

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DE ARGENTINA HACIA EL MUNDO



Desde la redacción más grande de América Latina generamos contenidos de ficción, información y entretenimiento de la más alta calidad para cada pantalla.



Departamento Venta Señales 5411 4370 1395 | 5411 4339 1541

Contenidos que conectan

@ArtearMarketing

artear
www.artear.com

SEPTIEMBRE 2018 | AÑO 27 | # 337

Prensario Internacional

www.prensario.tv

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING



NUEVA TEMPORADA

TWD



LA EXPERIENCIA PREMIUM DE FOX COMPLETA.



JORNADAS INTERNACIONALES 2018
Informe Especial Cono Sur



64 Puertos
Gpon/Epon OLT



WGP3200



Transmisor óptico de 1.2GHz 1550nm / 1310nm
Transmisor óptico de 1550nm modulado externamente



Receptor óptico FTTH
WR-1075JK-MB



Receptor óptico FTTH
WR-1082A



Receptor óptico FTTH
WR-1088-M



Receptor pasivo
WR-1201-W



D-Master 9000C Edge
IPQAM para aplicaciones de VOD

Características principales

- ◆ Alta densidad, admite 6 tarjetas, capas dobles en una unidad de rack
- ◆ Alta fiabilidad, admite PS redundante
- ◆ Alta flexibilidad, admite conexión en caliente para ambas tarjetas y PS
- ◆ Alto rendimiento para OAM, hasta 32 canales de RF por tarjetas, un total de hasta 192 canales



Made for minds.

El cambio climático

El programa Global 3000 le presenta las consecuencias de la globalización y el cambio climático.

Cada semana por DW Español

VISÍTENOS
EN JORNADAS
STAND N.º 25





Jornadas Internacionales 2018

El SVOD y otros futuros

El año pasado, al analizar la situación de la industria de la televisión por suscripción en Latinoamérica, señalábamos que la TV lineal –pre-programada, por cable y satélite– estaba viviendo ‘tiempos interesantes’, en el sentido chino de la frase, que augura la llegada de situaciones ‘diferentes de lo sucedido hasta ahora, y de consecuencias imprevisibles’.

Hoy, podemos decir que algunas de estas situaciones están más claras que en septiembre de 2017, en tanto otras –como los efectos de las redes sociales sobre el público– se están haciendo notar pero todavía no permiten apreciar en grado científico cuál será la situación de equilibrio que se logrará con el tiempo.

Medido en términos de la base de suscriptores a TV paga en los diversos países de la región, observamos un estancamiento en la mayoría de ellos –con Brasil en una baja que parece difícil de combatir y pronósticos sombríos a futuro– y sólo crecimiento en aquellos países que menos han desarrollado la TV paga legal (lo que descarta los sistemas



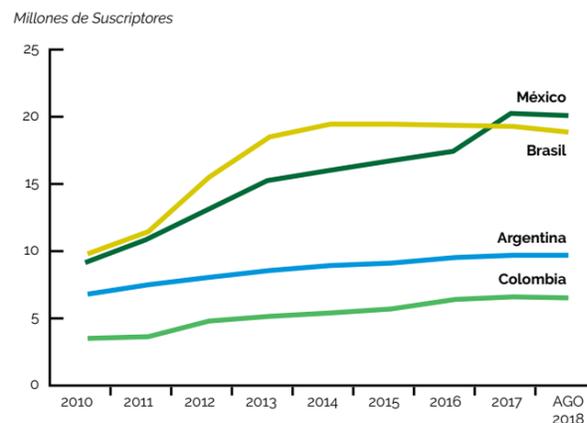
La inauguración de Jornadas 2017

clandestinos, la piratería penal y el subreporte) como Paraguay, Bolivia y algunos de América Central, así como una situación de “blanqueo” en Perú, donde se planteaba una situación que quedó hace algunos meses en descubierto, similar a la de Colombia. La analizaremos más adelante.

