivo, incursionó en otro modelo, donde incluyó HBO, que se puede comprar y ver en Klic. 'Aunque hemos ido incrementando la oferta de valor de la plataforma, aumentando las modalidades y los tipos de contenido, lo que no ha cambiado es el paradigma principal, de solo pagar por lo que quieres ver'.

Con estos cambios, la plataforma consiguió un crecimiento exponencial para superar los 3 millones de usuarios registrados en la actualidad. 'Lo más interesante es que nuestros principales clientes son los que acuden a una sala de cine. Hoy como parte de los beneficios de Cinépolis Klic, tenemos una integración con el programa de lealtad de Cinépolis con la tarjeta Club Cinépolis con la que cada vez que el usuario va al cine o compra un producto en la dulcería, genera un punto de lealtad. Hoy esos puntos que se generan en el cine se toman como efectivo en Klic', completó.

Es así que la plataforma, lejos de ser una amenaza para el negocio principal que son las salas de cine, es una de las grandes avenidas que ayuda con un segmento particular de clientes, incentivando a que no sólo accedan

a la plataforma sino que constantemente regresen al cine y sigan gastando allí.

'Cada año, invertimos una importante cantidad de recursos en mejorar la plataforma y hacerla más flexible para los usuarios. Estamos en los dispositivos más relevantes del mercado y apostamos a nuevas tecnologías que nos permitan dar un servicio diferenciado, pero sobre todo una experiencia mucho más estable como la gente estaba acostumbrada a recibir en un servicio de TV paga o en la TV abierta', remarcó el ejecutivo.

'Estamos invirtiendo en algoritmos de recomendación, machine learning, simplificando interfaces y agregando modelos para poder ofrecer nuevos beneficios. Con nosotros hay mucha flexibilidad; podemos armar muchas bundles de contenidos, promociones puntuales y bien segmentadas'.

'Nuestro fuerte han sido las películas, y dentro de este segmento estamos muy enfocados en los estrenos, es decir en las películas que acaban de terminar su exhibición comercial en las salas y que están llegando a las siguientes ventanas. Normalmente, una vez que termina su exhibición en cine, nos llegan en 80-90 días. Nuestro nicho no es tener muchos títulos y toda la biblioteca de todos los estudios, porque eso lo resuelven las plataformas de suscripción'.

'Hemos empezado a incluir series de televisión y aquí seguimos un poco el mismo paradigma. No queremos tener todas las series ni tampoco todas las temporadas de todas las series porque para eso hace muy buena oferta cualquier plataforma de suscripción. Nos enfocamos en tener la serie más importante, las series que todo el mundo quiere ver ahora, de las que todo el mundo está hablando, y de esas nos enfocamos en tener los últimos episodios, las últimas temporadas'.

'Tenemos acuerdos con todos los estudios de Hollywood; recibimos series de Universal, Warner Brothers, etc. Acabamos de subir a la plataforma la última temporada de Big



Marco de la Cruz, director de Cinépolis Klic

Bang Theory, lo que significa que traemos un modelo muy pegado al estreno del capítulo en televisión'.

'El acuerdo con HBO es mucho más grande; no incluye solo series sino también películas y documentales. Tenemos el 80% de todo su contenido. Con el cierre de Game of Thrones, lanzamos esta integración en la semana del estreno de la última temporada. Estos meses fueron espectaculares en todos los aspectos', resumió.

Además, dijo sobre su presencia en la región: 'La marca Cinépolis es de las más grandes a nivel global en términos de exhibición en salas de cine y sobre esto tenemos una presencia muy consolidada en toda Latinoamérica. Constantemente estamos evaluando el panorama para entender hacia dónde vamos a llevar Cinépolis Klic en términos de una expansión geográfica'.

### El futuro de la industria

'Sin duda Netflix es el parte aguas. Un gran error que veo en el mercado en general es que hay muchas plataformas que intentan crear su propio sabor de Netflix. Y creo que eso es extremadamente difícil porque hay muy pocas compañías en el mundo que tienen la capacidad financiera y los recursos de ella para ser lo que es', opinó Marco de la Cruz.

'Nueve de cada diez usuarios de Klic tienen Netflix. Buscamos construir una plataforma que se complementara. Por eso el contenido y modelo de pago son completamente diferentes', resumió.

# UNA HISTORIA DE VAMPIROS DIFERENTE

CON ZACHARY QUINTO

NOSFERATU



NUEVOS EPISODIOS

LUNES

amc

Alejandro Kember

Vice President of Distribution  
Alejandro.Kember@amcnetworks.com



## Altán Redes transforma la conectividad en México a partir de la Red Compartida

Busca cubrir el 50% de la población

La Red Compartida de México se desarrolla a través de un contrato de asociación público-privada signado entre **Altán Redes** y el gobierno mexicano vía el Organismo Promotor de Inversiones en Telecomunicaciones (**Promtel**) para la explotación de la banda de 700 MHz del espectro radioeléctrico, y dos hilos de fibra oscura de la Comisión Federal de Electricidad administrados por **Telecomm**.

Altán ofrece a los operadores con o sin red propia y a los diversos comercializadores de servicios, una infraestructura de telecomunicaciones 4G-LTE lista para 5G, para aumentar su cobertura y capacidad de servicios a los consumidores. Se trata de una red neutral mayorista que les permite mayor eficiencia en sus inversiones de capital e incursionar en soluciones convergentes para expandir su negocio.

‘La Red Compartida es la iniciativa de transformación en conectividad más importante de los últimos años. Se trata de un modelo novedoso para fomentar cobertura, calidad y competitividad de manera universal, neutral y no discriminatoria al mercado’, explicó **Fernando Bellido**, director general adjunto y de despliegue en Altán Redes.

‘Hay que recordar que la Red Compartida nace con dos cometidos: brindar cobertura de banda ancha al 92,2% de la población, que permita cerrar la enorme brecha digital que aún nos aqueja (por ejemplo: 40 millones de personas aún sin acceso a internet en sus hogares), y fomentar la competencia con el fin de mejorar y ampliar los servicios que los operadores brindan a sus usuarios’.

‘Es una red que se desarrolla sólo para compartir su capacidad, igualando las posibilidades para cualquier operador para desarrollar la competitividad de sus propuestas al mercado y ofreciendo el mejor costo por GB en el mercado’. Los productos disponibles se clasifican en dos principales:

Internet inalámbrico fijo para hogares y oficinas y servicios móviles de voz y datos’.

### Convergencia Show

‘La Red Compartida es la oportunidad ideal para que más competidores entren al mercado. Es una red de infraestructura que da posibilidades a todo tipo de operadores para innovar y ampliar su portafolio de productos existentes o complementar su oferta de valor a los usuarios finales, con productos y servicios de movilidad con conectividad 4.5G’, señaló el ejecutivo.

‘De esta forma promueve la convergencia de servicios, así los operadores de TV de paga están en posibilidad de convertirse en operadores más robustos que complementen su oferta con internet y con servicios móviles en telefonía y alta capacidad de datos’.

‘Convergencia Show es el punto de encuentro de toda la industria mexicana de operaciones y licenciarios de TV paga, telecomunicaciones, DTH, reguladores, proveedores de contenidos, programación y tecnología, lo que lo convierte en la oportunidad ideal para establecer contacto y entablar relaciones que se traduzcan en futuros negocios’.

‘Con nuestra participación en el evento buscamos acercar a los asistentes la gama de posibilidades que tienen a través de la Red Compartida para expandir su negocio. Nuestro objetivo es que aprovechen toda la capacidad tecnológica de la red LTE, que la visualicen como una gran oportunidad de crecimiento y se sumen a ella como ya lo han hecho otras 33 compañías concesionarias y comercializadoras ya prestando servicio en distintas regiones del país’, completó Bellido.

### Objetivos de crecimiento

El despliegue de la Red Compartida fue definido mediante una serie de hitos de



Fernando Bellido, director general adjunto y de despliegue en Altán Redes

cobertura poblacional, entre 2018 y 2024, para alcanzar el 92,2% en todo el territorio habitado, según detalló el ejecutivo. Actualmente, la cobertura 4.5G integra a más de 40 millones de personas (38% de la población total del país); más de 8 millones de estos habitantes localizados en poblaciones de menos de 10.000 habitantes; 14 ciudades y más de 2750 localidades en poblaciones de menos de 10.000 habitantes y 34 pueblos mágicos.

‘Nuestro siguiente objetivo es brindar conectividad al 50% de la población. Estamos concentrando nuestros esfuerzos para cumplirlo en el siguiente trimestre de 2019, tres meses antes de lo establecido, e iniciar con las siguientes etapas del despliegue lo antes posible’.

‘Con el hito de cobertura al 50% de la población se cubrirán al menos 56 millones de personas, aproximadamente 11 millones de estos en localidades de menos de 10.000 habitantes. Lo que se traduce en conectividad 4.5G-LTE en un total de 30 ciudades, algunas en estados como Tabasco, Chiapas, Veracruz, Yucatán, Quintana Roo y Puebla; 56 Pueblos Mágicos, y 4600 poblaciones de menos de 10.000 habitantes’.

‘Todo esto sólo es parte de nuestro compromiso total: brindar cobertura 4.5G a, al menos, 92,2% de la población. Con ese propósito seguiremos trabajando, para cerrar la brecha digital y lograr un México más y mejor conectado’, concluyó.

# ¿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 World News



© PHOTOGRAPHIE - LUKE BROWN

**LIBERTÉ • ÉGALITÉ • ACTUALITÉ**



**ACTUALIDAD INTERNACIONAL LAS 24 HORAS**

**En francés, inglés y español.**

Disponible por el satélite Intelsat 21.  
[amicalatina@france24.com](mailto:amicalatina@france24.com)



# **LAS VOCES DEL MUNDO**

En español y otros 13 idiomas

## **PROGRAMAS DE AUDIO 24/7 DISPONIBLES PARA PAY TV:**

- 14 canales con noticias internacionales en español, portugués brasileño, francés y otros idiomas
- 1 canal musical

Recepción gratuita vía stream Internet, o para ciertos programas, por los satélites Hispasat 1E, Intelsat 21 y Anik F1.

[americas@rfi.fr](mailto:americas@rfi.fr)



ILUDDVC/MANN / AFP / PHOTOFEST



## MVS Televisión evoluciona cada vez más cerca del cliente

Programación para el segmento nacional e internacional

‘En MVS Televisión estamos en constante comunicación con los diferentes mercados, cada área es estratégica para generar valor a nuestros clientes. Continuamos acercándonos a los clientes actuales y nuevos concesionarios para la distribución del portafolio de señales. Hemos creado grupos interdisciplinarios compartiendo data relevante de los mercados a los que vamos dirigidos, para generar la planeación de comunicación, venta y postventa’, dijo Sandra Chávez Tovar, subdirectora venta de señales en MVS Televisión.

‘Los canales lineales tienen mayor audiencia en productos como cine, deportes y noticieros. Los contenidos a través de otras plataformas han sido un complemento que

refuerza los consumos por paga. El reacomodo de las audiencias para el consumo de los contenidos y la data con la que contamos nos han ayudado a generar alternativas de entretenimiento e información para los diferentes segmentos de la audiencia’, explicó.

‘Las producciones están enfocadas para el segmento nacional e internacional; hemos diseñado programación que es un diferenciador importante para algunos de nuestros canales, ahora con influencers tanto locales como latinoamericanos’.

‘La evolución en producción es una constante, analizando el comportamiento y gusto a través de distintos sistemas de medición que nos llevan a realizar producciones que

son del agrado del suscriptor’, completó.

Sobre el mercado de TV paga, señaló: ‘El crecimiento que se estima en la TV paga para México en los próximos dos años es sostenido, por ello continuamos trabajando en los géneros favoritos



Sandra Chávez Tovar

del público; debemos de tener alternativas para los suscriptores, el OTT será un complemento importante’.

‘La prioridad siempre será el suscriptor, en MVS Televisión tenemos claro el objetivo, la satisfacción del consumidor; y la eficiencia que proporcionamos a los concesionarios de la TV paga para lograr el objetivo; con el equipo de trabajo que realizamos en conjunto con los operadores, ofreciendo una gran oferta de contenidos para la audiencia que gusta consumir programación lineal’.

‘Todos debemos continuar ofreciendo opciones de entretenimiento a los consumidores, trabajando en conjunto para lograr su satisfacción. Escuchar las necesidades del mercado y actuar en consecuencia’, finalizó la ejecutiva.



Sandra Chávez con el equipo de ventas de MVS

**MÓRBIDO TV**

NO SOMOS UN CANAL DE TERROR. SOMOS EL TERROR HACIENDO UN CANAL

Facebook: MÓRBIDO TV | Twitter: @MÓRBIDO TV | Website: WWW.MORBIDO.TV

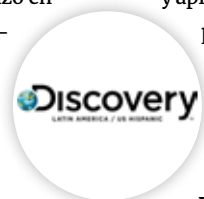


rtve Las mejores series AUDIOVISUAL FROM SPAIN

# Discovery Networks: Lanzamientos, coproducciones y nuevos negocios

Oportunidades a partir de la compra de Scripps

Este año, **Discovery Networks** lanzó en Latinoamérica la señal **HGTV**, de probado éxito en la TV paga de Estados Unidos. En este marco, **Fernando Medín**, CEO de Discovery para la región, dijo a **PRENSARIO**: ‘Tenemos una sobreabundancia de contenidos originales, especialmente después de la compra de **Scripps**, y esto nos ubica en una posición especial respecto del resto de la industria. Somos la mayor empresa de TV lineal por suscripción del mundo’.



y aplicativos que estamos desarrollando; y por último, robusteciendo el pipeline de cada uno de los canales’, remarcó. Sobre el desempeño de las señales, dijo: ‘**TLC** está en un momento fuerte de crecimiento, **Discovery Home & Health** es el canal número uno de lifestyle a nivel panregional y **Food Network** aumentó 30% en distribución y 50% en audiencia en el último año’.

### Descentralizar operaciones

‘Contamos con material propio en todas nuestras especialidades y eso nos permite controlar todos los derechos y no tener que recomprar contenidos cuando vence el contrato de alquiler de los mismos’, agregó.

Además, explicó que Discovery tiene su estudio de producción propio, **Discovery Kids Media**, para producción de material infantil. ‘Podemos hacer coproducciones y operar en licensing y merchandising’.

‘El otro aspecto es que los operadores se han tornado más sofisticados, y están al tanto de lo que sucede en los Estados Unidos, donde **HGTV** es uno de los cinco canales más exitosos’, remarcó el ejecutivo. Además, destacó que la TV paga en Latinoamérica cuenta con mucha ficción y una menor oferta factual.

‘Acabamos de anunciar un acuerdo con la **BBC**; el estilo de vida, que es una categoría de programación en constante crecimiento y post compra de **Scripps**, nos ha puesto en un lugar de privilegio, y finalmente el pre-school, donde dominamos en América Latina’.

Sobre la compra de **Scripps**, Medín explicó que tiene muchísimos canales y que en la región no habrá muchos lanzamientos en lineal, pero se utilizará buena parte de su contenido de forma no lineal.

‘Canales como **Cooking**, **DIY** y **Travel Channel** tienen una cantidad importantísima de contenido que podemos trabajar en diversas formas: a través del VOD del operador, creando una oferta única con nuevas marcas y contenidos; a través de nuestras iniciativas digitales



Fernando Medín, CEO de Discovery Networks Latin America

‘Otro aspecto en que estamos innovando en Discovery es en descentralizar las operaciones, que antes estaban concentradas en Miami. Allí se sigue trabajando en el desarrollo corporativo y de negocios’.

‘Pero ahora trabajamos con mucha fuerza desde México, Colombia, Brasil y Argentina, además de las producciones propias que comprenden otros países de la región; en Colombia funciona nuestro HUB digital. **Carolina Anga-**

**rita**, designada General Manager en Colombia, está además a cargo de todas las operaciones digitales en América Latina’, destacó.

‘En México se manejan una cantidad de procesos técnicos y de publicidad; Brasil es una potencia en términos de talento artístico y capacidad de producción, y en Argentina tenemos excelentes profesionales tanto en la producción formatos cortos como largos y también materiales para promoción’, finalizó.

### Discovery presentó DogTV, ya disponible en izzi



Beke Lubeach, gerente general de DogTV, y Arnoldo Adame, director de ventas a afiliados de Discovery Networks México

En mayo último, **Discovery Networks** anunció en México el lanzamiento de **DogTV**, la nueva señal dedicada exclusivamente a los perros creada en alianza con el operador **izzi**.

**Arnoldo Adame Rivera**, director de ventas a afiliados de Discovery Networks México, explicó que **DogTV** es un producto innovador y dirigido a las personas que aman a los perros. Después de Brasil, México es el segundo

mercado donde se presenta la propuesta.

La oferta de este nuevo canal está dirigida a los animales de compañía que permanecen solos en los hogares durante extensos periodos de tiempo, con ello, a través de contenidos enfocados a relajación, estimulación y exposición a diversos sonidos y colores, se pretende hacer más cómoda la estadía en solitario de las mascotas.

Por su parte, **Beke Lubeach**, gerente general de **DogTV**, destacó: ‘Se realizaron estudios con perros y canales de televisión en los que se les presentaba **DogTV** y otros canales dando preferencia al primero. El canal tiene cinco patentes, no sólo sobre contenidos, también sobre aplicación de colores y sonidos ya que las frecuencias están desarrolladas para el canal, por ello también se utiliza música que disfrutan mucho’.



## LA TELEVISIÓN QUE NOS UNE



www.atresmediainternacional.com

## CincoMAS: Acuerdo con Thema y más contenidos

Yolanda Giordani, responsable de CincoMAS (Mediaset España), compartió el balance de la señal internacional. 'Ha sido un comienzo de año de muchos cambios, todos positivos. En enero, centralizamos toda nuestra emisión a través de un único satélite, Eutelsat 113, mejorando así nuestra operatividad y las prestaciones que ponemos al alcance de los operadores con los que trabajamos'.

'Por otra parte, la firma del acuerdo estratégico con el grupo de distribución Thema América, que a partir del pasado marzo se convirtió en el representante de nuestra señal para todos los operadores americanos, amplía nuestra capacidad comercial, expandiendo nuestro alcance hasta un mayor número de mercados dentro de Latinoamérica', completó Giordani.

### Estrenos

CincoMAS está estrenando *Sé quién eres*, una de las más aclamadas ficciones de los últimos

años. 'Además, incorporamos a nuestra grilla dos programas diarios de análisis de la actualidad política, social y cultural como son *Ya es Mediodía* y *Todo es Mentira* presentados por Sonsoles Ónega y Risto Mejide, respectivamente', detalló la ejecutiva.

'Estamos constantemente reforzando nuestra grilla con nuevos contenidos que sean del agrado de nuestros espectadores y que a su vez nos ayuden a atraer a nuevos consumidores. Una programación centrada en nuestros pilares fundamentales'.

### Distribución en Latinoamérica

Dijo Giordani: 'En esta primera mitad del año, hemos conseguido fortalecer nuestra presencia en todo Centroamérica, llegando por primera vez a Nicaragua, Honduras y El Salvador y creciendo en el resto de países en los que CincoMAS estaba ya disponible'.

'De esta forma, la señal sigue creciendo en todo el territorio americano y con la reciente



Yolanda Giordani, responsable de CincoMAS

entrada en Bolivia con el operador nacional Entel, nos encontramos ya en un total de 15 países', completó.

'Para CincoMAS, México es un mercado estratégico. Se trata de un referente para los mercados hispanos de Estados Unidos y del resto de América Latina. La alta penetración de la TV paga en este país y la afinidad que existe con los contenidos que emitimos en el canal, convierten a México en un atractivo mercado en el que estamos trabajando para seguir expandiéndonos a través de los grandes y pequeños operadores', concluyó.



CINCOMAS  
dale al más



Vive la televisión líder de España

MEDIASET España.

www.cincomas.com @CincoMasTV



OPENVAULT

OPENVAULT.COM

Desbloqueando el poder de los datos en todo el mundo.

Las herramientas inteligentes, junto con un análisis significativo, crean posibilidades poderosas.

La experiencia líder en la industria y las soluciones comprobadas ayudan a los proveedores de banda ancha a optimizar las redes, reducir costos, mejorar las experiencias de los usuarios y aumentar los ingresos.

Con más de 150 clientes de operadores de banda ancha en cuatro continentes, OpenVault ofrece las herramientas de planificación de red exitosas y probadas en todo el mundo para crear poderosas posibilidades.

“ Invertir en la tecnología innovadora y las soluciones inteligentes de OpenVault nos está ayudando a ofrecer productos, paquetes y experiencias óptimos, al mismo tiempo que mejoramos nuestra red y servicio nacional en general ”

Jorge Schwartz, CEO de Grupo TVCable

## A+E Networks renueva sus plataformas on demand



César Sabroso, SVP de Marketing en A+E Networks Latinoamérica

‘Estamos renovando nuestras plataformas para darle una mejor experiencia al usuario, para que donde quieran, cuando quieran y como quieran puedan ver sus contenidos tanto a nivel de Play como a nivel de On Demand’, anunció **César Sabroso**, SVP de Marketing en **A+E Networks Latinoamérica**.

‘Esa es una de las más importantes mejoras e innovaciones y experiencias que vamos a poder ofrecer a toda nuestra audiencia y a todos nuestros usuarios de América Latina. Tenemos una compañía centrada en el usuario, que se define principalmente por debernos a la satisfacción de la demanda, los objetivos y necesidades de nuestros usuarios, ya sean televidentes o usuarios de cualquier pantalla, así como nuestros afiliados y anunciantes’, explicó.

### Llega la segunda temporada de *Desafío Sobre Fuego Latinoamérica*

**History** está produciendo en Ciudad de México la segunda temporada de *Desafío sobre Fuego Latinoamérica*, el reality donde ocho concursantes de diferentes países compiten fuego a fuego por conseguir el título 2019 del mejor forjador del continente. El estreno está previsto para el 23 de septiembre en toda la región y estará disponible en VOD y XVID.

La conducción estará a cargo del actor y presentador colombiano **Juan Pablo Llano**, acompañado del exigente jurado conformado por Antonio de Regil de México y el argentino Mariano Gugliotta. Esta producción es original de History Latin America, realizada junto a la productora **Nippur Media**.



Desafío sobre Fuego Latinoamérica

‘Eso es importante y es la razón por la que seguimos avanzando, progresando y creciendo no solamente en distribución, sino también en producción original y también en el performance de cada una de nuestras marcas’.

### Novedades de programación

Las cuatro marcas que conforman el portafolio de contenido y entretenimiento multi-plataforma de **A+E Networks** están renovando constantemente temporadas de series exitosas que la audiencia reconoce. Además, estamos agregando nuevas series, nuevas temporadas, y producción original, sobre todo en el caso de México.

**History** sigue con nuevas temporadas y episodios de *El Precio de la Historia*, ¿Quién Da Ma\$? y *Cazadores de Tesoros*, a los que se suman grandes estrenos como fue la miniserie *Yo Conocí a Jesús*. Ya estrenamos la segunda temporada de *Knightfall*, con **Mark Hamill**, y tenemos *Project Blue Book*, de **Robert Zemeckis**. Estrenamos también la producción original de *Desafío Sobre Fuego: Latinoamérica* con su segunda temporada (ver recuadro). **History 2** estren de nuevas temporadas de *Highland* y de *Innovation Nation*, así como más documentales de cultura, historia y más entretenimiento.

Para **A&E**, además de nuevas temporadas de *NCIS: LA*, *NCIS: New Orleans* y *Bull*, trae más episodios de *A&E Investiga* con grandes casos

que han sacudido al mundo, y habrá estrenos en el ciclo de películas de A&E Movies.

**Lifetime** trae nuevos episodios de *Bring It!*, *Jane The Virgin* y *UnReal*, y ahora estrena todas las semanas películas en Lifetime Movies pensadas para la audiencia femenina protagonizadas, dirigidas y producidas por mujeres, como *Alyssa Milano*, *Queen Latifah*, *Kim Raver*, *Angela Bassett* y más. Esta señal además tendrá la octava temporada de *Dance Moms* con *Abby Lee Miller*, y la película *Harry & Meghan: Becoming Royal*, sobre la nueva etapa como matrimonio de la pareja real *Meghan & Harry*.

### Producción original

Dijo Sabroso: ‘En Brasil estamos con cinco proyectos de producción original muy importantes. Uno de ellos es la segunda temporada de *Guía políticamente incorrecta* y otro es *Inmigrantes*, una serie de cómo los inmigrantes de Europa y Asia han influido en el país que es hoy Brasil’.

En el caso de México, comentó: ‘Estamos en plena producción de la segunda temporada de *Desafío Sobre Fuego: Latinoamérica* con la misma fórmula de éxito que tuvimos el año pasado y en este caso América Latina replicando exactamente todo lo que ocurrió en Estados Unidos’.

### TV paga

Sobre la actualidad de la industria, César Sabroso opinó: ‘Estamos viviendo un momento único, diferente y mágico. Para algunos es un gran reto definitivamente, porque los cambios son enormes y son constantes. Una de las cosas más importantes es pensar en el usuario siempre, entender y atender qué es lo que quiere, cómo se van modificando sus conductas, hábitos, demandas y necesidades, y en base a eso definir estrategias y tácticas en cada uno de los mercados’.

‘El contenido está siempre aunado a la experiencia del usuario, que solía ser algo personal e individual, y ahora es cada vez es más participativa gracias al alcance de las redes sociales. Pero al mismo tiempo gracias a las redes sociales y esa inmediatez, podemos compartir con otras personas que forman parte de nuestra misma tribu’, finalizó.

**KUZEY GUNEY**

**LAS CHICAS DEL SOL**

**¿QUÉ CULPA TIENE FATMAGUL?**

**KANAL D DRAMA**

**ATRÉVETE A VIVIRLO**

**HULYA**

**DULCE VENGANZA**

Distribuido por **THEMA**  
A CANAL+ GROUP COMPANY

## Claxson: Playboy TV y Venus ingresan en Sky

Y empieza a distribuir Televisa Networks en Argentina y Uruguay

Claxson, la compañía de medios líder en producción y distribución de contenidos de entretenimiento de alta calidad para múltiples plataformas en América Latina e Iberia, anunció que Playboy TV y Venus, señales del paquete HOTGO Media, se incorporan a la grilla de programación de Sky en México, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Panamá y República Dominicana.

Playboy TV y Venus ya pueden disfrutarse en forma de suscripción mensual, PPV y también están disponibles en HOTGO, la exclusiva plataforma de contenidos para adultos, segura y privada, líder en Latinoamérica y disponible desde cualquier dispositivo con conexión a internet. Sky ahora amplía su propuesta de contenido para adultos con canales lineales y PPV de Playboy TV, Venus y Vextremo así como la plataforma online HOTGO.tv, que cuenta además de los contenidos exclusivos de Celia Lora, Verónica Flores y las Playmates y Sex Stars más lindas y sensuales de la región, con contenidos premium en HD de las 5 marcas más reconocidas del mercado, Playboy TV, Venus, Sextreme, Penthouse y Private.

Esteban Borrás, VP de HOTGO Media, dijo: 'Estamos muy contentos de que Sky haya incorporado dos marcas líderes como Play-



boy TV y Venus a su grilla, formando así una oferta robusta de gran calidad y variedad'. 'La demanda de productos diferenciados y de nuevos canales, es una constante entre los suscriptores. Con la incorporación de Playboy TV y Venus al portfolio, brindamos más variedad y opciones para que nuestra audiencia disfrute de la mejor programación', agregó.

### Acuerdo con Televisa Networks

Claxson acaba de cerrar un acuerdo con Televisa Networks para distribuir sus señales en Argentina y Uruguay. Con esta alianza no solamente se amplía el portafolio de la empresa, sino que se confirma el posicionamiento de la misma a nivel regional. 'Tenemos una extensa trayectoria y experiencia como distribuidores de contenidos y señales de alta calidad y nuestra alianza con Televisa Networks reafirma nuestro liderazgo en esos mercados', comentó Mariano Varela, presidente de Claxson.

Por su parte, Fernando Muñiz, director general de Televisa Networks, destacó: 'Nuestro posicionamiento en Latinoamérica sigue en aumento, este acuerdo nos pone muy contentos, y estamos convencidos de que Claxson es el socio ideal para representar nuestras señales en esos dos países'.

Claxson obtendrá la representación del



Mariano Varela, presidente de Claxson



Esteban Borrás, VP de HOTGO Media

catálogo completo de sus canales, TLNovelas, Canal de las Estrellas, Telehit, Golden, De Película, Bandamax, Tiin, Telehit Urbano, Golden Edge, Unicable, Distrito Comedia, además de Golden Premier y sus versiones en HD.

El acuerdo se hizo efectivo el 1 de mayo de 2019. Además del manejo de las ventas del canal a operadores de cable y satélite, Claxson también distribuirá las nuevas plataformas digitales del canal y gestionará la estrategia de mercadeo con los afiliados.

## ¡Hola! TV lanzó nuevos programas en junio

¡Hola! TV emitió en junio un despliegue de contenidos dedicados a las novias y a los innumerables detalles que rodean uno de los días más recordados por sus protagonistas.

La Boutique del Glamour es la serie donde cada semana el canal viaja a Londres de la mano del prestigioso diseñador Ian Stuart en busca del look ideal para las novias. Además, emitió Especiales Realeza, los



vestidos de las bodas suecas, destacando los que lucieron Victoria, princesa heredera; su hermana, la princesa Magdalena en su enlace con Chris O'Neill, y la princesa Sofia, esposa del príncipe Carlos Felipe. El

Especial incluye los recuerdos de las protagonistas de aquel bonito día.

El canal tuvo además un recuerdo para la primera gran boda real del s. XX, la protagonizada por Isabel II de Inglaterra y Felipe de



Especial Realeza - Los Vestidos de las Bodas Suecas

Edimburgo, a la que seguirán otros enlaces en Especiales ¡Hola! TV.

ALL VIEWS, ALL VOICES,  
ALL WELCOME

REGARDING THE DISTRIBUTION OF THE CHANNEL  
please contact Sarah on +33 (0)4 28 67 05 12  
sarah.mimouni@euronews.com

## Movistar y Mediapro presentan nuevo canal de eSports en Latinoamérica

Telefónica y Mediapro anunciaron un acuerdo para el desarrollo conjunto del canal **Movistar eSports Ubeat** en Latinoamérica, que estará dedicado a la promoción de los deportes electrónicos y ya está disponible a través de la plataforma OTT **Movistar Play**.

El canal reunirá los mejores contenidos de eSports, entre ellos la Liga Movistar Latinoamérica de League of Legends (LoL), así como

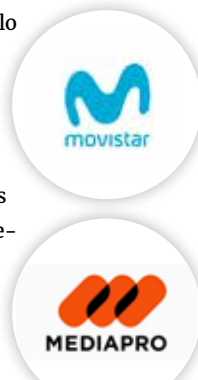
campeonatos nacionales; también incluirá contenidos específicos y competiciones de los videojuegos más populares, entre ellos Clash Royale, Fortnite, CS:GO, LoL y Call of Duty, con la participación de la Liga de Videojuegos Profesional (LVP), propiedad de Mediapro, además de programas de producción propia.

Movistar eSports Ubeat reunirá el mejor contenido local, regional y mundial de eSports



Movistar eSports Ubeat

por primera vez en un solo canal y adaptado a los aficionados de Latinoamérica, buscando convertirse en la referencia entre los aficionados de los deportes electrónicos y los videojuegos, inicialmente entre los fanáticos de Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú y Uruguay.



Paula Figueroa, directora de video Latinoamérica de Telefónica, comentó: 'Estamos muy orgullosos de la alianza alcanzada con Mediapro para juntos ofrecer el canal más completo de eSports para los fanáticos de la región. La incorporación de Ubeat refuerza nuestra propuesta de contenidos sumando nuevos juegos, campeonatos y contenido original con talento latino'.

'Movistar eSports Ubeat será un éxito y un referente para todos los seguidores de eSports y entretenimiento. Sumamos la experiencia de Mediapro en este ámbito y la amplia difusión que puede ofrecer Movistar en Latinoamérica', agregó Mari Carmen Fernández Tallón, directora de innovación del Grupo Mediapro.

El canal se distribuirá en los paquetes básicos ofrecidos Movistar en Latinoamérica, tanto a través de su OTT Movistar Play, plataforma a la que potencialmente tienen acceso los más de 85 millones de clientes. Próximamente, estará disponible en el servicio de TV paga.



UN MUNDO MÁS GRANDE



UN MUNDO MÁS ASOMBROSO

Smithsonian CHANNEL UN MUNDO MÁS BRILLANTE

HISTORIA NATURALEZA CIENCIA AIRE Y ESPACIO CULTURA POPULAR

Programas factuales galardonados provenientes de uno de los nombres más célebres del mundo, disponible en HD y 4K UltraHD.

Para más información, contactar a: Castalia Communications Corp. Miguel Torres-Bohl, VP Sales & Marketing - Latin America miguel@castaliacommunications.com

Oficinas en México y Perú

©2019 SNI/ST Networks L.L.C. Protegida por copyright; todos los derechos reservados. "Smithsonian Channel" es una marca registrada de Smithsonian Institution. SNI/ST Networks L.L.C. es un usuario autorizado.

**LICENCIA AL MOMENTO Y EN LÍNEA, ¡SATISFACCIÓN INMEDIATA!**

**INSTANT LICENSING INSTANT GRATIFICACION**  
The music you want. The moment you need it.

¡Olvídense de los contratos largos y obtenga directamente la pista que le guste para su proyecto ahora a través de nuestra página y en menos de 1 minuto! Megatrax ha integrado el poder adquirir licencias automáticas para proyectos específicos a través de nuestra gama extensiva de música en variedad de géneros musicales. En un proceso muy simple y sencillo y con tan solo unos cuantos "clicks" y una tarjeta de crédito, agrega la pieza de su selección a su carrito y finaliza la compra. ¡La licencia Instantánea nunca había sido tan fácil!

[https://www.megatrax.com/instant\\_licensing\\_help.php](https://www.megatrax.com/instant_licensing_help.php)

Para cualquier consulta sobre otras opciones de licencia puede ponerse en contacto con: **Willy Rivera, VP de Negocios y Mercadeo -LATAM**  
wrivera@megatrax.com ó latamwrivera@gmail.com  
Phone: Miami Office: 305-677-3998 | cell 305-721-0534 text via WhatsApp | fax 818-255-7157

**megatrax**  
The Sound of Entertainment

## Viacom: Se celebraron los MTV MIAW 2019

Shows en vivo y los influencers más aclamados de Latinoamérica

MTV celebró los premios MTV MIAW 2019 el domingo 23 de junio, que se transmitieron desde México para toda Latinoamérica, donde se reconocieron las estrellas del mundo digital más famosas de la región.

El actor mexicano **Luis Gerardo Méndez** y las estrellas del mundo digital **Calley Poché** fueron anfitriones de la ceremonia que tuvo además actuaciones musicales y varias sorpresas.

Además de ser anfitrionas, Calley y Poché nos sorprendieron con una actuación musical sorpresa, al cantar su *Roast Yourself Challenge* en vivo, con coreografía de lujo incluida.

**Piso 21** y **Mario Bautista** musicalizaron juntos una parte de la noche. Los colombianos comenzaron a tocar su éxito *Te Vi* a quienes se les unió Mario y cantó con ellos *Baby Girl*.

Además, la artista pop **Halsey** comenzó a interpretar *Without Me* y *Nightmare*. La



El show de Mon Laferte



El cierre de los MTV MIAW 2019



colombiana **Karol G** deslumbró con sus coreografías, mientras que **Ed Maverick** cantó *Fuentes de Ortíz*, y el ídolo del hip hop mexicano **Alemán** sorprendió a todos caracterizándose como un viejito.

Por último, **Rubén Albarrán** de **Café Tacvba** salió en patines para cantar con **Bad Bunny**, quien fue el encargado de cerrar la noche con varios de sus éxitos.



Calley y Poché junto a Luis Méndez fueron los anfitriones

## Ricardo Deben: Estrategia de continuidad en AMC

Tras la gran gestión de Eduardo Zulueta



Ricardo Deben

**Ricardo Deben**, nuevo EVP y Director General de la división Latinoamérica en **AMC Networks**, estuvo en Natpe Miami a dos meses de haber asumido su nueva posición, donde sustituirá a **Eduardo Zulueta**, cuya promoción dentro del grupo indica el éxito de su gestión, gestión que Deben buscará continuar en la misma línea.

Se trata de realizar un trabajo en equipo

con el operador, seguir apostando a la producción de calidad y original. También está mejorando tecnológicamente como en **elgourmet** que ya produce en 4K.

Otro objetivo consiste en fomentar el enganche emocional con sus marcas, destacando experiencias, diferentes, concursos como con *Fear The Walking Dead* y con el desarrollo de producciones locales. Esto también se dará para sus señales líderes de segmento como lo son **Film & Arts** y **elgourmet**, que cuenta con el 90% de su producción original y en español.

AMC Networks seguirá potenciando la misma tendencia con nuevos contenidos no lineales y de TV Everywhere, con casos de éxito como *The Terror*, disponible en la plataforma de TV Everywhere **Flow** de Argentina, donde estuvo Top 5 de 100 programas, y *Maestros*

*del Asado* con total nexo emocional con la audiencia.

Además, adelantó el estreno de las nuevas temporadas de todos los éxitos del grupo como *Fear the Walking Dead*, *The Terror* e *Into The Badlands*, y grandes eventos en vivo como la entrega de los **Tony Awards** por Film & Arts.

Ricardo Deben ya había hecho un tour por la región donde visitó a la mayoría de los clientes más relevantes, pero en Natpe volvió a conversar con todos. 'Creo que hay consenso en que la TV lineal no está muerta ni se va a morir. La apuesta es trabajar en equipo para que la TV lineal se vuelva a valorar. No dejamos de mirar las tendencias y al nuevo consumidor digital, pero siempre haremos todo de la mano del operador', remarcó.



¡Más de 250 horas al año!

De eventos con el Papa Francisco.

VIVAMOS LA VERDAD. VIVAMOS CATÓLICOS.  
TELEVISIÓN • RADIO • NOTICIAS • ONLINE • PUBLICACIONES

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

[ewtn.com/español](http://ewtn.com/español)

Foto cortesía de CNA

**EWTVN** | El Canal Católico

## Marcello Coltro, NBCUniversal: 'Adaptamos Cámbiame el Look a los nuevos tiempos'

Marcello Coltro, SVP de Contenido & Servicios Creativos NBCUniversal International Networks Latin America, conversó sobre la cuarta entrega del formato *Cámbiame el Look*, que podrá verse desde septiembre y traerá varios cambios a las pantallas de la compañía.

Por un lado, se trata de la primera producción original en español de Coltro desde su nuevo puesto y tras nueve producciones realizadas en Brasil en 2018 y que realizará de la mano de Fremantle en México pero con talento panregional, mientras que por otro, es el programa más exitoso de E! solo detrás de *Las Kardashians*.

Uno de los principales cambios de esta nueva temporada está directamente asociado a su presencia, pasando de lo lineal a un fuerte desarrollo digital y 360°. '*Cámbiame*

NBCUniversal

*el Look* está basado en un formato de 2009, y creemos que el mundo de las mujeres cambió en los últimos diez años, lo que nos planteó la necesidad de actualizarlo. Hoy el look de las mujeres ya no se define por cómo se visten día a día, sino también por su presencia en las redes sociales. Por eso, volvimos las redes un eje central del show', señaló Coltro.

'Desde el 2018 nos referimos a plataforma y no a canal, con una audiencia digital tan grande como la lineal y que acompaña. Nuestro reto es cada vez generar más engagement entre ambos mundos, y por ello apostamos fuerte a que cada proyecto tenga una entrega digital importante', enfatizó.