Este descenso en el crecimiento de la base de suscriptores en la mayoría de los distintos

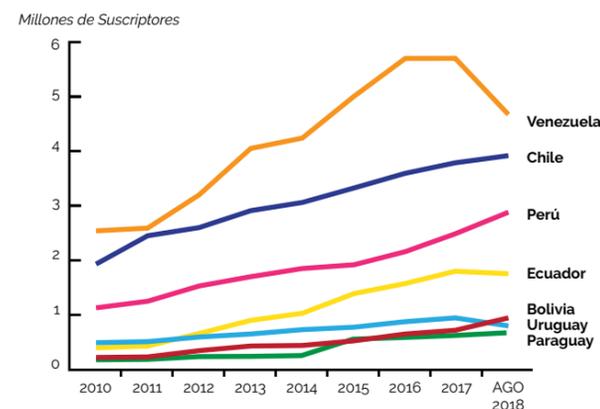
mercados de la región suele ser atribuido al éxito de Netflix, la estrella del momento en el panorama mundial, con 125 millones de cuentas –cada cuenta puede o no tener más de un usuario– y, en general, al surgimiento de una nueva generación de usuarios, comúnmente denominados Millennials que se caracteriza por cualidades como la impaciencia y la compulsión por ver ciertos contenidos que

Evolución de suscriptores de TV Paga en los principales mercados de Latinoamérica (2010 - ago 2018)



Fuente: Private Advisor - Reguladores

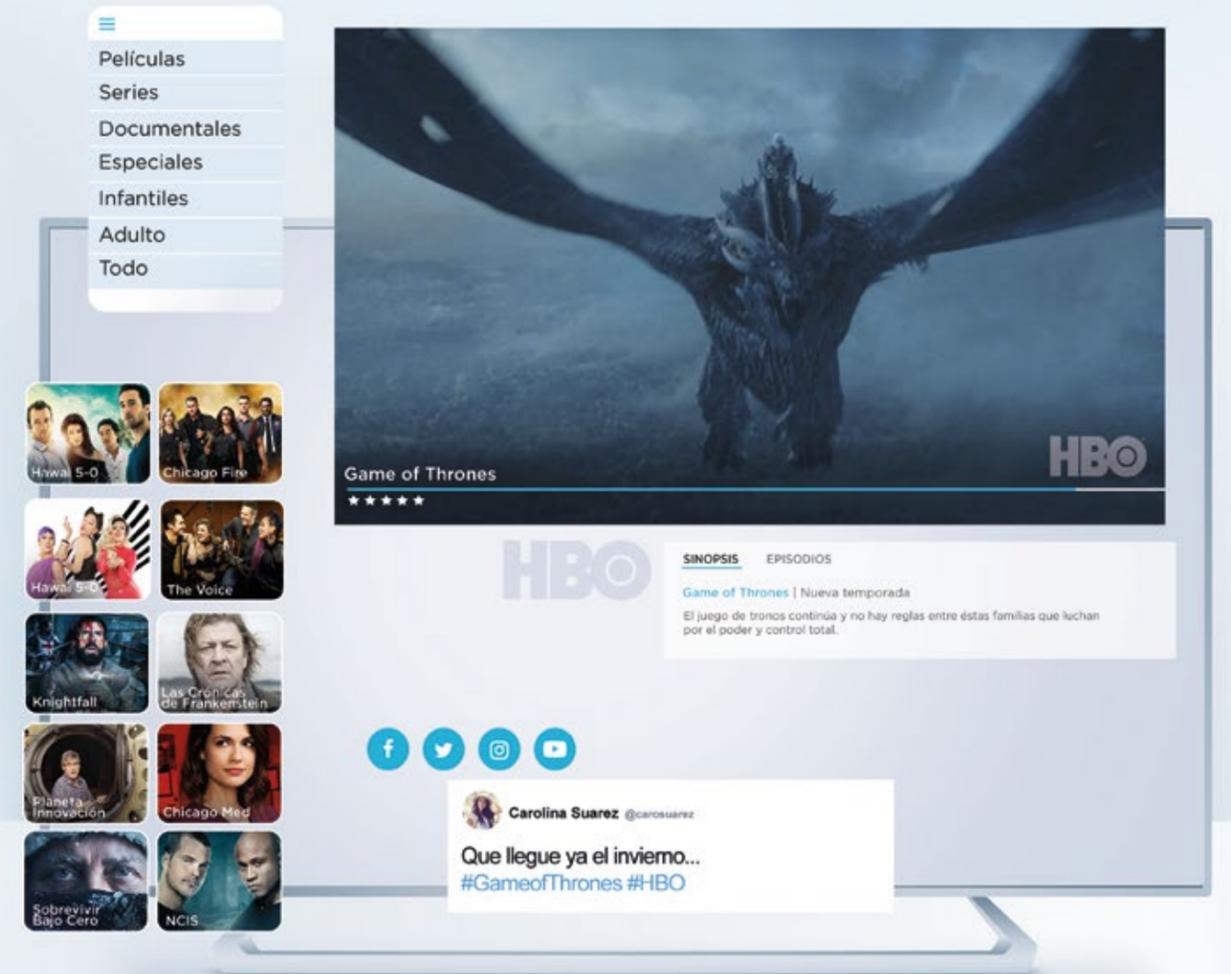
Evolución de suscriptores de TV Paga en otros mercados de Latinoamérica (2010 - ago 2018)