Otro de los cambios se basa en una de las consignas en las que E! ha apostado fuertemente: inclusión y diversidad. 'Vamos a



Marcello Coltro, SVP Contenido & Servicios Creativos, NBCU

modificar los métodos en los que se presentan los cambios de nuestras participantes, respetando por sobre todo a las personas y no ser tan agresivos. Quizás antes había un detrato del pasado de las personas, hoy no solo queremos remarcar la evolución, sino también revalorizar ese pasado. Cambiamos el tubo donde se desechaban las cosas a las donaciones', agregó.

## DW Español presenta sus nuevos contenidos para Latinoamérica

Llegó a Intelsat 34 en abril

DW anunció las novedades de programación de su señal en español para toda Latinoamérica, destacando *Con Sabor y Saber*, el ciclo gastronómico estrenado el 31 de enero, y *Fuerza Latina*, donde las mujeres son protagonistas.

*Fuerza Latina* es una producción dedicada a las mujeres latinoamericanas que fue estrenada en octubre pasado. Muestra cómo en Perú las mujeres salen a la calle para protestar contra una justicia que deja impune las violaciones; en México escavan la tierra buscando a familiares desaparecidos; en Argentina, salieron con sus pañuelos verdes a apoyar la legalización del aborto.

Cristina Peláez estuvo en Andina Link, comentó: 'El programa retrata a mujeres fuertes que han conseguido algo, que con



su compromiso han logrado cambios. Pero no deja de mostrar las dificultades a las que se enfrentan. *Fuerza Latina* es un programa que busca infundir valor'.

Además, desde el 31 de enero, DW Español emite cada semana *Con Sabor y Saber*, un programa de cocina más allá de los fogones, con la conducción de Sabine Hueck, cocinera germano brasileña que aúna a la perfección tradiciones gastronómicas dispares.

Mientras presenta sus recetas, comparte información de los alimentos, como la sobrepesca, la sostenibilidad o el impacto ecológico de su producción.

Otras novedades incluyen la duplicación de la duración del programa *Enlaces* a media hora y suma moderación. Por último, el



Silvia Viljoen, directora de distribución de DW para América

grupo anunció que desde abril de 2019, la señal en español comenzó a emitirse desde el satélite Intelsat 34. 'El cambio de satélite generó una demanda de inversión por parte de los operadores, y sin embargo lo están aceptando', explicó Peláez y agregó que esto empieza a preparar la tecnología para hacer el paso al HD.



La sexóloga más querida de toda Latinoamérica vuelve con su nuevo show.

Date el Gusto



@VePlus\_ @VePlus\_ VePlus\_ @VePlusTV





## Disney Channel presentó su nueva serie, *Bia*

Con un evento especial realizado en distintos países de la región, **Disney** lanzó oficialmente la nueva serie *Bia*, que se estrena el 24 de junio en toda Latinoamérica. En la historia, los personajes creadores de contenido digital desarrollan y comparten sus talentos en “El Fundom”, un espacio de encuentro e inspiración donde formarán nuevas amistades, enfrentarán algunos rivales y vivirán grandes romances.

*Bia* tiene como protagonistas a un grupo de jóvenes creadores de contenido digital que se valen de la tecnología para expresarse de manera auténtica, divertida y contemporánea. Al finalizar el estreno en TV, el episodio podrá disfrutarse en el canal oficial de YouTube de Disney Channel Latinoamérica donde quedará disponible durante 48 horas.

La producción original llega a la pantalla luego de la presentación del universo de la serie en Instagram, donde la ficción se expande a través de las cuentas personales de los personajes de la serie en esa plataforma. El desembarco de la serie en la red social antes de su llegada a la pantalla permitió a los fans ir descubriendo, conociendo e interactuando diariamente con el universo ficcional de *Disney Bia*.

Su presencia en Instagram, además, forma parte de una estrategia más amplia de

narración transmedia de la historia que busca extenderla, enriquecerla y conectarla con la audiencia en donde esté. A partir del estreno en la pantalla, el contenido que los personajes comparten en Instagram estará alineado temporalmente con lo que sucede en los episodios.

El elenco está liderado por la actriz brasileña Isabela Souza, el actor español Julio Peña, la actriz mexicana Andrea de Alba y el actor argentino Guido Messina. Completan el reparto los argentinos Fernando Dente, Agustina Palma, Micaela Díaz, Alan Madanes, Valentina Gonzalez y Rodrigo Rumi, la mexicana Julia Argüelles, los brasileños Gabriella Di Grecco y Rhener Freitas, los colombianos Luis Giraldo y Daniela Trujillo, el venezolano Esteban Velásquez, el ecuatoriano Jandino, y la italiana Giulia Guerrini.

Realizada en colaboración con Disney Channel Europa, Medio Oriente y África, *Disney Bia* está dirigida por **Jorge Bechara** y **Daniel De Filippo**, y producida por **Pegsa** y **Non Stop**. Sus productores que vienen trabajando hace



Guilherme Lessa, gerente de producción de programación original; Diego Carbajal, gerente de producción de programación original; y Martín Plá, gerente de producción de programación original de Disney

más de dos años en el producto destacaron el arduo trabajo previo que se realizó para que la audiencia pueda disfrutar de un programa distinto, pero que lleva consigo los valores de la marca Disney.

Con un equipo multidisciplinario de más de 200 personas, esta megaproducción de Disney ha logrado despertar el interés de la audiencia y generado fanáticos alrededor del mundo aun antes de su estreno.

### La música

El 5 de abril de 2019 se presentó *Así yo soy*, la primera canción de *Disney Bia* y tema de apertura de la serie. Ese mismo día, se lanzó el video musical con la letra de la canción, que cuenta con la participación de todo el elenco y combina estrofas en español y portugués. El video acumula 2.1M de views en VEVO.

## Fox: Nueva entrega de *Sitiados* centrada en México

El 26 de julio, **Fox Premium** estrena de *Sitiados: México*, la tercera entrega de su franquicia, que presenta una nueva historia e inéditos personajes, en esta oportunidad,



Reto Imposible



situada en Veracruz en el siglo XVII.

*Sitiados: México* refleja la conquista del territorio mexicano entre nativos, invasores, piratas y españoles en un relato libremente inspirado en hechos reales, con impactantes escenarios históricos y un elenco de primer nivel encabezado por **Alfonso Herrera** y **Eréndira Ibarra**.

Además, el 25 de julio **National Geographic** estrena *Reto Imposible*, su nueva producción original para América Latina que muestra las aventuras de tres jóvenes científicos especialistas en ingeniería



Sitiados

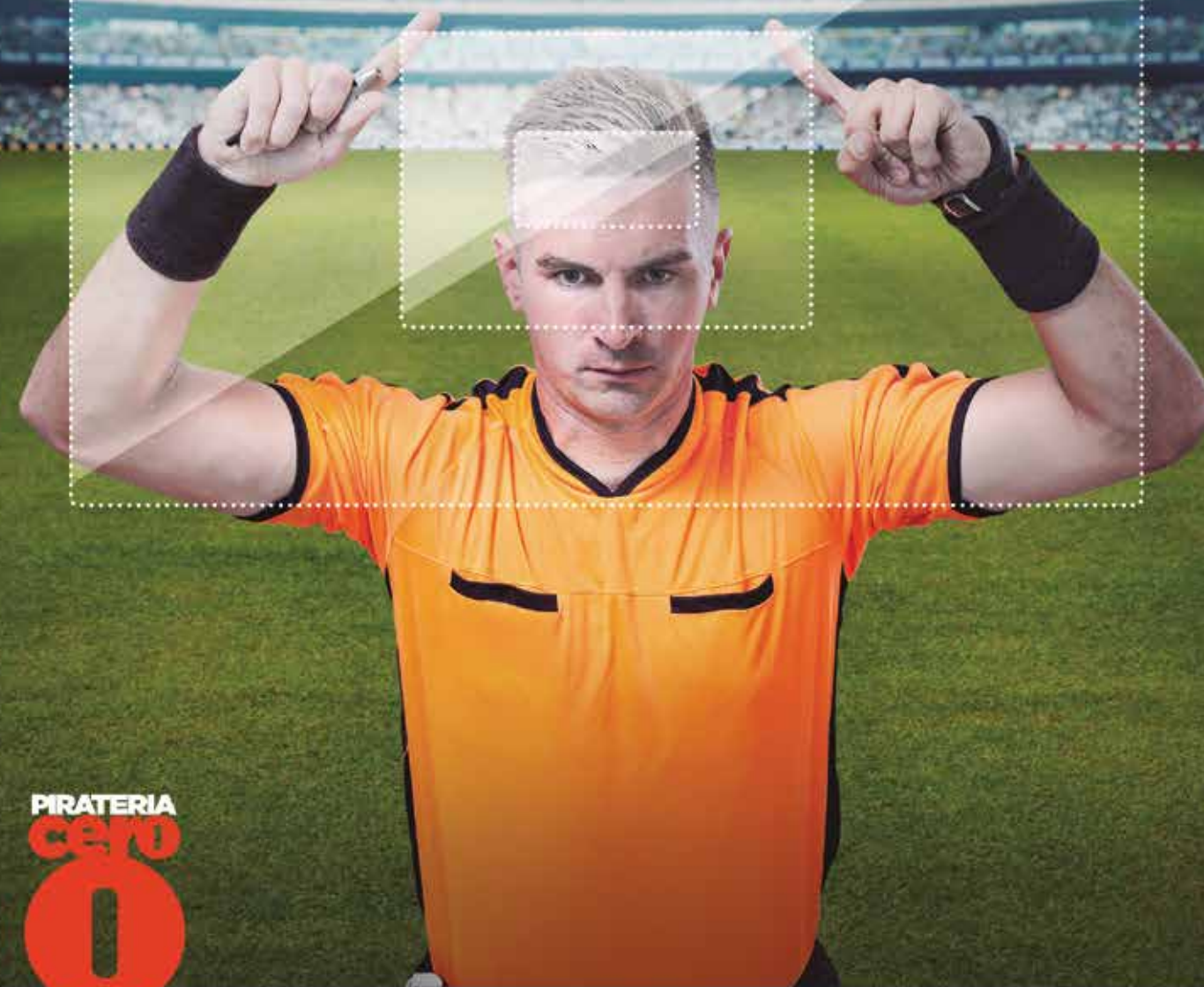


mecánica, mecatrónica y pop science en un juego de intelectos, donde deben descubrir cómo escapar de ambientes inhóspitos.

El reconocido youtuber colombiano **Mario Ruiz** es el host encargado de plantear los enigmas y retos a los tres jóvenes científicos: el mexicano Carlos Fabila Garcinava y los brasileños Gabriella Soares Caldeira Brant y Guilherme Hiroji Anraku Ikeda.

# JUEGA LIMPIO EN TODAS LAS PANTALLAS

Cada vez somos más los que luchamos contra la piratería. Los contenidos que bajas en sitios no autorizados destruyen a tu equipo favorito, **no cometas falta en tu propia cancha.**



FOX FX FOXlife FXM CINECLUB NATIONAL GEOGRAPHIC KIDS WILD FOX FOX3D FOX3E FOX FOX  
www.pirateriacero.com

FOX Latin America NETWORKS GROUP

## Thema: Crecimiento con Kanal D Drama y CincoMAS de España

Kanal D Drama ya está en siete países

Francheska Sánchez, directora de marketing de Thema para Latinoamérica, destacó la evolución tanto de Kanal D Drama, el canal de las novelas turcas suceso en el mundo al que le han puesto gran foco en los últimos años con gran éxito, y de CincoMAS, la nueva distribución de Mediaset España que se concretó en febrero pasado.

Con el trabajo que se viene haciendo, Kanal D Drama ya se encuentra en siete países de la región, incluyendo operadores de Argentina, Bolivia, Chile, Panamá, Ecuador, Uruguay y Paraguay. Este mes incluso ya sumaron dos operadores más en Bolivia, contabilizando tres en ese país.

Sánchez destacó que en general es muy buena la aceptación del canal en el mercado, cosechando fans de los dramas turcos, y buen feedback en los operadores. En México sigue conversando con los operadores

de alcance regional y hay expresiones en las redes de muchos seguidores de México que esperan que llegue el canal. 'Todo a su tiempo, pues oficialmente se lanzó recién en octubre del año pasado en la región y el crecimiento está muy bien', agregó.

Respecto a CincoMAS, ya se está colaborando firmemente con la gente de Mediaset España, tanto en el mercado hispano como en Latinoamérica, para cerrar nuevos acuerdos de distribución para ellos.

Ya el canal tiene una mejor exposición, en las Américas está disponible en 15 mercados y se hicieron con ellos acuerdos en Bolivia y Perú recientemente.

Entre los grandes operadores, se destacan acuerdos con Claro y Sky, entre otros. Mediaset España es un grupo líder en su país con sus canales y en particular Telecinco en TV abierta, con gran capacidad de producción.

Thema se especializa en llevar contenido



Francheska Sánchez, de Thema

de canales internacionales a diferentes territorios; Estados Unidos es clave y está ahí observando las tendencias de contenido. 'Estamos atentos y podemos sumar para la región cualquier canal que sea fresco y pueda tener cierta relevancia', remarcó la ejecutiva. Para Latinoamérica armó una estructura comercial con representantes en todos los países que está dando sus frutos. Hace años que tiene su oficina en México, desde los tiempos de Alterna.

## BBC World News estrena Treasures of Ancient Egypt

La nueva serie de BBC World News, Treasures of Ancient Egypt (Tesoros del Antiguo Egipto) explora la historia del arte del antiguo Egipto a través de 30 piezas extraordinarias con la conducción del crítico de arte y locutor inglés, Alastair Sooke.



Tim Evans, productor

En los primeros dos episodios, titulados "El nacimiento del arte", el conductor rastrea los orígenes del estilo visual único de Egipto. Recorre el Sahara y viaja por el Nilo para encontrar el arte jamás visto de sus antiguos pobladores.

Luego, llega "La edad dorada". Allí, Alastair Sooke elige los tesoros de sus momentos más opulentos y brillantes y explora las maravillas arquitectónicas, tumbas exquisitas y una ciudad perdida, sede de la más grandiosa revolución artística de la historia egipcia.

Finalmente, en los capítulos 5 y 6 habrá "Un nuevo amanecer", que concluye la épica historia del arte egipcio mirando cómo, a pesar del declive político, la era



Alastair Sooke conduce la nueva serie sobre arte egipcio de BBC

final del imperio vio a su arte disfrutar de un renacimiento. También descubre una asombrosa obra satírica, producida por hombres comunes que continúa inspirando a los artistas de grafitis de Egipto en la actualidad.



DISFRUTE DE UNA DE LAS MEJORES LIGAS DEL MUNDO.



CONDISTA INTERNATIONAL  
WWW.CONDISTA.COM

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

## Turner inauguró sus nuevas oficinas en México

Centra su estrategia en crear fans

Dentro de su manera de encarar los nuevos tiempos del mercado, hace tres meses el grupo **Turner** mudó sus tradicionales oficinas del edificio de Scotiabank en el Periférico de México, a las nuevas instalaciones del séptimo piso de Ejército Nacional 769, dentro del corporativo y centro comercial Miyana.

PRENSARIO pudo recorrerlas con **Fernanda Pérez**, del equipo de Marketing, en donde a

través de amplios ventanales, mucho color, espacios libres, escritorios interactivos, varias cómodas salas casuales, un screening room y muros con mensajes inspiradores que hablan de la nueva cultura de la empresa, se aprecia el enfoque que hoy tiene la oficina de México, liderada por **Sharon Zyman**, gerente general.

Al entrar al espacio uno se con-

tagia de la esencia de Turner a través de los distintos mensajes que se encuentran en la oficina, todos enfocados a los nuevos desafíos del negocio, enfatizando el ecosistema actual que busca crear fans a través del entretenimiento, teniendo como foco y eje central la generación de contenidos tanto para sus marcas como para terceros.




Las nuevas oficinas de Turner en México

## Euronews: Información neutral desde una mirada europea

Después de Andina Link, estará en Convergencia de México

'**Euronews** es el único canal de noticias con ediciones en nueve idiomas diferentes, que provee información neutral con perspectivas europeas sobre asuntos globales', dijo **Sarah Mimouni**, Distributor Manager Latam & CEE de la señal.

Producido en Europa por Euro-newsNBC, la señal busca transmitir independencia e integridad, proveyendo noticias desde una perspectiva internacional y separada de las agendas políticas o nacionales de la región.

'Más de 600 periodistas de 30 países trabajan para brindar una aproximación internacional, obteniendo acceso a historias, perspectivas y a un intercambio de miradas que enriquecen los resultados para todos los servicios', remarcó la ejecutiva.

Euronews genera nueve ediciones

lingüísticas en francés, inglés, español, portugués, ruso, italiano, griego, alemán y húngaro. Su programación tiene una variada oferta que incluye negocios, reportes, cultura, ciencia y tecnología. 'Brindamos un enfoque único e innovador con nuestro periodismo móvil y programas interactivos donde las audiencias pueden compartir sus puntos de vista en asuntos globales', completó.

Euronews está presente en Latinoamérica desde hace más de diez años junto con grandes jugadores como **Claro**, **izzi** o **Cablevisión**. 'Estamos trabajando con unos pocos representantes en México, Uruguay y Brasil', detalló Mimouni.

La señal participó en Andina Link Cartagena, y ahora llega a Convergencia



Edyta Wright y Sarah Mimouni, de Euronews, en Andina Link

de México para más tarde participar de Jornadas Internacionales en Argentina, 'para ganar reconocimiento de marca y encontrar potenciales socios para trabajar en el futuro cercano', completó. 'Nuestro objetivo es crecer en distribución, principalmente en los mercados de México, Colombia, Argentina y Brasil', finalizó.

## CONTENIDO BRASILEÑO DE CALIDAD Y SIN FRONTERAS



Salvador recibe más de 500 profesionales para cubrir el verdadero carnaval popular. Reconocidos artistas de todo Brasil pasan por la pantalla a lo largo de las celebraciones.

Ella habla con el corazón. Catia Fonseca trae nuevas recetas, sabores y consejos para su día. Todo de una manera ligera, dinámica y sabrosa de ver.

**melhor da tarde.**  
*com Catia Fonseca*

**JORNAL DA BAND**

Los principales acontecimientos de Brasil y del mundo relatados con independencia editorial, profundidad y profesionalismo.

Todas las jugadas de los campeonatos de fútbol brasileños e internacionales debatidos en todos sus detalles.

**JOGO ABERTO**

Dirección general • Silvia Jafet • [sj@band.com.br](mailto:sj@band.com.br)  
 Contacto • Marcelo Assumpção • [marcelo@interactivmidia.com.br](mailto:marcelo@interactivmidia.com.br)  
[band.com.br/internacional](http://band.com.br/internacional) • [facebook.com/bandinternacional](https://facebook.com/bandinternacional)

Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile  
 Sabrina Capurro • +5411-4774-5127  
[sabrina.capurro@speedy.com.ar](mailto:sabrina.capurro@speedy.com.ar)

**BAND**  
INTERNACIONAL



**HOME OF GREAT ENTERTAINMENT**



# SPI International: Contenido de calidad para TV lineal y multiplataforma

Llega a 60 millones de suscriptores en todo el mundo



SPI International es una compañía global que opera 36 canales de televisión en seis continentes. Es uno de los mayores agregadores de contenido en Ultra HD, siendo FilmBox su canal insignia. Trabaja con 14.000 operadores alrededor del mundo y utiliza tecnología de punta para proveer a sus 60 millones de suscriptores acceso al contenido lineal y on demand en múltiples dispositivos conectados.

‘Durante más de 25 años, SPI International ha sido un proveedor líder de películas teatralizadas y programación de televisión en el mercado internacional. Sus sólidas alianzas con los principales proveedores de licencias otorga un contenido completo con fuerte reconocimiento y alta demanda’, señaló Pablo Zhele, Head of Distribution CALA.

Recientemente, SPI International cerrado un acuerdo de coproducción con el director y productor Philippe Martinez que incluye series televisivas como *Salvage Marines*, una nueva serie de acción basada en el libro de Sean-Michael Argo y protagonizada por Casper Van Dien y Peter Shinkoda.

Además, la trilogía *Mister Mayfair* protagonizada por Armand Assante, Steven Bauer y Ken Davitian con las historias de aventura, relatos de crimen y venganza. Finalmente, *The Intergalactic Adventures of Max Cloud* es una comedia de acción y ciencia ficción protagonizada por Scott Adkins y Tommy Flanagan.

### Ventajas de SPI

‘SPI International cuenta con 36 canales de televisión y servicios digitales disponibles en multipantalla y alrededor de todo el mundo con una amplia selección de contenido. Los productos digitales de Filmbox ofrecen a los operadores soluciones llave en mano para agregar valor a los servicios para sus abonados’, agregó el ejecutivo.

‘Filmbox Live es la app de SVOD de SPI que

tiene tanto canales lineales como una amplia variedad de contenidos VOD, desde las películas más taquilleras de Hollywood a las exitosas producciones independientes y programas temáticos, como documentales, deportes, música, moda, eSports y programas de entretenimiento’.

Además, señaló que Filmbox on Demand es otra forma en la que los operadores que cuentan con servicios OTT pueden ofrecer un paquete de los mejores contenidos a sus suscriptores. ‘SPI ofrece a sus socios soluciones flexibles en términos de integración técnica y operaciones de negocio que convierten a SPI en el socio perfecto para empezar o hacer crecer la presencia digital en el mercado’.

Junto con FilmBox y películas, SPI cubre el creciente rango de categorías a través de las marcas de canales FunBox UHD, GameToon, Docubox, FightBox, FashionBox, Fast&FunBox y ahora TDC.

### Latinoamérica

‘Invertimos importantes recursos en promover nuestros canales y servicios digitales en Latinoamérica. Nuestros canales son muy populares en México, Brasil, Chile y Perú. El objetivo es siempre ser hogar de las buenas películas locales o internacionales’, destacó Zhele.

‘Trabajamos con compañías globales, productores locales independientes y estudios para ofrecer películas temáticas de alta calidad y programas temáticos a nuestros televidentes de todo el mundo. Estamos siempre en busca de una programación nueva y avanzada para agregar a nuestra amplia selección de contenido’, agregó.

‘Creemos que la estrategia de “contenido primero” de SPI junto con la tecnología avanzada múltiple pantalla, proporcionan una experiencia de entretenimiento inmersiva para la audiencia en todo momento’, completó.

SPI ha estado expandiendo su presencia en el

mercado latinoamericano con socios en Colombia, desde donde se apoyan también las operaciones de Panamá, Venezuela y Ecuador. ‘Tenemos otro socio que respalda todas las operaciones en Brasil y otro en México que respalda todas las áreas de operación desde contenido, plataforma, SVOD y la presencia corporativa de SPI en el resto del continente’, comentó.



Pablo Zhele, responsable de distribución

### Planes en la región

‘Trabajamos las 24 horas del día para expandir SPI International y logramos tener un crecimiento orgánico saludable dentro de la región. Otro plan que comenzamos a implementar es localizar nuestros canales con más contenido local y hosts locales, como lo hemos hecho con Gametoon en Polonia, y luego en otros países’, dijo Pablo Zhele.

‘Siempre estamos buscando oportunidades para expandir nuestra presencia en todo el mundo a través de la distribución de nuestros canales, servicios digitales y contenido en nuevos territorios. Si bien uno de nuestros mayores desafíos es el creciente número de competidores, nos esforzamos por producir y adquirir una programación nueva y de vanguardia debido a nuestra fe inquebrantable en el contenido que nos mantiene continuamente un paso por delante’.

‘SPI continuará ampliando su alcance en toda la región a través de asociaciones estratégicas clave para llevar contenido de calidad a más pantallas en toda América Latina’, concluyó el ejecutivo.



### Hace 25 años somos el canal N° 1 del deporte argentino

Porque llegamos a millones de hogares de Argentina y el resto de América con la transmisión de los principales eventos deportivos. Porque tenemos una programación única con más de 15 horas diarias en vivo. Porque somos líderes en la producción de contenidos multiplataforma y en la creación de productos de actualidad y entretenimiento digital. Porque entendemos mejor que nadie la pasión, la emoción y el color del fútbol argentino.



Contacto Ventas Afiliadas: Hernán Chiofalo, Gerente Comercial | [hchiofalo@tycsports.com.ar](mailto:hchiofalo@tycsports.com.ar) o al 5411 4300 3531

Contacto Publicidad: Gabriela Cirigliano, Jefa Ventas Publicidad Pantalla y Digital | [gcirigliano@tycsports.com.ar](mailto:gcirigliano@tycsports.com.ar) o al 5411 4300 3800



**babyfirst**  
Donde mamas ven a su bebe florecer

Visto mas de 110 minutos diarios

Mas de 50 horas de Programas y Personajes Originales

Totalplay amazon  
SKY Digicel FLOW  
Cable Onda Roku  
cablebahamas

## RFI amplía su red de distribución en Latinoamérica

Participa en los eventos más importantes

Pompeyo Pino, director de Radio Americas Distribution and Development de **France Médias Monde**, destacó: 'RFI se difunde en 14 idiomas, incluyendo el español, y tiene muchos vectores de difusión. En algunos países de la región tene-



mos frecuencias propias o frecuencias en partnership con operadores locales, lo que nos permite estar en FM 24 horas'. 'En algunos países como Ecuador Bolivia, República Dominicana también tenemos una red muy



Pompeyo Pino

amplia de radios asociadas que difunden contenido parcial de nuestra cadena', explicó el ejecutivo.

'Tratamos de estar presentes en todos los eventos, conferencias y actividades que implican a la TV paga. Hoy en día con la digitalización, hay cada vez más operadores que les interesa tener señales de audio. Es por eso que hemos superado los 30 millones de abonados en el continente, donde 23 millones pertenecen a Sudamérica y el Caribe, y solo 7 millones a Estados Unidos y Canadá'.

En Colombia trabaja con **DirectTV**, al igual que en Argentina, donde también tiene distribución en **Cablevisión** y **Flow**, además de operadores más pequeños. En Brasil, está en **NET** y **Sky**.

'Tanto RFI como **France 24** son medios de información. Eso es importante porque la información se sigue consumiendo de forma lineal, a diferencia de los demás medios que se consumen cada vez más a demanda (entretenimiento, series, películas)'.

'Algo nuevo que estamos haciendo cada vez más es la radio filmada, que preferimos llamar radio visual. No es televisión, pero ofrece una calidad mucho mayor. Es un producto bimedia que también hacemos para **France 24** y también para la parte multimedia', concluyó Pompeyo Pino.

### SOFTTEL Hangzhou Softel Optic Co., Ltd



EYDFA Build-in WDM



External Modulation 1550nm Transmitter



GPON OLT 16 PON PORTS



GPON ONU

FTTH NODE

Main product: Optical transmitter, Optical Node, EDFA, EPON and GPON Products, Fiber Optical Cable, Termination Box, ODF, Patch Cord, and other FTTH accessory.

Email: [info@softel-optic.com](mailto:info@softel-optic.com) WhatsApp/Mob: +86 13588723749 Web: [www.softel-optic.com](http://www.softel-optic.com)  
Add: 709 HAIWEI BUILDING BINKANG RD, BINJIANG DISTRICT, HANGZHOU, CHINA

# Una señal, para todo el mundo.



**Conectividad**  
**Información / Entretenimiento / Cultura**

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

Síguenos en :  
 /TVChileTVN @TVChileTVN

## Cisneros Media: VePlus estrena nuevos contenidos en junio

Cisneros Media anunció la incorporación de nuevos shows a la oferta de programación de VePlus, su señal de TV por suscripción, que podrán verse desde junio en toda Latinoamérica.

Entre ellos, destacó *El Show de la Dra Nancy*, *Cara a Cala* y *En Tu Cama o En La Mía*. Además, anunció nuevas temporadas de *El Chateo* y *Más Allá de la Belleza*, mientras que la telenovela *Secreto de Amor* reforzará la oferta de dramáticos de VePlus.

El show de la Dra. Nancy es un nuevo talk show conducido por la



sexóloga Nancy Álvarez producido por Cisneros Studios desde Miami. *Cara a Cala* es un ciclo de entrevistas conducido por periodista Ismael Cala donde se conocerán casos de gente interesante con vidas extraordinarias.

*En Tu Cama o En La Mía* es un show conducido por Mariela Celis con divertidas entrevistas con un toque de picardía, humor y agudeza que caracteriza a La Celis quien también es presentadora de *Portadas*, el Magazine diario de VePlus.

*El Chateo* viene renovado en su segunda temporada con temas interesantes, los mejores panelistas y un renovado set para estar cada vez más conectado con la audiencia de VePlus y los seguidores en redes sociales.

*Más Allá de la Belleza* aumenta la experiencia y el alcance del Miss Venezuela llevando a los televidentes a un recorrido más cercano de todos los detalles y pormenores del magno evento de la belleza. Para la temporada 2019, estará conducido por Isabella Rodríguez



El Show de la Dra Nancy

(Miss Venezuela 2018) y Dave Capella.

Finalmente, se anunció el estreno de *Secreto de Amor*, una de las novelas con mayor aceptación internacional protagonizada por Scarlet Ortiz y Jorge Aravena.

Jonathan Blum, Presidente de Cisneros Media, comentó: 'Estamos muy contentos con todas las novedades que podemos anunciar para VePlus. El refrescamiento constante y la variedad en la oferta de contenido que presentamos en la señal nos han permitido disfrutar de altos niveles de audiencia que estamos seguros continuarán creciendo con la incorporación de estas nuevas producciones'.



Cara a Cala

## La Copa América se vive en TyC Sports

La transmisión del torneo de selecciones más importante del continente

Como desde hace 25 años, TyC Sports transmite en vivo todos los partidos de la selección argentina, la televisión de los encuentros más destacados del torneo y una programación full time dedicada a la cobertura de Brasil 2019.

Con los relatos y comentarios de Rodolfo Depaoli y Ariel Senosiain, TyC Sports transmite en vivo todos los partidos de Argentina en vivo desde el estadio junto al equipo periodístico que le hace marca personal a Messi y compañía con la actualidad y la información del día a día, los entrenamientos y la previa y el post partido.

El análisis, el debate, la información,



la actualidad del torneo continental más importante se viven de lunes a lunes en las ediciones diarias dedicadas a la Copa América de *Estudio Fútbol*, *Líbero*, *Planeta Gol*, *No Todo Pasa*, *Sportia*, *Efecto Selfie* y *Programa Sin Nombre*, con el plantel de figuras líder de la TV deportiva argentina. Enviados especiales, cámaras exclusivas y todo el color y la pasión del torneo más importante de Sudamérica.

Y para que el público esté todo el tiempo conectado y disfrute la Copa América como si estuviera en Brasil, TyC Sports realiza una cobertura multipantalla disponible en la plataforma TyC Sports Play, el sitio web



www.tycsports.com y las redes sociales oficiales del canal.

Para ver la Copa América online, se puede ingresar en TyC Sports Play a través de cualquier dispositivo digital.



Celia Lora

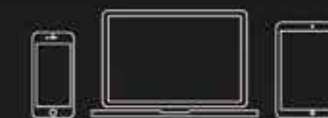
Mafer Pérez

Kate Rodríguez

Apolonia Lapiedra

Verónica Flores

- La mayor variedad para adultos en un solo click.
- HD Más de 1000 contenidos full HD de las marcas más reconocidas.
- Disponible desde cualquier dispositivo móvil.
- Privado y seguro.



LOS MEJORES CONTENIDOS PARA ADULTOS  
DONDE QUIERAS, CUANDO QUIERAS



CONTACTOS COMERCIALES:  
México, Caribe y Centro América: Esteban Borrás [eborras@claxson.com](mailto:eborras@claxson.com)  
República Dominicana, Colombia, Perú, Ecuador y Chile: Ignacio Guido [iguido@claxson.com](mailto:iguido@claxson.com)  
Argentina, Paraguay, Uruguay y Bolivia: Omar Figliolia [ofigliolia@claxson.com](mailto:ofigliolia@claxson.com)

## Showcase RTVE: 'El reto de crear ficciones globales'

Segunda edición del evento de contenidos en Madrid



Panel sobre *Estoy Vivo* con su creador, Daniel Écija, los talentos Alejo Sauras y Alfonso Bassave, y Rafael Bardem, Subdirector de Venta de Programas y Licencias

Bajo el lema 'Un mundo de emociones', RTVE organizó la segunda edición su showcase en Madrid ante más de 300 buyers tanto de Europa como de América y Asia.

La apertura del evento corrió a cargo del director general corporativo, **Federico Montero**, además del director comercial, **Rodolfo Domínguez**, y el director de contenidos y producción, **Fernando López Puig**.

Los ejecutivos destacaron el interés al servicio de mejorar las audiencias, pero siempre con una característica: 'El marchamo de calidad que buscamos en todo lo que emitimos. Es una satisfacción comunicar que todos los productos que presentamos en el showcase del año pasado han saltado nuestras fronteras y han encontrado un sitio

a nivel internacional', dijo Rodolfo Domínguez.

'En este showcase, con nuestras series, somos como un niño que tiene ganas de enseñar sus juguetes a sus amigos', apuntó Fernando López Puig. 'Queremos mostrar nuestros productos porque estamos muy orgullosos de ellos. Nuestra intención es crear producciones cada vez mejores y que lleguen a un mercado cada vez más grande'.

Durante la primera jornada, la tercera temporada de *Estoy vivo*, que va a comenzar a rodar a comienzos de junio, fue uno de los focos de discusión, con su creador, **Daniel Écija**, señalando que 'va a cambiar todo, todos los roles, nos la volvemos a jugar, y con nuevos actores además muy potentes y muy reconocidos'. La serie además va a tener versión americana, francesa e italiana, según han avanzado en el encuentro.

*Malaka* fue otro de los destacados: La nueva ficción, que llegará a las pantallas de TVE después del verano, ofrecerá 'el retrato de una Málaga que nadie conoce', en palabras de su creador, **Daniel Corpas**. Según **Javier Olivares**, coproductor ejecutivo de la serie, 'es un thriller de televisión pública europea que habla de la sociedad en la que vivimos;

esa es la ficción que hoy día se necesita'.

Para **Javier García Díaz**, productor ejecutivo de TVE, la señal ha apostado por este thriller porque 'es como las buenas series de este tipo, en las que la ciudad es fundamental. Combina situaciones y personajes muy potentes en un contexto muy real'.

En otra sesión, se debatió sobre el reto de crear ficción para su consumo global, con Daniel Écija, Ramón Campos, José Manuel Lorenzo, Tedy Villaba y Joaquín Oristrell, y se celebraron los cinco años de *Aquí la Tierra*, entre otros contenidos. Por la tarde, turno para la producción de documentales, como *Hundidos*, *Los cielos españoles* o *Equipo D*. Los códigos olvidados, *Ay, Carmen* o *J. Tarragó*, el bibliotecario de Mauthausen, y de programas de reportajes como *En Portada*, *Imprescindibles*, espacio que acaba de ser galardonado con el Premio Nacional de Televisión, y *Crónicas*.

'Los objetivos del showcase de RTVE son mostrar de forma amena qué produce y hacia dónde se encamina la Corporación en un mundo audiovisual global, incrementar la venta internacional de sus productos, dar un impulso a su imagen en el exterior como dinamizador de la industria audiovisual española y estrechar vínculos con los principales actores del panorama internacional', describieron desde la compañía.

## María Visión lanzó su nueva propuesta radial, Box Dei

La red internacional católica de televisión, **María Visión**, presentó este año su nueva propuesta de radio, **Box Dei**, que mediante una programación digital de audio HD, con altos valores humanos y espirituales a todos los sectores de la sociedad con música novedosa y original que alimenta el alma.

Al mismo tiempo, María Visión sigue desarrollando con **Carlos López** una labor completa que incluyó una alianza con la

Sede Episcopal Colombiana para generar más contenido local.

Pero la novedad más interesante es que cambió la sede de **María Visión Italia** a la ciudad de Asís, cuna de San Francisco, que es fuente de peregrinación y una gran ciudad anclada en el tiempo.

'Nuestras señales de televisión, tienen presencia en más de 20 países de América, Centro de Europa y Norte de África, con un



Shandy Ramirez, Carlos López y Johanna Lersundy, de MaríaVisión

alcance mayor a 21 millones de hogares. Por internet llegamos al resto del mundo los 365 días del año', concluyó López.

## Smithsonian Channel presentó *Cazadores de Agujeros Negros*

Smithsonian Channel emite *Cazadores de Agujeros Negros*, documental de una hora que sigue al equipo de científicos involucrados en el fascinante proceso de captar la primera imagen de un agujero negro. El programa se estrenó el sábado 15 de junio exclusivamente por Smithsonian Channel en DirectTV.

Dirigido por el **Dr. Sheperd Doleman** del Centro de Astrofísica Harvard & Smithsonian, el equipo del proyecto Event Horizon Telescope reúne a los científicos más sobresalientes del mundo. Dicho proyecto abarca a ocho radio observatorios y telescopios ubicados en España, México, Arizona, Hawái, Chile y el Polo Sur que, al juntarse, crean un telescopio virtual con un diámetro que abarca todo el planeta. La misión de este mega telescopio es trabajar al unísono para captar la primera imagen

de un agujero negro.

Pese a que desde hace mucho se cree que los agujeros negros existen, la exitosa misión del Event Horizon Telescope provee la primera evidencia clara y visual de su existencia. *Cazadores de Agujeros Negros* llevará a los televidentes al interior de los laboratorios, detrás de las pantallas de las computadoras y junto a los telescopios para mostrar todo este proceso desde el comienzo y revivir junto a los científicos la experiencia de alcanzar uno de los más grandes logros astrofísicos en la historia de la humanidad. Smithsonian Channel trabajó durante más de dos años en la realización de este este programa.

*Cazadores de Agujeros Negros* fue producido por Windfall Films Ltd. (parte de Argonon Group) para Smithsonian Networks en asociación con BBC, NHK, Canal+ y N24.



Sheperd S. Doleman dirige *Cazadores de Agujeros Negros*

Carlo Massarella y Dan Kendall son los productores ejecutivos, y Henry Fraser es productor y director para Windfall Films Ltd. Tim Evans y David Royle son los productores ejecutivos de parte de Smithsonian Channel. La US National Science Foundation (NSF), el European Research Council (ERC), así como agencias de financiación del Lejano Oriente proporcionaron fondos clave para la realización del proyecto Event Horizon Telescope.



A RIPLEY® BRAND

# La nueva 16 es la No 1

La MSAT® 16 puede ajustarse para afeitar tubos buffer entre 1 a 3 mm



**RIPLEY®**

Visitenos en la dirección [www.ripley-tools.com](http://www.ripley-tools.com) o llámenos para más información al 1-800-528-8665



## CuriosityStream: El nuevo gran canal factual

De uno de los fundadores de Discovery

Una de las señales más novedosas en Natpe Miami fue **CuriosityStream**, que integra la nueva tendencia de señales de alta calidad y en 4K disponibles para el mercado latinoamericano. Es una propuesta de contenido documental creada por uno de los fundadores de Discovery Networks, **John Hendricks**, que tiene más de 2000 horas de programación factual original en UHD y crece en su distribución worldwide.

Si bien cuenta con **Robert Gold** como responsable de distribución para la región, en el evento estuvo su Presidente & Ceo **Clint Stichcomb**, que concedió la primera entrevista a **Prensario** junto con el nuevo canal, que genera grandes expectativas.

Dijo que la meta es liderar el segmento de programación realista sobre ciencia y tecnología como productor independiente y con total control de lo que hace para ofrecer un producto creíble. Considera que esto lo diferencia de la competencia que en general pertenece a grandes grupos de señales.

La riqueza de su programación se verá



acentuada con el componente de Latinoamérica en general y de países como Chile o Brasil en particular. Empezará a producir a nivel local también.

La oferta comercial para los operadores es atractiva tanto en 4K como en HD y SD, llevada adelante por el equipo liderado en la región por **Robert Gold** que ya empieza a tener un conocimiento del mercado y volverá a estar presente en Andina Link de Colombia. A nivel global, está en más de 70 países y espera terminar el 2019 ya con una presencia en esta región.

‘Nuestra meta es acercarle al televidente el mundo en un solo lugar para disfrutar, explorar y descubrir. Nuestra programación presenta cineastas de clase mundial y efectos visuales impresionantes’, agregó John Hendricks, fundador y presidente del canal.

Entre las producciones, se destaca la serie original *Hawking's Favorite Places* y la última en 4K, *The History of Food*, que ofrece una profunda mirada dentro de la ciencia, la historia y el impacto cultural de la comida a través del tiempo.



Adeline Cassin, Robert Gold y Clint Stichcomb, CEO de CuriosityStream



Robert Gold y Adrian Shmotolokha, de CuriosityStream, con Eduino Caso, de IB Broadcasting

## HBO estrenó la nueva serie de drama *Euphoria*

Desde el 16 de junio para toda la región

HBO estrenó la nueva serie dramática *Euphoria* el 16 de junio en toda Latinoamérica, cuya primera temporada tendrá ocho episodios.

El programa sigue a un grupo de chicos

de secundaria mientras viven entre temáticas como las drogas, sexo, su identidad, traumas, medios sociales, amor y amistad. **Zen-daya** lidera el elenco que incluye



a Maude Apatow, Angus Cloud, Eric Dane, Alexa Demie, Jacob Elordi, Barbie Ferreira, Nika King, Storm Reid, Hunter Schafer, Algee Smith y Sydney Sweeney.

Todos los episodios fueron creados y escritos por **Sam Levinson**, quien también fue el productor ejecutivo. Otros productores ejecutivos incluyen a Drake, Future the Prince, Ravi Nandan, Kevin Turen, Hadas Mozes Lichtenstein, Ron Leshem, Daphna Levin, Tmira Yardeni, Mirit Toovi, Yoram Mokady, Gary Lennon y Jim Kleverweis.

*Euphoria* fue producida en asociación con **A24** y basado sobre la serie homónima israelí creada por Ron Leshem y Daphna Levin de **HOT**.



Zendaya protagoniza *Euphoria*



# Bridging the analog and digital worlds

Supporting both analog and digital transmission modules, the AIMA3000 provides ultimate flexibility during the network transitions.

## AIMA3000 | Multi-Service Transport Platform

Industry leading transport platform for HFC, RFoG, and DAA applications

- High density - up to 64 return RX or 64 forward TX in one 4RU chassis
- Built-in spectrum capture and forward path digital signal demodulation (MER, BER, Constellation)
- Remote-PHY application modules for smooth DAA migration
- Hot-swappable application modules with auto-config feature
- Remote firmware management

Contact PBN to find out how you can plan your network transition differently.



Email: [info@pbnglobal.com](mailto:info@pbnglobal.com)

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

Enabling Smart Networks

## APTC 2019: El encuentro obligado para llegar al cable de Perú

Del 24 al 26 de abril, tuvo lugar una nueva edición de la Cumbre APTC en el centro de convenciones Jockey Club de Lima, con la participación de más de 600 representantes de empresas de cable de todo Perú.

El evento, que nació hace 11 años como una forma de reunir a las empresas de cable del país andino, hoy está totalmente consolidado como el único espacio donde los programadores y proveedores de tecnología pueden encontrar y hacer negocios con los cientos de operadores de todo el país. Porque año tras año, tiene el mérito de incrementar la cantidad de visitantes y sobre todo de atraer a los tomadores de decisión dentro de cada una de las empresas, que mantienen su apoyo a la expo convención.

En el acto inaugural, se destacó la presencia de la vicepresidente de la nación, Mercedes Aráoz, quien acompañó a las autoridades de la Asociación Peruana de Televisión por Cable: su presidente Demóstenes Terrones, el VP Ysrael Acuña, y el gerente general, Emilio Rossi. También participó Omar Castro, gerente general del grupo multimédios peruano Corporación Universal.

‘Es importante avanzar con la tecnología y que eso se haga a la par de la ley. Las señales abiertas nos ponen condiciones; el año pasado, la señal Latina quitó la transmisión del Mundial de todos los cableoperadores’, dijo Acuña.

También reclamó el acceso a la red dorsal. ‘Queremos beneficiarnos de la red como empresarios. Ahora se está haciendo un proyecto donde se exige que debemos dar el 80% del ancho de banda garantizado; eso traerá informalidad y retroceso. Con esta norma, los pequeños operadores nos salimos del mercado’, completó.

Por su parte, Mercedes Aráoz comentó que trabaja desde hace tres años con la APTC. ‘Conozco la implicancia de esta organización en Perú y el trabajo que hacen entre los cientos de asociados que son empresas formales. Es una industria que da servicio a las localidades y a la nación’.

‘Estamos proponiendo una ley de publicidad estatal junto a los actores involucrados, entre ellos APTC. Esta ley busca optimizar la distri-

bución de la publicidad estatal. Es importante una publicidad que conecte con la población local y promueva la formalidad, que sea inclusiva’, agregó.

### Evolución y aprendizaje

‘Estamos muy contentos con esta edición de la feria que cada año se va

perfeccionando según lo que nos piden los expositores y operadores’, dijo Demóstenes Terrones a Prensario. La Cumbre APTC ha ido cambiando y adaptándose a las necesidades de los expositores y visitantes.

Respecto a la renovación de autoridades de la asociación, Terrones se mostró abierto a continuar en el cargo por pedido de sus colegas, aunque no se presentará a elecciones para favorecer el recambio. ‘Estoy muy conforme con lo que se ha hecho durante mi gestión. Hemos logrado afiliar a al menos 15 nuevos operadores



Catalina Holguín, Milena Celis y Hortensia Espitaletta, de Signal



Marcelo Bresca, de Frida Media; Jorge Vargas, de Econocable; y Juan Isuiza, de Unión de Compras del Perú



Panel inaugural: Miguel del Castillo, hijo del congresista Jorge Castillo; Ysrael Acuña, VP de APTC; Demóstenes Terrones, presidente de APTC; Mercedes Aráoz, vicepresidente de la República; Emilio Rossi, gerente general de APTC; y Omar Castro, gerente general de Corporación Universal



Mauro Zamora, Henry Okumura y Jorge Vargas, de Perú, con Daniel Llewelyn-jones de HBO



Marlon Granda, nuevo representante de Televisa Networks en Perú, con Juan Carlos Rojas Garibay y María Cristina Velázquez, de Televisa Networks



Kathia Zagastizabal, de MIC, junto a todo su equipo y los personajes de época en su stand

# RINCON

## EQUIPO Y SERVICIOS

Lo que necesite, cuando lo necesite



CAMBIE LAS REGLAS  
www.rincontechology.com

## APTC 2019: El encuentro obligado para llegar al cable de Perú

y logramos tener una oficina propia para la asociación. Hemos podido cambiar la forma de trabajo porque empezamos a movernos para resolver los problemas que teníamos de manera compartida', agregó.

Sobre la situación actual, destacó la permanente discusión con los programadores e instó a las empresas de contenidos a diferenciar a los operadores formales de los informales y llamó la atención sobre el problema del sub-transporte. Además, dijo que Perú es un mercado que avanza constantemente. Quizás no todos estén ya pensando en soluciones OTT, pero están terminando de digitalizarse y muchos ya ofrecen Internet.

### La Internet de las Cosas

**Juan García Bish**, ingeniero de **Gigared** de Argentina y uno de los responsables del temario académico de APTC, habló sobre "la Internet del todo", despertando a la audiencia de que ya la conectividad está en todos lados y el futuro de los trabajos, las ciudades y las cosas será en Internet.

'Nosotros, como cableoperadores, debemos tener la capacidad de imaginar el futuro, qué le puede llegar a gustar a los clientes, y debemos tener capacidad de adaptación. A los operadores pequeños les toca competir con las grandes empresas. La clave no está en el tamaño ni en el dinero disponible, sino en adaptarse mejor al cambio', dijo.

'Hoy, Internet está revolucionando cómo nos comunicamos. Los cambios en las telecomunicaciones se han acelerado enormemente en los últimos años, y esto gracias a la digitalización de los servicios y apoyado en esto, la Internet'.

'Deben dejar de ser operadores de televisión para convertirse en operadores de telecomunicaciones. La gente vive sin televisión, pero no puede vivir sin Internet. Es muy importante que nuestra plataforma pueda ofrecer un servicio confiable y seguro', agregó García Bish.

Dijo que los clientes piden velocidad, privacidad y seguridad. 'En los últimos 20 años, la velocidad se multiplicó por 1000 y con ella, el tráfico. El tráfico de video es lo que más ha crecido. **Netflix**, **Google** y **Facebook** instalaron servidores en nuestras cabeceras

de cable, ayudando a reducir la capacidad de Internet que necesitamos comprar. Pero también permitió levantar películas con perfil de calidad superior, quizás 4K, y eso pone al borde del colapso nuestra red de acceso. Estos tres operadores sumados representan el 70% del tráfico de Internet', completó.

'El IOT llegará a diferentes áreas de la vida. Desde los relojes, al hogar, incluyendo los vehículos y la agricultura y las ciudades inteligentes. Atrás de todo esto, lo que está subyacente es la conectividad'.

### La expo comercial

La expo comercial tuvo una gran concurrencia que fue apreciada por los expositores. En línea con lo que ocurre en todas las ferias de la industria, las empresas de tecnología fueron muy numerosas, aunque a diferencia de esos casos, las señales y sus distribuidores siguen apostando al stand, reuniéndose con los clientes y con mucho movimiento durante todo el día.

Entre ellas, se destacaron **Televisa Networks**, que acaba de confirmar a **Marlon Granda** como representante de sus señales para Perú, además de Ecuador, que lo manejará desde la oficina de **MasTV** en Miami. **Discovery Networks** estuvo con **Claudio Isolani** y **Sergio Canavese** presentando la segunda señal de **Scripps** para Latinoamérica (después de la exitosa **Food Network**), **HGTV** de hogar y jardín.

**Effective Brands**, la nueva empresa de representación de **Patricia Uribe**, anunció un nuevo acuerdo de distribución para **Star HD** y **Clan HD** en **Entel** de Bolivia, mientras que **Global Media**, que celebró sus 15 años en la industria, anunció las primeras producciones de **TV Agro** en 4K.

**MIC** se destacó con un stand central y su gran catálogo de señales para el mercado peruano y destacando especialmente los contenidos de **Atresmedia** con personajes de época evocando series como *El tiempo entre costuras*. El miércoles previo a la cumbre, ofreció un upfront en Lima sobre los principales contenidos del grupo en alianza con **MBA Networks**, donde también se exhibieron las señales **Inti Network** y **DHE**.



Tomás Delgado, Diego Tanco, de Wellav Sencore, con el CEO de la empresa Jeff Zhu, y José Cedeño, de Conax



Iván Chávez, Patricia Uribe y Olenka Sulca, de Effective Brands, que acaba de cerrar la distribución de Star HD y Clan HD en Entel de Bolivia



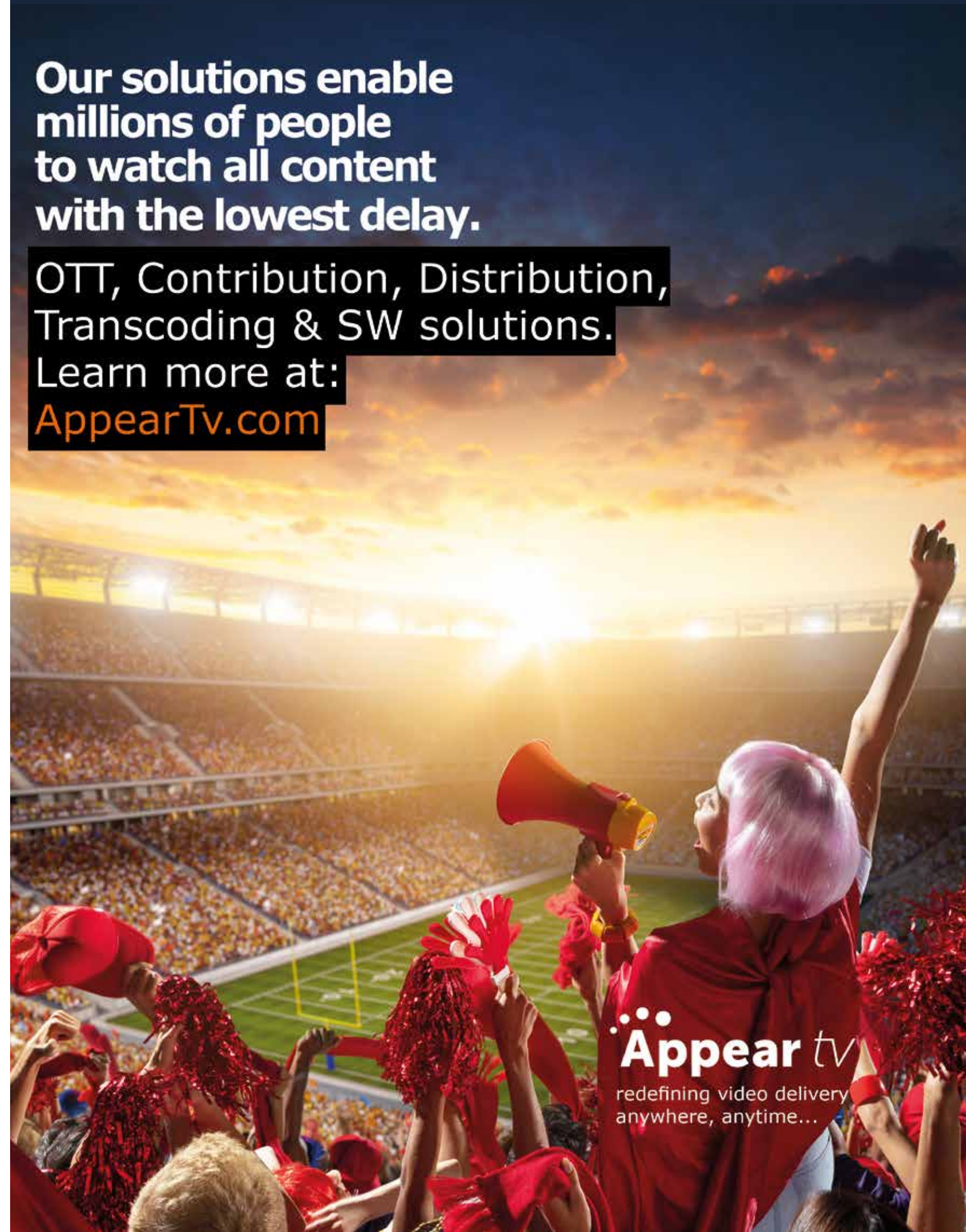
Claudio Isolani, Natalia Gómez, Yne González y Sergio Canavese, de Discovery Networks

**Frida Media**, la nueva empresa de representación de **Marcelo Bresca**, fue a la cumbre con su portafolio de marcas consolidadas para Perú. También estuvieron **Disney ESPN**, **AMC Networks** y **HBO**. **Azteca** estuvo presente con **Signal**, de **Hortensia Espitaletta** que celebró 20 años de trabajo junto a los operadores de la región. Dentro de su oferta, presentó la nueva incorporación al catálogo, **Fun Box**, que apunta a un público infantil.

# Our solutions enable millions of people to watch all content with the lowest delay.

## OTT, Contribution, Distribution, Transcoding & SW solutions.

Learn more at:  
**AppearTv.com**



...  
**Appear tv**  
redefining video delivery  
anywhere, anytime...

# Canon presentó las nuevas lentes *Sumire Prime* en NAB

## Excelente repercusión de la industria

Canon tuvo una excelente participación en el NAB Show de Las Vegas, donde presentó a toda la industria del cine y la televisión la nueva línea de lentes cinematográficos con montura PL, *Sumire Prime*.



Mientras el anuncio atrajo la atención de la industria, ver las imágenes es lo que causó verdaderamente el mejor impacto en los clientes potenciales. Todos los que acudieron al stand en la NAB y vieron de primera mano lo que estas lentes podían hacer, ansiaban poder tocarlas y empezar a usarlas.

Compuesta por siete lentes con un rango focal versátil, la línea *Sumire Prime* provee un bokeh artístico único en el mercado, que da a los cineastas la posibilidad de capturar las hermosas imágenes que anhelan contar en sus producciones con una tonalidad de piel muy natural.

### Mercado latinoamericano

El mercado latino ha visto una explosión de contenido visual en las áreas cinematográficas y de drama, tanto para televisión como para la pantalla grande. Las nuevas lentes *Sumire Prime* de Canon proveerán bellísimas imágenes para esas producciones a un precio competitivo y son compatibles con las cámaras líderes de cine.

La respuesta inicial a las lentes *Sumire Prime* fue incluso mejor de lo que se había anticipado. La demanda por lentes prime ha estado creciendo en los últimos años, y ahora que Canon introdujo esta línea, nuestros clientes respondieron con una aceptación unánime.



Takeshi Idemura, General Manager ICB Optical PD, Kazumasa Yoshikawa, Senior General Manager Image SB, Takafumi Maruyama, Business Planning Specialist de Canon



La nueva línea de lentes cinematográficas *Sumire Prime* se presentó en NAB



# USTED. NOSTROS. JUNTOS.

## Haciendo que la Comunicación suceda.



Más Información:

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



Llámenos Us:

1-800-238-7514



Email Us:

[marketing@ptsupply.com](mailto:marketing@ptsupply.com)

## Intelsat fue elegida por Conmebol para llevar sus partidos a todo el mundo

Un año de gestión lleva **Juan Pablo Cofino** en Latinoamérica y fue positivo en las cuatro unidades de negocios. Pero sobresale en la parte de media que está consolidando sus cuatro comunidades en los satélites 11,34,21 y el 14, obteniendo nuevos clientes de la manera más costo-eficiente para ellos.

Además, Cofino destacó que Intelsat fue elegida por **Mediapro**, que tiene todos los derechos de **Conmebol**, por su solución completa para distribuirlo en todo el mundo. Es una solución Multifeeds con los sa-

télites 29, 11, 14, 21 y 34, los últimos cuatro sus comunidades para múltiples juegos y países.

Otra gran novedad es **IronRoute**, fruto de una alianza con **Dejero**, que permite llevar el contenido a la nube de manera eficiente con tecnología IP, telefonía móvil y el componente satelital. Con esto, el creador de contenido puede ir a la nube con total confiabilidad y el más bajo costo, sin que pueda haber caída del negocio pues se tienen esas alternativas simultáneas.

En tercer lugar, lanzó una alianza con **Al-**



Juan Pablo Cofino

dea que permite extender servicios de fibra y otros nuevos servicios con innovación en contribución y full time. Permite acceso a telepuertos y a toda la comunidad con otra solución completa.

## Eutelsat cierra nuevos negocios para su solución Cirrus



Mike Antonovich, CEO de Eutelsat Americas

Eutelsat presentó al mercado su nueva solución para DTH Cirrus, que permite transportar

y disponer de canales para en español o portugués en Latinoamérica, con soporte 24/7.

Esta propuesta reciente ha generado nuevos clientes en Perú, Colombia y Ecuador y se espera un fuerte crecimiento, según destacó **Mike Antonovich**, CEO para las Américas de **Eutelsat**.

Además, Antonovich destacó que la región está bien más allá de sus inestabilidades, y que el sistema satelital (Direct To Home) seguirá creciendo. En México ve un gran despliegue



y en Brasil va a retomar el ritmo, pero se trata de darle valor y hacerla más eficiente, mientras acompaña la transición de la industria al OTT.

Consideró que el satélite puede ser una alternativa también a los OTTs y brindar una mejor experiencia a los usuarios en eventos en vivo por la garantía del satélite, más allá de que no pueda llegar a ser la plataforma para **YouTube**.

## SES mejora la distribución de contenido en Latinoamérica

SES anunció el lanzamiento de un nuevo servicio de distribución de video para operadores de TV paga, propietarios de contenidos y broadcasters a través de la plataforma recientemente desarrollada en el satélite SES-14.

La plataforma en banda C fue desarrollada por Sersat, una empresa del grupo Datco y una compañía de Argentina líder en soluciones de video y servicios, hospedada a través de la nueva posición de video de SES



para las Américas en 47.5 grados oeste.

Los operadores locales e internacionales que quieran emitir sobre Latinoamérica podrán acceder a los beneficios de llegar a millones de hogares de manera instantánea, que actualmente son servidos por el satélite a través de la plataforma hospedada en el telepuerto de Sersat en Buenos Aires.

SES-14 alcanza 33,3 millones de hogares con televisión directamente en la región.



Jurandir Pitsch, VP de Ventas y Desarrollo de Negocios CALA en SES

Además, sus canales están siendo recogidos por otras plataformas DTH que sirven a otros 29,3 millones de hogares, llegando a un total de 62,6 millones.

Quando de decodificadores se trata...  
**en EKT lo tenemos TODO!**

**Linuxtv**  
Connected & Integrated by EKT



>15 socios integrados

**Androidtv**  
(Hybrid) platform by EKT



Híbrido & IPTV/OTT

**Livetv**  
Quality DVB/ISDB-T by EKT



Todos los DVB

**EKT**



## Skyworth: El STB vendedor número 1 del mundo

Con todas las nuevas tecnologías

Víctor Méndez, director de ventas y operaciones para todo el Cono Norte de Skyworth, destacó que a nivel global cerró el año pasado con más de 35 millones de cajas embarcadas. 'Somos el set-top-box vendedor número 1 a nivel mundial', afirmó.

Y agregó además sobre la evolución en las diferentes tecnologías: 'Vemos una tendencia a combinar tecnologías de DVB-C, DVB-S y DVB-T con un componente híbrido para conectarse a Internet y tener servicios interactivos'.

'Por otro lado, vemos un mayor despliegue de cajas OTT basadas en Linux, AOS (Android Open Source) y ATV (Android TV). Todos los dispositivos ya son 4K ready y la evolución promete encontrar en el set top, un gateway interactivo de control para hacer IOT en un futuro cercano'.

En Latinoamérica, Skyworth se sigue consolidando y cerrando tratos con los principales operadores de la región. 'Como Skyworth es un fabricante muy dinámico y que trabaja con todas las tecnologías y chipsets disponibles en el mercado, nuestra capacidad de



reacción, precios y desarrollo de ingeniería nos posicionan ya entre los tres primeros proveedores del mercado', destacó Méndez.

En particular sobre el trabajo en México destacó: 'Hemos crecido en número de unidades embarcadas con los principales operadores de TV en México y buscamos consolidar las tecnologías de OTT para las siguientes generaciones de caja.

Tenemos un portafolio amplio de Broadband para la casa conectada, y el ser líderes hoy en día del mercado de set tops nos permite pensar en expandir nuestra presencia con otras soluciones del grupo'.

'Estamos participando en México con los operadores más importantes. En Brasil hemos crecido significativamente en el número de decodificadores análogos/digital, convirtiéndonos en el líder indiscutible del mercado Brasileño. Esperamos que durante 2019 consolidemos más operaciones regionales incluyendo clientes de primera línea en el mercado americano', agregó.

Sobre sus diferenciales, remarcó: 'Skyworth es un fabricante que trabaja con todos los



Víctor Méndez

chipsets disponibles, con todos los middleware del mercado y con todos los SW de acceso condicional disponibles. Tenemos un partnership muy sólido con Netflix y Google, y nuestros 800 ingenieros de R&D hacen de Skyworth el fabricante más competitivo del mercado global de STBs'.

Finalmente, dijo sobre sus objetivos para el futuro: 'Incrementar nuestra base de clientes regionales en Latinoamérica, posicionarnos como líderes en el mercado de OTT, penetrar los mercados de broadband con equipos para FTTH y la casa conectada, y seguir creciendo la base actual de cajas para las tecnologías tradicionales de cable, DTH e IPTV'.

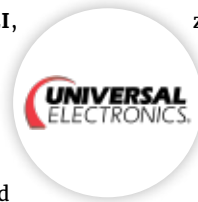
## UEI trabaja con los principales operadores de México

El mayor proveedor de controles remoto

Juan Carlos Ocampo, de UEI, destacó: 'Somos el proveedor de controles remotos de las principales compañías de televisión de paga de México. Nuestros clientes nos reconocen por nuestra calidad y servicio, colaboramos siempre de la mano con ellos en todos sus nuevos proyectos que nos involucran'.

'Durante estos años hemos trabajado de la mano con los principales proveedores del mercado, entre ellos Sky México/DirectTV, Megacable, América Móvil, Entel, Cablevisión Argentina, entre otros', agregó.

'UEI siempre está a la vanguardia, lan-



zando desarrollos nuevos todos los años para mejorar la experiencia de nuestros clientes. Ahora tenemos proyectos muy interesantes con controles de voz', remarcó.

'La región está empezando a vol-  
tear hacia este tipo de desarrollos más innovadores, que ofrecen servicios de valor agregado para sus abonados. Actualmente los nuevos proyectos van enfocados a los desarrollos de controles remotos por voz. La industria le está apostando a tener diferenciadores que influyan en la permanencia del suscriptor', señaló Ocampo.

Finalmente, se refirió a las expectativas



Juan Carlos Ocampo, de UEI

de la empresa para el mercado: 'Seguir consolidando UEI como la mejor opción cuando se trate de adquirir controles eficientes y de excelente calidad'.



## Nuevos Paneles de Conexión NextSTEP de Wirewerks



Caja de Pared  
NextSTEP  
NS-PP-WM6S



La Tecnología NextSTEP representa la evolución natural de los sistemas de manejo de fibra

El "siguiente paso" innovador. Combinaciones ilimitadas de módulos de conexión de fibra NextSTEP, módulos de distribución, bandejas de empalme, módulos 40G/100G MPO, o módulos C/D-WDM en cualquier chasis montable en estante o en pared.

Si usa sistemas de manejo de fibra en su Data Center, LAN Empresarial o Red de MSO/Operador, las funciones exclusivas y premiadas de NextSTEP pueden incrementar el rendimiento de su operación. Aprenda más sobre este nuevo punto de referencia en mejores prácticas de conectividad.

Un Sistema - Cualquier Aplicación de Fibra.

PARA APRENDER MÁS: [WWW.WIREWERKS.COM/NEXTSTEP](http://WWW.WIREWERKS.COM/NEXTSTEP)



## CryptoGuard: Novedades en OTT y soluciones mobile

CryptoGuard, proveedor sueco de CAS y DRM con más de diez años protegiendo el contenido para programadores y operadores, volvió este año a Andina Link donde presentó novedades y mejoras de su producto para OTT, *CryptoLITE*, y destacará para el mercado latinoamericano su nueva propuesta, *Mobile CAS Dongle*.

Kjell Carlswald, CEO de la empresa, comentó que en 2007 lanzó el primer CAS para Suecia donde las regulaciones exigían que los operadores encriptaran su contenido y muchos pequeños tuvieron problemas, ya que las alternativas eran muy costosas.

En Latinoamérica, donde ocurre algo similar, la marca se ha destacado siempre por sus precios, el alto nivel de seguridad y escalabilidad para cualquier tamaño de red. Como resultado, el 70% de los operadores suecos lo han utilizado.

Eso fundamentó la expansión en el mercado internacional mientras continuó desarrollando producto para operadores y broadcasters del mundo. Hoy llega a más de 50 países, incluyendo cadenas de TV con cobertura nacional y oficinas de ventas en cuatro continentes con gran red de socios.

Kjell aseguró que CryptoGuard seguirá

apostando a sus productos 'seguros, inteligentes y económicos para servicios de televisión de próxima generación y fortalecerá su posición como el CAS más accesible'.

### CryptoLITE renovado

*CryptoLITE OTT*

*Solution* es la solución de CryptoGuard para OTT que ahora se presenta en el mercado con mejoras en su interfaz de usuario y muchos despliegues. Esta solución puede ser agregada a cualquier CAS de la marca, permitiendo a los servicios de TV en dispositivos conectados ganar funciones como comenzar de nuevo sobre el catch-up. *CryptoLITE* también permite sumar PVR y un servicio VOD.

Como solución end-to-end, permite que los operadores de cualquier tamaño entreguen de forma económica contenidos de TV en cualquier pantalla. Además, soporta formatos DRM, incluyendo Google Widevine, Apple FairPlay y Microsoft

PlayReady, habilitando la distribución de contenido de manera altamente segura.

### Nuevo Mobile CAS

Entre sus más recientes desarrollos, CryptoGuard estará destacando en Andina Link su nueva solución *Mobile CAS* para aplicaciones móviles de TV paga sobre redes de transmisión TDT, DVB-T/T2 o ISDB-T.

*Mobile CAS* encripta transmisiones de TV paga TDT que pueden ser recibidas con dispositivos móviles Android e iOS. Estos reciben la señal de TV terrestre utilizando un sintonizador dongle TDT y el contenido de TV paga es descifrado por la app *Mobile CAS* para Android o iOS provisto junto con el dongle.



Agustina Roque y Gonzalo Blanco, de Obix; con Gary Esnal, de Teleste; Javier González, de Obix; y Tobias Nyström, de CryptoGuard  
Agustina Roque y Gonzalo Blanco, de Obix; con Gary Esnal, de Teleste; Javier González, de Obix; y Tobias Nyström, de CryptoGuard



## Antronix presenta sus taps y splitters 1.2 Giga

Milton Ulua, director de ventas CALA en Antronix, remarcó su compromiso con los mercados en tiempos donde las propias distribuidoras regionales dudan en extender su presencia y servicio por las condiciones cambiantes de los países y de la industria de la TV paga en particular.

Dijo que Antronix busca siempre estar cerca de los países para generar buenos negocios como con Telefónica o con Izzi en

México. Los taps de 1 Gb han funcionado muy bien en los últimos años.

Ahora, destaca sus novedosos splitters y taps de 1.2 Gb. Ha avanzado en negociaciones con Telecom/Cablevisión de Argentina, y con Telefónica, para la parte de Taps. Además, está buscando atraer a

los clientes que apuestan al Docsis 3.1, a la alta definición y a la digitalización en general.



Milton Ulua, en Jornadas



## FTTX Fiber Solutions

### Fiber Headend

Headend Transmitters

Headend Receivers

EDFA

### Fiber Premise

Optical Fiber Node - Mini

Optical Fiber Node - RFoG

Optical Fiber Node - MDU



Por Vladimir Martínez, corresponsal en México

## Conecta Latam 2019: Expertos demandan claridad sobre el modelo de telecomunicaciones

El evento convocó a expertos de la industria en México

El 3 de abril, se realizó en Ciudad de México, una nueva edición de Conecta Latam, foro que convoca a expertos en telecomunicaciones para debatir sobre el futuro de la industria. Los expertos participantes coincidieron en que la nueva administración gubernamental mexicana debe ofrecer certezas a la industria de la industria de telecomunicaciones en el país, ello con el objetivo de fomentar mayor competencia y beneficios a los consumidores. Gerardo Soria, presidente del Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones de México, dijo: 'El problema que hemos tenido en México es la falta de claridad que hemos tenido en México sobre el modelo de la industria de las telecomunicaciones. Por un lado, decimos que es un mercado en competencia, y por otro sigue siendo una economía centralmente planificada'.

Consideró que una de las labores primordiales en la industria de telecomunicaciones es colocar un piso común a todos los actores participantes. 'En mi opinión será quitar el máximo de obligaciones regulatorias posibles, o ir a los actores del mercado para llegar a las zonas que no están siendo atendidas al día de hoy'.

'No sería tan difícil imponer un impuesto al consumo, que se destine a un fondo de cobertura social y con ese fondo, en licitaciones públicas, a ver quién es el que ofrece el precio más bajo para llevar



Alexander Elbittar, de PIRCE (CIDE), Daniel Hajj Aboumrad, de América Móvil, Gerardo Soria, de IDET México, Miguel Calderón, de Telefónica, Daniel Bernal, de América Móvil, Gabriel Székely, de Anatel, y Víctor Pavón de Oxford Competition Economics

servicios a zonas puntualmente identificadas. Mientras el Estado renuncie a su obligación de ser promotor de estos servicios y pretenda trasladarlo a las empresas privadas, nunca vamos a tener la cobertura que requerimos'.

Por su parte, Miguel Calderón, VP de Asuntos Regulatorios y Relaciones Institucionales de Telefónica México, mencionó: '¿Cómo entramos a este mercado de datos? El dato es rey donde existe la inteligencia artificial, el big data y que todo esto va a cambiar la forma en que operamos, producimos y comercializamos, y que es importante, porque si no, no seremos ni productivos ni competitivos y muchos de nuestros empleos se irán a otra parte'.

'Con el costo que tenemos del espectro que tenemos y las necesidades que tenemos a futuro, no va a ser sustentable el poder invertir en las infraestructuras. Necesitamos que todas las empresas sean sustentables para que haya mucho más inversión y mayor competencia. Hay una convergencia entre las tecnologías de la información (TI) y las comunicaciones. Ahora las empresas de telecomunicaciones, si quieren ser rentables y competitivas, deben invertir en big data, en inteligencia artificial y dar una oferta en servicios que antes no daban, y estamos en competencia con empresas como OTT y de la cadena digital, que ellos no tienen la regulación

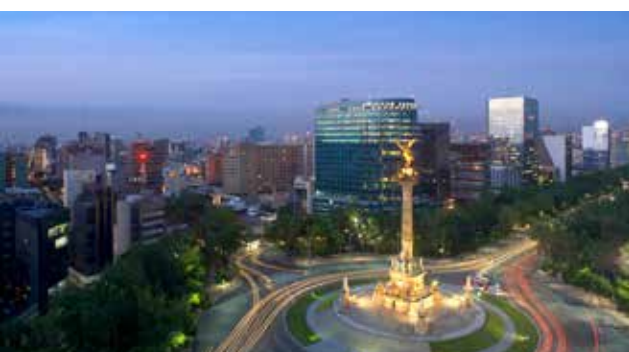


Amplia concurrencia en Ciudad de México

que tenemos nosotros', agregó.

'En este ecosistema digital tenemos más jugadores que antes y como país tenemos que dar la importancia que se merece. Con la demografía de México tenemos al 70% de la población en 300 municipios y en más de 300 municipios la densidad es de menos de diez personas por kilómetro y allí una oferta fija/móvil no es la solución eficiente para atender esos mercados. Hay insumos importantes que hay que cambiar. Hay iniciativas interesantes en el tema del espectro. La industria está dispuesta a invertir en ciertas zonas y acreditemos así esa inversión como pago de derechos, que es un esquema relativamente nuevo'.

Participaron también Daniel Bernal, director adjunto de Asuntos Regulatorios de América Móvil; Daniel Ríos, VP de Asuntos Externos de AT&T; y Javier Salgado, director general de ALTAN Redes, entre otros ponentes.



Sheraton Maria Isabel, sede de Conecta Latam México



Trabajando por las Telecomunicaciones en Latinoamérica y El Caribe



Por Hugo Ramos, Chief Regional Technologist CALA,  
y Javier Marroquin, Staff Solutions Architect CALA

## ARRIS: Wi-Fi 6 y triple banda

Altísimo rendimiento inalámbrico diseñado para el futuro

Los consumidores latinoamericanos están impulsando una transformación en la red Wi-Fi doméstica. Cada vez agregan más dispositivos IdC y equipos personales inteligentes a sus hogares, participan en más transmisiones 4K y juegos en línea e instalan seguridad en el hogar y asistencia sanitaria para los adultos mayores. Este notable crecimiento genera una extraordinaria demanda de conectividad inalámbrica más confiable y de alto rendimiento. Los operadores de sistemas múltiples (MSO, por sus siglas en inglés) se enfrentan al desafío de satisfacer esta demanda optimizando el ancho de banda, la capacidad de respuesta y la eficacia para mejorar la calidad de experiencia (QoE, por sus siglas en inglés).

### Consumidores demandan velocidades gigabit para toda la casa

Aunque DOCSIS y fibra hasta el hogar ofrecen más gigabits a nivel residencial, la cobertura para toda la casa y los gigabits en el hogar se han convertido en un «nuevo reto» para los operadores en Latinoamérica.

Según el índice de conectividad y entretenimiento (CEI, por sus siglas en inglés) de ARRIS, los consumidores, incluidos aquellos que viven en México, Brasil, Argentina y Chile, están agregando una amplia variedad de equipos conectados a sus entornos residenciales. El surgimiento de los dispositivos IdC en el hogar es claramente evidente: el 14% de los 20 000 encuestados en todo el mundo en el marco del CEI afirma que tiene electrodomésticos conectados, mientras que el 13% tiene sus propias cámaras de seguridad conectadas. El 11% utiliza dispositivos inteligentes y el 8% emplea algún tipo de equipo activado por voz.

En términos generales, la demanda de conectividad de alta velocidad por parte de los consumidores aumenta rápidamente. Los usuarios avanzados ya están sufriendo, al igual que las familias con niños que suelen estar en línea. El CEI muestra que el 90%



Hugo Ramos, Chief Regional Technologist CALA

de los usuarios considera que es importante tener acceso a Wi-Fi de alta velocidad en cada habitación.

Aproximadamente el 61% cree que tener muchos equipos conectados activos al mismo tiempo deteriora la transmisión y genera problemas de descarga. No es de extrañar que el 71% de los usuarios admita sentirse frustrado cuando no puede conectarse. Desde el punto de vista de la QoE, los problemas del ancho de banda residencial y la cobertura completa tienen un impacto significativo en la pérdida de clientes.

### En Latinoamérica, los desafíos traen oportunidades

Los proveedores que no logren ganar una reputación de servicio excepcional corren el riesgo de enfrentar diversos impactos comerciales adversos. Dado que la calidad de la conectividad incide directamente en la percepción del cliente respecto del proveedor de servicio, la mayoría de los proveedores admitió que el manejo de los dispositivos Wi-Fi no debería quedar solo en manos de los usuarios finales. Como los suscriptores agregan productos tales como tabletas, extensores, cámaras y DVR a sus hogares, necesitan mejores enrutadores que proporcionen velocidades gigabit a toda la casa. Esto presenta una oportunidad para que los MSO asuman la responsabilidad de controlar la satisfacción del cliente respecto del entretenimiento en el hogar. La experiencia ha demostrado que ofrecer equipos



Javier Marroquin, Staff Solutions Architect CALA

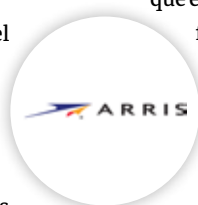
de alta calidad a los clientes minimiza la pérdida de suscripciones y reduce los costos de soporte con una reducción en las llamadas de servicio y las visitas de mantenimiento para cambiar los equipos.

Sin embargo, agregar ofertas de productos presenta un desafío, en especial, en un mercado donde el presupuesto es acotado debido a un rédito medio por usuario (ARPU, por sus siglas en inglés) relativamente bajo. Además, la prevalencia de paredes de ladrillo en Latinoamérica dificulta proporcionar una cobertura adecuada en toda la casa. Sin embargo, Wi-Fi 6 y la tecnología de triple banda brinda a los MSO la oportunidad de satisfacer de manera rentable la creciente demanda actual y les permite prepararse para el crecimiento futuro.

### Wi-Fi 6 y tecnología de triple banda

Los MSO tienen la oportunidad de invertir de manera temprana en tecnología preparada para el futuro y crear una mejor QoE a lo largo de la extensa vida útil de los equipos. Para los proveedores de servicio en Latinoamérica, adoptar el estándar de especificación de área local inalámbrica IEEE 802.11ax, denominado Wi-Fi 6 por la Wi-Fi Alliance, más enrutadores de triple banda, es una excelente forma de llevar la delantera en este asunto, a la vez que brindan soporte de manera simultánea a los miles de millones de equipos Wi-Fi actuales con estándares anteriores. Según la Wi-Fi Alliance, Wi-Fi 6 alcanzará su plena implementación en 2019.

Wi-Fi 6 4x4 de triple banda es la única



**Simplifica la logística  
de los productos críticos.**



## ARRIS: Wi-Fi 6 y triple banda

solución que hoy en día ofrece velocidades Wi-Fi gigabit para toda la casa, a cada habitación y a cada equipo, y también será capaz de ofrecer velocidades multigigabit el día de mañana para brindar soporte a los clientes a medida que aumente la cantidad de equipos inalámbricos en el hogar. La arquitectura del Wi-Fi 6 logra un nivel totalmente nuevo de menor latencia y ofrece una mejor respuesta. Puede aumentar como mínimo hasta cuatro veces la velocidad en hogares con múltiples equipos y áreas congestionadas, como complejos de apartamentos.

Wi-Fi 6 y los enrutadores de triple banda mejoran el rendimiento de varias formas importantes:

**Eficiencia espectral.** Wi-Fi 6 aprovecha de forma óptima el espectro para transmitir la máxima cantidad de datos con mínimos errores. Una modulación programada basada en OFDMA y un esquema de corrección de errores lleva el tráfico a su destino de manera más confiable y eficiente.

**Funcionamiento en entornos densos.** Wi-Fi 6 se diseñó para la conectividad de alta densidad, lo que significa que puede prestar servicio de manera simultánea a una gran cantidad de equipos sin sacrificar rendimiento. Las múltiples antenas permiten que el punto de acceso (AP, por sus siglas en inglés) se comunique con muchos equipos al mismo tiempo y, a su vez, permite que los equipos respondan. Los AP pueden programar y priorizar la comunicación con los equipos, de manera similar a una red móvil.

Al tener más control, los AP pueden garantizar un rendimiento óptimo de los equipos en una amplia gama de actividades y priorizar aplicaciones clave, como el seguimiento sanitario en el hogar.

**Dirección versus malla.** Aunque los múltiples AP en una topología de malla tradicional pueden comunicarse entre sí, agregar inteligencia de «dirección» garantiza que los mejores AP disponibles atiendan las necesidades de cada equipo, desde aplicaciones de poca demanda, como el correo electrónico, hasta aplicaciones avanzadas, como sistemas de juego que requieren más ancho de banda y velocidad.

**Mayor alcance.** Con Wi-Fi 6, los equipos obtienen una mayor cobertura Wi-Fi en todo el hogar, sin importar donde se encuentre la puerta de enlace o el enrutador. Los materiales de construcción utilizados en la vivienda (en especial, el ladrillo) pueden obstruir las señales de radio. Cuando varios equipos requieren conectividad dentro de cada espacio de la casa, se pueden requerir AP múltiples para que la puerta de enlace interactúe exitosamente con ellos. Un AP de triple banda Wi-Fi 6 puede comunicarse con más equipos al mismo tiempo al dividir un canal inalámbrico en múltiples subcanales que pueden transmitir datos para equipos diferentes. Los enrutadores de triple banda tienen dos bandas 5 GHz independientes y una banda GHz 2.4, así que más equipos pueden conectarse a Internet utilizando la banda 5 GHz más rápida. La segunda banda 5 GHz se puede destinar

smartphones. Cuando un AP se comunica con un equipo, es capaz de avisarle cuándo poner su radio de Wi-Fi en modo de reposo y cuándo activarla para recibir la próxima transmisión. La radio de Wi-Fi pasa más tiempo en reposo, por eso, la batería dura más.

**Ciberseguridad y privacidad.** La multiplicación de equipos conectados a la red Wi-Fi en el hogar crea un vector para ataques si el suscriptor no los configura correctamente. Los protocolos más recientes certificados por la Wi-Fi Alliance protegen a los enrutadores contra ataques de adivinación de contraseñas en general. Una función de secreto de avanzada impide que un hacker pueda leer las transmisiones encriptadas si la contraseña de la red Wi-Fi es descifrada más tarde.

### Conclusión

A medida que los consumidores latinoamericanos adquieren más equipos con conexión Wi-Fi y dispositivos IoT, también adoptan una amplia variedad de casos de uso centrados en el rendimiento, como aplicaciones para la salud, sistemas de seguridad y más. Se necesitarán nuevos niveles de conectividad, anchos de banda y rendimiento para brindarles soporte.

Wi-Fi 6 y la tecnología de triple banda es la combinación perfecta para brindar a los operadores el rendimiento mejorado que necesitan para adaptarse a los equipos Wi-Fi y aplicaciones de hoy en día, con la capacidad de satisfacer la creciente demanda de tráfico en el futuro. Los operadores que duden en adoptar esta tecnología pueden no ser capaces de brindar una calidad de experiencia satisfactoria y volverse cada vez menos competitivos en sus comunidades. Es posible que quienes no inviertan ahora, paguen un precio más alto en el futuro.

ARRIS puede ayudar, con soluciones de Wi-Fi avanzadas que combinan a la perfección funciones de primer nivel y tecnologías de punta, incluidas la triple banda, Wi-Fi 6 y antenas 4x4. ARRIS estará allí para ayudar a los MSO en Latinoamérica a estar un paso adelante en la curva de la demanda con las tecnologías Wi-Fi adecuadas para mantener a los usuarios residenciales satisfechos y garantizar la lealtad a la marca.



# EL REMOTE PHY MÁS PEQUEÑO DEL MERCADO

Technetix DBx es una plataforma de acceso flexible con módulos intercambiables que se puede reemplazar rápida y económicamente para cumplir con los requisitos cambiantes de actualización de red.

Amplificador • Nodo • Remote PHY

- Completamente funcional a 1.2 GHz, listo para DOCSIS 3.1
- Listo para operación remota usando un transpondedor DOCSIS 3.0
- Diseño energéticamente eficiente
- Actualizable en campo
- Plug-ins no requeridos
- Plataforma modular que permite convertir amplificadores en nodos
- Potencia la red con Remote PHY de cualquier tamaño, desde MDU hasta cualquier dispositivo de red

**LISTEN | INNOVATE | DELIVER**

info-mx@technetix.com • +52 55 4244 1506 • technetix.com



## Rincón Technology: Opciones creativas para hacer negocios

Rincón Technology ha ayudado a sus clientes a ahorrar millones de dólares en la implementación de redes, cuenta con 13 oficinas alrededor del mundo para atender a los más diversos clientes.

Su presencia global permite que a través de sus oficinas en Australia y Holanda los clientes puedan acceder a exenciones fiscales, mejorando así la oferta de la empresa. Hoy, el 65% de sus ingresos proviene de negocios en Estados Unidos, el 30% de América Latina y el 5% restante de otros países. Mientras que el 80% pertenece a ingresos



por clientes Tier 1 y el 20% a clientes Tier 2. 'Ofrecemos opciones de pago creativas, como usar lo recaudado de la comercialización o las ventas en consignación de equipos retirados del emplazamiento para cubrir los costos', dijo Amado Quintanilla, director de desarrollo de negocio CALA. 'Rincón ofrece una amplia gama de productos, desde soluciones de conectividad de extremo a extremo para aplicaciones de centros de datos y telecomunicaciones. Una de las líneas de productos más populares son nuestros transceivers ópticos OEM, que



Manuel Acosta, Brad White, Amado Quintanilla y Hernán Restrepo, de Rincón, en Andina Link Cartagena

ofrece una alternativa rentable compatible con todas las plataformas líderes, y con garantía de por vida', completó Quintanilla.

## FYCO se consolida en México

Para atender la creciente demanda de Internet en México, FYCO instaló un centro logístico con productos para soluciones GPON y FTTH en Querétaro, que brinda



una solución local a los operadores de telecomunicaciones que necesitarán más infraestructura en fibra óptica.

Todavía, gran parte del país no tiene acceso a las telecomunicaciones. Es por esto que la empresa ha desarrollado un portafolio para los ISPs mexicanos, a quienes además asesora en el diseño, suministro, implementación y financiamiento de sus proyectos.

'Además, tenemos uno de los mejores stocks de cables de fibra óptica del país con diferentes tipos de cables de fibras ópticas como ADSS, ARMADOS, ABC y DROP disponibles para llegar en tiempo récord a cual-



El centro logístico de FYCO en Querétaro

quier rincón del territorio nacional', Edwar Juárez, Chief Marketing Officer en FYCO.

'Nuestros productos conectan y mantienen unidos a millones de mexicanos en FYCO estamos listos para el futuro de las telecomunicaciones de México', resumió.



El proyecto de fibra express de FYCO

**JONARD TOOLS®**  
MID SPAN SLIT & RING TOOLS  
PATENTED fiber products from Jonard Tools  
Convergencia Show 2019  
Visit our booth # 416



Vea cómo pequeños cambios en su red pueden hacer una gran diferencia en su desempeño.

Se requiere la flexibilidad de las soluciones de acceso de fibra más versátiles de la industria para lograr el balance entre velocidad y estrategia a largo plazo. CommScope ayuda a los proveedores de servicio a lograr el balance entre la velocidad de implementación y la estrategia a largo plazo cuando se trata de desplegar una red de fibra.

Sabemos que las soluciones de red no son las mismas para todos. Puede confiar en que los equipos capacitados de CommScope trabajaran con usted para crear una red personalizada.



# 2019 JORNADAS INTERNACIONALES

HILTON BUENOS AIRES HOTEL - 25 y 26 DE SEPTIEMBRE

29° Edición de la convención líder en América Latina, que reúne a los referentes de la convergencia tecnológica y a los principales protagonistas de la industria de la TV paga y las Telecomunicaciones.

Dos días de conferencias técnico/académicas, debates y exposición comercial.



Asociación Argentina de Televisión por Cable

[www.atvc.org.ar](http://www.atvc.org.ar)  
(+54-11) 4342 - 3362  
(+54-11) 4345 - 5074/5



cappsa

CONSEJO ARGENTINO DE INGENIEROS Y PROFESIONALES DE LAS COMUNICACIONES  
[www.cappsa.org](http://www.cappsa.org)  
(+54-11) 4374 - 6932  
(+54-11) 4374 - 6982

## 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](http://amphenolbroadband.com)



Cables // FOPs // Pasivos // Activos



Amphenol TFC do Brasil Ltda  
Rodovia Governador Dr. Adhemar Pereira de Barros, KM 121,5 - CEP 13098-396 - Campinas - São Paulo - Brasil  
[vendas@amphenol-tfc.com.br](mailto:vendas@amphenol-tfc.com.br)

## Edgeware: Desarrollando a los broadcasters para OTT

Carlos Fidalgo lleva ya siete años en Edgeware a cargo de Latinoamérica. Destacó que la ventaja de la compañía sueca es su tecnología de punta, junto con la cultura empresarial de compromiso con el cliente.

‘Esa combinación es una fórmula ganadora, más si le sumas la convicción de invertir en los mercados que estamos trabajando, para haber alcanzado mucho éxito en América’, remarcó Fidalgo.



### Del IPTV al OTT

Todos los circuitos de Televisa en México están soportados por Edgeware, que tiene también clientes en Centroamérica, el Caribe y el Cono Sur. Al empezar en 2012, una de las funciones de Carlos Fidalgo era desarrollar el mercado, hoy tiene 15 personas dedicadas a Latinoamérica.

Cuenta con oficinas en México, el Cono Sur y con un partner en Brasil. Esto podría crecer considerando la filosofía pro partner para sumar aliados incluso en los mercados

más chicos. Fidalgo tiene su sede regional en la Florida y también hay gente en España dedicada a soportar a Latinoamérica. Ese compromiso con los mercados se ve este

año por la presencia que tuvo la marca en NexTV Buenos Aires, que repite ahora en Colombia, México y Brasil.

En las tendencias de trabajo, el ejecutivo señaló: ‘Tradicionalmente nos hemos enfocado en redes

IPTV. Ahora el mercado global está evolucionando al OTT, y nosotros también. Si miramos nuestros números de facturación, todavía más de la mitad es IPTV, más allá que nos acercamos a un equilibrio con OTT’.

‘De la misma manera, nuestros principales clientes solían ser las grandes telcos o los cableoperadores, pero con este cambio al OTT, el foco está más en los broadcasters, desarrollándolos para que hagan OTT’, detalló.

‘En la NAB lanzamos el Virtual Channel Creation, que permite al broadcaster u operador crear nuevos canales a medida a sus clientes, sea de deporte o cualquier género.



Carlos Fidalgo

También les sirve para esta era digital con los apagones análogos que necesitan aumentar sus ingresos’, completó.

### Éxito de Cavena

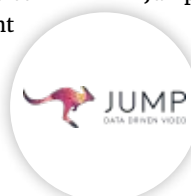
Sobre la reciente adquisición de Cavena, comentó: ‘En esa dinámica de crear nuevos productos, mostramos la compra de Cavena, que se enfoca en el mundo de los subtítulos y tenemos una grata sorpresa en la demanda, por el tema legal y también la cuestión de presentar de forma elegante los subtítulos, sin quemar los subtítulos y pudiendo trabajar con ellos’.

## Jump lanzó herramienta Actionable Segments

Jump anunció el lanzamiento de una nueva herramienta de clustering denominada Actionable Segments, que identifica audiencias con patrones de comportamiento común para mejorar la personalización de contenidos e incrementar el engagement de usuarios.

Esta solución forma parte de su portfolio de analíticas de video para ayudar a las empresas del sector en la toma de decisiones a la hora de configurar sus grillas de contenidos, personalización y programación, y de este modo ayudarles a maximizar el valor de sus catálogos de entretenimiento.

Este nuevo módulo de analíticas fue desarrollado a partir de las últimas tecnologías en Machine Learning y Big data, identificando a través del traqueo de la navegación de los distintos usuarios de los servicios de video, patrones de comportamiento similares para promocionar contenidos y personalizar las experiencias de navegación de cada tipo de audiencia con sus contenidos más afines.



Con esta tecnología se pueden encontrar grupos de fans de equipos de fútbol, aficionados a deportes de distinta índole con gustos comunes y en definitiva, lo que en Jump denominaron “Taste Communities”,

personas y aficionados a distintos contenidos que al final tienen gustos y hábitos comunes en el consumo de entretenimiento.

Jesús Herrero, CRO y cofundador de Jump, dijo: ‘Creemos que el uso efectivo del dato va a transformar la

industria del video tal y como la conocemos. Existen tecnologías que nos permiten de manera muy eficiente, manejar grandes volúmenes de información en tiempos record y a costes muy asequibles’.

‘Esto está haciendo que la industria dé un paso hacia la nueva generación del consumo de video y televisión. Una mayor personalización del contenido, optimización de catálogos, incremento del engagement de usuarios y en definitiva dotar a nuestros clientes de las herramientas necesarias para



Jesús Herrero. CRO y cofundador de Jump

mejorar su ROI, son las claves que hacen que nuestros clientes confíen en Jump’.

‘Manejamos grandes volúmenes de datos diariamente, dando a nuestros clientes en más de 25 países del mundo datos en tiempo real de como está evolucionando su negocio y herramientas para ayudar a la toma de decisiones de negocio. Estamos comprometidos en ayudar a nuestros clientes a mejorar sus ratios de éxito a través del uso de efectivo del dato’, resumió Herrero.



CryptoGuard

— Protect your content —



# Content Security

— For Digital TV on Any Screen —

## CAS ▶ Multi-DRM



CryptoLITE  
OTT SOLUTION

Cost-Effective End-to-End OTT Solution

ADVANCED FEATURES

Live-TV ▶ Timeshifting ▶ Catch-up ▶ Start-over ▶ nPVR ▶ VOD

SUPPORTS NATIVE DRMs

Apple FairPlay ▶ Google Widevine™ ▶ Microsoft® PlayReady®

### CONTACT

Tobias Nyström | Sales Director LATAM  
Tel +46 971 107 35  
Mobile +33 626 60 02 91  
Email tobias@cryptoguard.com

Follow us



www.cryptoguard.com

## Lindsay Broadband presenta nueva línea de cable módems

Abre mercado en Brasil

Lindsay Broadband está destacando toda su línea de productos de cable módems endurecidos, que ha sido diseñada para soportar las más extremas condiciones atmosféricas típicas de los despliegues en redes HFC.

Temperaturas desde -40 hasta 60 grados centígrados, interferencias electromagnéticas y picos elevados de voltajes son solo algunas de las condiciones para las que están preparados los equipos de Lindsay, garantizando un servicio de calidad y sin interrupciones.

Esta línea de productos permite a las operadoras de TV por cable sacar un máximo provecho de sus redes HFC ofreciendo servicios de valor agregado como Wi-fi, CCTV, moni-



toreo del tránsito, publicidad digital, y control fronterizo entre otros.

### Certificación de Anatel

Lindsay Broadband acaba de obtener la certificación de la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel) de Brasil para el HDCM 3.0, abriendo las puertas al mercado brasileño.

Con esta nueva certificación, las operadoras de este país podrán obtener los beneficios que habilitan sus productos en sus redes, lo que permitirá explorar nuevos mercados y/o emprender nuevos proyectos con nuevos clientes. Despliegues de LTE, 5G sobre HFC, cámaras de seguridad para control fronterizo o internos en las ciudades y Wi-fi sobre HFC



La línea de cable módems endurecidos de Lindsay

son sólo algunas de las aplicaciones que están disponibles ahora para el mercado latinoamericano.

## EKT: ¿Es el fin de la era del STB?

A pesar del mayor consumo de video en aparatos móviles, la TV sigue siendo el lugar preferido para consumir contenido audiovisual, si bien la forma en que se entrega ese contenido ha cambiado. Ahora hay más opciones con los SmartTV que se reemplaza al STB, otros piensan que se pueden reemplazar con los aparatos de casting como el chromcast o el roku, el Firestick por nombrar alguno, pero si bien estos devices son fáciles de instalar y nos permiten ganar usuarios rápidamente, esto no es tan así para el 100% del universo de audiencia que consume video.

La competencia directa de los OTT está creciendo día a día con servicios como Netflix, Amazon, iTunes, Iflix, Disney, Facebook, HULU, HBO y otros players que se suman día a día.

Entre las ventajas de los SmartTV y los aparatos de Casting encontramos: registro rápido y fácil, la tarjeta de crédito es



suficiente, ni siquiera se requieren los detalles de la dirección, pedido instantáneo - gratificación instantánea, paquetes a la carta que atraen al público. Entre sus contras: Easy Come - Easy Go.

Las ventajas del STB son la calidad del servicio está garantizada, el cliente está asegurado, el proveedor sabe todo acerca de su cliente y puede participar para optimizar la propuesta, ofrece opciones para aumentar las ventas y monetizar. Entre las contras encontramos que es más caro de implementar y posee una oferta OTT limitada.

### ¿Cómo mantener al cliente?

EKT ofrece una solución basada en LinuxTV que asume un gran rango de cajas listo para el mercado, que a su vez están disponibles con una amplia variedad de integraciones de middleware. Además está la posibilidad de integrar AndroidTV de EKT que supone un STB Android IP.



Gerard Kim, Jesús Moreno y Jill Mulder de EKT

El BYOD y los sistemas de Casting ofrecen una penetración de mercado rápida y rentable, sin embargo, es fácil ir y venir al no haber un fuerte compromiso de marca. Para crear una relación duradera (rentable) con sus clientes, un dispositivo STB sigue siendo lo más eficaz.

Al elegir entre AndroidTV y LinuxTV, cada dispositivo ofrece un conjunto único de soluciones mediante las cuales la versión de Linux de EKT, en combinación con sus socios, ofrece la solución más completa. Resumiendo: el STB vivirá otro día

## Soluciones desde el Headend hasta el Cliente



### RF

- Amplificadores para Subscriptores y MDU
- Pasivos de Línea
- Derivadores
- Pasivos para Subscriptores
- Filtros para CATV



### Ópticas

- Equipos para el Headend
- Pasivos
- Nodos
- RF sobre Vidrio
- Receptores FTTx
- Rosetas de Fibra Óptica



### Energía

- Respaldo de Energía
- Convertidores AC y DC
- Energía y Datos
- Insertor de Poder



### Servicios de Valor Agregado

- Cable Módems
- Puntos de Acceso Wi-Fi®
- Cable Módems Endurecidos
- Enlaces Punto a Punto
- EMTAs Endurecidos



Manteniendote Conectado. | Tecnología Robusta. Desempeño Garantizado.

lindsaybb.com | info@lindsaybb.com | +1.705.742.1350

Soluciones RF, Ópticas, Energía y Servicios de Valor Agregado

## Promptlink lanzó *Network NoiseHawk*

Para identificar las fuentes de ruido en las redes HFC

Promptlink Communications, proveedor de aplicaciones de software para la administración de redes y diagnóstico automático de equipos CPE de banda ancha, anunció en la reciente edición de Angacom realizada en Colonia, Alemania, el lanzamiento de su nuevo producto *Network NoiseHawk*.

Utilizando un algoritmo (con patente pendiente) para analizar datos de sondeos PNM y SNMP, *Network NoiseHawk* identifica con precisión el ingreso de ruido en la red HFC y lo muestra fácilmente a los técnicos de campo de



las cable-operadoras, lo que permite una rápida corrección de los problemas de ruido.

Los prestadores de servicio de banda ancha con redes de cable HFC han pasado años tratando de encontrar una manera sencilla y efectiva de identificar los puntos de ingreso

de ruido en la red, sin éxito. Los técnicos de mantenimiento de planta detectan que hay ruido en la red, pero pueden pasar días buscando los lugares donde ingresa el ruido, incurriendo así en elevados costos e impactando negativamente en la satisfacción del cliente.

La nueva herramienta de Promptlink proporciona una solución de software puro que puede mostrar los datos críticos en un dispositivo móvil o una PC, identificando con precisión la fuente del ruido entrando en la red HFC.



El equipo de Promptlink en AngaCom

Un completo panel de alarmas en el NOC notifica a los analistas e ingenieros de red sobre los problemas críticos relacionados con el ruido, lo que facilita el despacho de técnicos al campo para resolver rápidamente dichos problemas.

*Network NoiseHawk* reduce eficazmente los despachos de cuadrillas de mantenimiento, los movimientos de escaleras, y los tiempos de resolución de casos, así como también ayuda a disminuir el tráfico de llamadas al Call Center, aumentando la satisfacción del cliente y fidelizando a los usuarios.



El nuevo Network NoiseHawk presentado en AngaCom

## Televes: Preparado para las grandes oportunidades del mercado latinoamericano

En el último año, Televes pudo consolidar su presencia en Latinoamérica, con un crecimiento importante en varios países de la región. 'La apuesta por este mercado fue acertada y vemos grandes oportunidades de crecimiento', afirmó Juan Molezún, International Department Director.

'En Televes fabricamos soluciones para operadores de cable, objetivo principal de estas ferias, así como equipos para la digitalización de las cabeceras, componentes de red, soluciones de fibra óptica, GPON y somos uno de los principales suministradores de equipos de medición QAM y



Docsis para los grandes cableros', comentó.

'Somos líderes de mercado en la fabricación de equipamiento para los operadores satelitales, soluciones de hospitality para hoteles, hospitales, mineras, etc, y también para la TDT. La implantación del Ritel en Colombia o la Ley de Ductos en Chile presentará grandes oportunidades de mercado latinoamericano', remarcó el ejecutivo.

Este año, Televes estuvo por séptima vez consecutiva a Andina Link. 'Hemos sido testigos de la evolución creciente de esta feria, tanto en número de expositores como



Juan Molezún y Pablo Enriquez, de Televes en Andina Link

de visitantes que mejora año a año. Nos gustaría que el evento se abra también al mundo del DTH, OTT y TDT, como distintas soluciones de distribución de contenido', concluyó Molezún.

## La tecnología más avanzada para pruebas funcionales y actualización de firmware en terminales de Datos, Voz y Video

CPE ATLAS



STBTP



CPE ATLAS Mini



**STBTP:** Banco de pruebas para Set-Top Box  
Procesa decodificadores de TV digital, para múltiples sistemas de video

**CPE ATLAS:** Banco de pruebas para terminales de Datos y Voz  
Para terminales Cable Modem - EMTA - ONT - DSL - Enrutadores WiFi - AP

**CPE ATLAS Mini:** Versión reducida del CPE ATLAS  
La opción adecuada para producción de bajo volumen, certificación y homologación de equipos CPE

Promptlink: proveedor líder de soluciones automáticas en alto volumen de producción, para logística reversa y recuperación de terminales.

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

Presente en  
**CONVERGENCIA 2019 SHOW.MX**  
8/9/10/11 JULIO-AGOSTO-SEPTIEMBRE  
STAND # 417 - Visítanos

## OpenVault facilita el servicio prepago de banda ancha

OpenVault brinda soluciones de tecnología y análisis de banda ancha a Latinoamérica, donde uno de sus mayores clientes es TVCable de Ecuador. Así, ha identificado la necesidad de los operadores de ofrecer un mayor acceso y paquetes más flexibles para llegar a más suscriptores.

Así, por ejemplo, si bien la mayoría de los clientes pagan las facturas de banda ancha con regularidad y en su totalidad, hay casos en que el pago es menos confiable. Los más desafiantes son los clientes que no pueden mantenerse al día con sus pagos o que no tienen suficientes historiales de crédito para calificar para los acuerdos de facturación tradicionales. En esos casos, los operadores se ven obligados a tomar una decisión difícil: cómo atraer o mantener al cliente mientras se asegura de que el cliente no esté utilizando el servicio sin pagar.

Una opción que responde a las necesidades



tanto de los operadores como de sus clientes es el servicio prepago de banda ancha. Bajo esta estrategia, proporcionada por OpenVault, el operador ofrece planes de datos fijos que los clientes pueden comprar con anticipación, según las necesidades de los clientes. Esto permite a los operadores capitalizar las oportunidades de ingresos en segmentos de mercado que pueden no cumplir con sus umbrales de confiabilidad crediticia, sin exponerlos al riesgo de facturas impagas.

Dado que los clientes que seleccionan planes prepagos tendrán asignaciones de datos fijas, es importante que puedan controlar su uso durante el período de facturación. El uso exitoso del prepago de banda ancha incluye un medidor de uso personal al que los consumidores pueden acceder para ver el consumo de datos acumulados. A menudo, los clientes que probablemente superen su asignación fija tienen la capacidad de com-



Max Padro, de OpenVault

prar ancho de banda adicional, utilizando el mismo escenario de prepago.

El prepago de banda ancha permite a los clientes que probablemente no cualifican asegurar el servicio que desean. Aquellos con presupuestos fijos pueden comprar la cantidad que satisfaga sus necesidades financieras y de comunicación. Para los operadores, el prepago de banda ancha es una forma de bajo riesgo para permitir el desarrollo de nuevos clientes y el mantenimiento de relaciones productivas con clientes que tienen problemas presupuestarios.

‘Nuestra experiencia demuestra que también puede haber atención al cliente y beneficios operativos para la estrategia’, resumió Max Padro, director de ventas para América Latina y el Caribe.

## Ripley Tools presenta nueva cortadora de cables de Miller

Ripley Tools presentó su nueva cortadora de cable plano para cables tradicionales, MBo4 “Twister” de la marca Miller. Diseñada para una operación rápida con una sola mano, sus cuchillas de precisión cortan fácilmente ambos lados de la cubierta del cable en secciones intermedias y extremos, exponiendo la fibra de una forma segura y sin causarle daños.

Con un simple giro, su exclusiva articulación o bisagra de patente pendiente, permite que se abra y se cierre alrededor del cable sin necesidad de desarmar la herramienta o apretar ningún pestillo. En concordancia con la especial dedicación de Ripley y pensando siempre en la seguridad del trabajador, esta magnífica herramienta ergonómica promueve una operación muy segura



con cuchillas protegidas que evitan potenciales cortes y laceraciones.

El Miller MBo4 es compatible con una amplia gama de marcas de cables planos que incluyen Comm-scope, Corning, Draka / Comteq, OFS, Prysmian, Superior Essex y más. La herramienta admite anchos de cable que van de 0.305 “a 0.350” (7.7 mm a 8.9 mm), alturas de cable que van desde 0.155 “a 0.185” (3.9 mm a 4.7 mm) y grosores de la cubierta de 0.03 “a 0.04” (0.76 mm a 1,0 mm).

El MBo4 se presenta como parte de la línea Miller de productos fabricados por RipleyTools, LLC. Los productos Miller están diseñados y fabricados para instaladores y contratistas en las industrias eléctrica, fibra óptica, electrónica y de telecomunicaciones.



# 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



Televes

www.televes.com | www.televescorporation.com





## Fibrastore renueva productos y precios para fibra

Más opciones para los mercados de IPTV y OTT

Fibrastore, empresa del grupo Veas, estará en ConvergenciaShow de México donde presentará sus nuevas soluciones y más servicios. Los productos de fibra óptica son ya commodities; han bajado sus costos y seguirán bajando. Es por esto que la marca está transfiriendo esos nuevos costos a los clientes posicionándose en un lugar muy competitivo.

Presenta además las nuevas líneas de productos que corresponden a servicios de IPTV y OTT, con costos muy inferiores a los de mercado, para que no haya excusas para que el cliente avance en su proyecto. Estos se basan en la disponibilidad de servicio tanto de headend local como cloud,



entre lo ofrece una opción de renta de licencia o compra por usuario, hasta cinco usuarios por servicio, servicio de canales en vivo, VOD, grabación en cloud para poder ver de nuevo tus programas favoritos, televisión interactiva. Con panel de administración muy fácil de utilizar para que pueda el operador configurar todo de manera muy sencilla, pudiendo integrar múltiples STB también.

Además presentará las nuevas plataformas para celular, para lograr mayor fidelidad de clientes que pueden ser modificadas a criterio de operadores.

‘Esperamos que estas nuevas opciones permitan seguir mejorando a los operadores



Enrique Gandulfo, de Fibrastore/Veas

que decidan seguir en este mercado cada vez más competitivo, donde la mayor fortaleza estará dada por los modelos comerciales y que paquetes y o plataformas integremos’, concluyó **Enrique Gandulfo**, director de Veas.

## Defang Technology abrirá nueva fábrica en Guadalajara

Fortalece su presencia en Latinoamérica

Defang Technology es una corporación privada con sede en Hong Kong y Estados Unidos que se dedica al diseño y producción de una amplia gama de productos de interconexión para telecomunicaciones, electrónica, redes de datos de alta velocidad y piezas para el sector automotriz de las principales marcas globales.

Los segmentos comerciales que sirve Defang incluyen productos de conectividad para audio y video, telefonía y cable de par trenzado, datos, fibra óptica, fuentes de alimentación y equipos inalámbricos.

‘Nos esforzamos por servir al sector de las telecomunicaciones, soluciones personalizadas según los requisitos de nuestros clientes, a un precio competitivo, con productos adecuados para cada



mercado internacional, de acuerdo con los estándares de fabricación y diseño más exigentes’, dijo **Oscar Vidotto**, director regional de Defang.

El valor agregado de la empresa está en su capacidad para diseñar, personalizar y configurar productos o embalajes según las necesidades del cliente. Además, sus instalaciones están equipadas con equipos de última generación para garantizar la calidad y la consistencia del producto.

‘Contamos con gran experiencia logística, con una extensa red de distribución, que garantiza una entrega oportuna y eficiente. Nuestra operación ha sido optimizada para reducir costos al transferir ahorros como un descuento al precio pagado por los clientes’, agregó.



Oscar Vidotto

Además, la empresa tiene una gran capacidad de suministro para ayudar a sus distribuidores a expandir sus mercados con nuevos productos. Defang tiene fábricas en Shanghai y Shenzhen, y oficinas en Hong Kong, Estados Unidos, Colombia y ahora México.



**NUEVA PLANTA EN GUADALAJARA**

**Seguimos creciendo en Latinoamérica**

**Con una primera fase de fabricación de HDMI**

## Jonard Tools: Éxito de la serie MS para cables de medio tramo

Jonard Tools, fabricante de herramientas manuales de ingeniería de primera calidad desde 1958, destacó la exitosa repercusión de la gama completa de herramientas para proporcionar acceso de tramo medio para cables de fibra óptica, lanzada al mercado el año pasado.

La serie de tramo medio (serie MS) incluye herramientas que se cortarán y cortarán los cables en tamaños desde 1,2 mm hasta 10 mm. Estas herramientas patentadas se diseñaron específicamente para abrir cables sin causar daños a las



fibras y se pueden usar en micro conductos, cubiertas de paredes delgadas y tubos de protección.

Ed Scirbona, director de Ingeniería en Jonard Tools, comentó: 'Nuestra serie patentada de herramientas MS ayudará a cualquiera que trabaje con fibra. Estas herramientas tienen ranuras simples para cables de muchos tamaños y crean ranuras en ambos lados del cable a la vez para un fácil acceso a la mitad del tramo. También estamos expandiendo la Serie MS para incluir herramientas de MS de doble



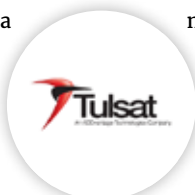
Hugh Quiñones y Ricky Español, de Jonard

función para operaciones de corte y anillo; Herramientas todo en uno con opciones de tamaño adicionales'.

## Tulsat: Complementos para soluciones end-to-end

Tony Cameron, director internacional de ventas para Tulsat/NCS, afirmó: 'Somos una extensión de nuestros socios OEM, Cisco y Arris. Nuestro amplio inventario hace que nuestra distribución sea crítica para las empresas de telecomunicaciones en los mercados latinoamericanos'.

Desde receptores de programas a transmisores ópticos, todos los componentes de Tulsat contribuyen a mantener los sistemas activos y trabajando. Junto con Cisco y Arris, la empresa



ofrece otros productos que se complementan entre sí para completar la cadena de abastecimiento.

'Cerramos un año muy bueno en Latinoamérica. Aunque ha habido una consolidación en los mercados más grandes de televisión por cable, los más pequeños están desarrollándose a tasas más velozes que otros mercados menos atendidos', agregó Cameron.

'Centro y Sudamérica han estado muy activos. Brasil ha sido un desafío y Ar-



Tony Cameron, de Tulsat

gentina muestra un progreso, pero otros mercados están llenando sus baches'.

## PBN: Gran apuesta a Latinoamérica

PBN está haciendo una gran apuesta por posicionarse como referente en los clientes de la región. Para eso contrató como responsable de Latinoamérica a Bernardo Castro, que lleva 12 años a cargo de CALA, en tres compañías diferentes que han mostrado, cada una, un importante y constante crecimiento, además de un gran posicionamiento en la región durante su gestión. Bernardo Castro dijo a Prensario que parte



del éxito se debe a 'tener un equipo sólido' y de mucha experiencia que supo armar en cada caso como con Pablo Adames, un ingeniero muy talentoso y con amplio conocimiento del mercado,

y Marcelo Vaisman, gran conocedor del mercado latinoamericano, hábil vendedor y con una capacidad ejecutiva extraordinaria que se ha traído al equipo actual de PBN para Latinoamérica.



Bernardo Castro

LIGHTING YOUR SMART LIFE



TU CONEXIÓN CON EL FUTURO ESTÁ LLEGANDO



Cumplimos 20 años  
uniendo a las PyME del cable  
de nuestro país.



**Al servicio de las nuevas tecnologías**

**Sistemas de CATV Analógicos - Digitales**

**Redes HFC - EOC - EPON - GPON**



Guangtai®



SOFTTEL



Prysmian Group

LONG XING



**Fábrica Argentina de Cables Coaxiales**

**Fábrica y Oficinas**

Domingo French 831 - Villa Martelli  
Pcia. de Bs. As. - Argentina  
Tel.: 011-4709-6650  
ventas@wiretechsa.com.ar

**Sucursal Córdoba**

Diaguitas 3138 Barrio La France  
Cdad de Córdoba, Córdoba  
Tel.: 0351-476-0908  
sucursalcordoba@wiretechsa.com.ar

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

## Wirewerks: *NextStep* permite grandes ahorros en el mantenimiento de la red

Diego Merizalde, gerente de ventas de Wirewerks para Latinoamérica y el Caribe señaló: 'Hemos tenido un crecimiento muy significativo en la región. Llevamos seis años construyendo Data Centers en CALA y nos hemos convertido en un socio importante en el desarrollo de soluciones para nuestros clientes'.

'La solución es simple: Ahorrar espacio en los racks, eliminar los puntos de falla y establecer procedimientos de alta calidad ocupando un solo espacio de rack para manejar y distribuir 144 fibras'.

*NextStep* de Wirewerks conlleva a que el cliente pueda mejorar sus tiempos de



instalación y a reducir las fusiones reemplazando su sistema de conectividad tradicional con un fácil sistema MPO punto a punto. Ahorrando un 30% en sus costos operativos que impactan positivamente sus presupuestos anuales.

'Nuestra alianza estratégica con TVC en Latinoamérica y el Caribe nos permite cubrir la región efectivamente. Los tiempos rápidos de entrega en sus productos, la calidad, garantía y testimonio de nuestros clientes, nos permiten seguir creciendo. Tenemos presencia en toda la región, y ahora contamos con el apoyo de un especialista de fibra dedicado, el Ing. Roberto Rosas para el Cono Sur y un especialista en Data Centers Global, el Ing. Nicolás Saab, que completan el grupo de ingeniería y producción de Wirewerks y el grupo de ventas y logística de TVC', remarcó.

### Reconocimiento de los expertos

*NexStep Technology* ha sido reconocido con cinco premios por los jueces del programa anual Cabling Installation & Maintenance Innovators Awards, integrado por expertos en cable y sistemas de comunicación.

*NextStep Technology* un sistema innovador que representa la evolución en gestión de fibra, el paso lógico que combina emparchado de fibra, distribución,



Diego Merizalde, gerente de ventas de Wirewerks

empalme y más funcionalidades dentro de un sistema escalable, modular y completamente integrado para la aplicación de redes de fibra óptica pasivas.

Jais Cohen, presidente de Wirewerks, comentó: 'Estamos orgullosos del ingenio y la creatividad que se encuentran en las nuevas funciones exclusivas de *NextSTEP*, y nos sentimos honrados de que nuestras innovaciones sean reconocidas con cuatro Premios CI&M Innovators Awards. Creemos que este reconocimiento será un diferenciador significativo para los clientes de *NextSTEP* en nuestros mercados verticales de Data Center, Enterprise LAN y Broadband / MSO específicos'.





**FIBRASTORE**  
especialistas en productos de fibra óptica

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



www.fibrastore.com



# Skyworth

The Leader in DTH / ASO / Cable / IPTV



3rd Largest STB Manufacturer Worldwide

**Bridging the Gap Between Ideas and Realities**  
**Connecting to the Future Smart Life**

### MAIN OFFICES

Johannesburg, SA   Delhi, India   Shenzhen, China   Vienna, Austria   Mexico City, Mexico

Find Our Local Representatives at :  
DiegoCarrera@skyworth.com  
Mendezv@skyworth.com  
Our Website: en.skyworthdigital.com



The world's most influential media,  
entertainment and technology show  
13- 17 September 2019 | RAI, Amsterdam



# FROM TRADITIONAL BROADCASTING TO OTT, VR, AR AND ESPORTS

Register before 16 August to get your  
free visitor pass or the early booking  
conference discount

See it differently.

[show.ibc.org](http://show.ibc.org)

WWW.UEI.COM

## TU SOCIO GLOBAL EN CONTROLES REMOTOS Y ACCESORIOS.



Giselle Borgo • (305) 582-5622 • [gborgo@uei.com](mailto:gborgo@uei.com)