Fuente: Private Advisor - Reguladores

ENTRETENIMIENTO INTELIGENTE

EN CONSTANTE EVOLUCIÓN



HBO | LATIN AMERICA

Somos la evolución del entretenimiento.
Somos el único grupo de canales que ofrece entretenimiento personalizado que evoluciona a la par de las impresionantes innovaciones tecnológicas y de los hábitos de consumo de la nueva era. Somos HBO Latin America Group.



© 2018 Home Box Office Inc. y HBO Ole Partners. Todos los Derechos Reservados. HBO® y las marcas de servicio relacionadas son propiedad de Home Box Office, Inc. El material incluido es de la exclusiva propiedad de HBO Ole Partners o sus afiliados y licenciatarios, y está protegido por las leyes de derechos de autor y otras leyes aplicables.

* Este canal no se distribuye en México.

Jornadas Internacionales 2018: El SVOD y otros futuros

les han recomendado sus amigos y a través de Internet, sin esperar a que estos contenidos sean emitidos en un cierto horario o un cierto orden. La compulsión los lleva a querer ver varios episodios a la vez, un fenómeno denominado binge-watching, que en inglés significa 'sintonía en exceso'.

Netflix no ha pasado inadvertida a los productores tradicionales de contenidos, entre ellos los estudios de Hollywood y las productoras independientes de Estados Unidos, así como las de otros países de Europa, Asia y también Latinoamérica. Se nutrió, a partir de 2011, de los catálogos de series y películas cinematográficas que ya habían sido explotadas por los estudios; pero esta corriente se ha ido secando, al querer los estudios continuar esta nueva cadena de valor por sí mismos, obligando a Netflix a entrar en el negocio de la producción original y buscar otras fuentes



Whit Richardson y Juan Carlos Balassanián, de Turner



Sebastián López de ESPN y Sergio Canavese, de Discovery

alternativas, como la **BBC**, las productoras europeas, y realizadores en nuestra región.

Algunos de los estudios se asociaron en **Hulu**, una SVOD (Subscription Video On Demand, también denominada OTT o Streaming Service), que no ha crecido en la medida esperada por divergencias internas, en tanto

los DTH (Direct To Home, televisión vía satélite) estadounidenses **DirectTV** (ahora propiedad de la telco **AT&T**) y **Dish**, lanzaron skinny bundles (paquetes económicos de programación lineal) para ofrecer

un producto de precio menor y contener la migración a OTT de quienes consideran que la suscripción a TV paga lineal es demasiado cara. La gente que canceló es denominada cord-cutters (quienes cortaron el cable) y quienes nunca llegaron a suscribirse al cable o satélite son cord-nevers (nunca cable).

Otra reacción vino del mundo de los telcos y algunas MSOs de cable. **Comcast**, la mayor de Estados Unidos, ya había comprado los estudios **Universal**, la cadena de televisión anglosajona **NBC** y la latina **Telemundo**. **AT&T**, descendiente de las célebres Baby Bells de la década de los 80, compró **DirectTV** –operación que sigue siendo cuestionada en Brasil– y más recientemente, **Time Warner**, una de las más importantes programadoras del mundo.

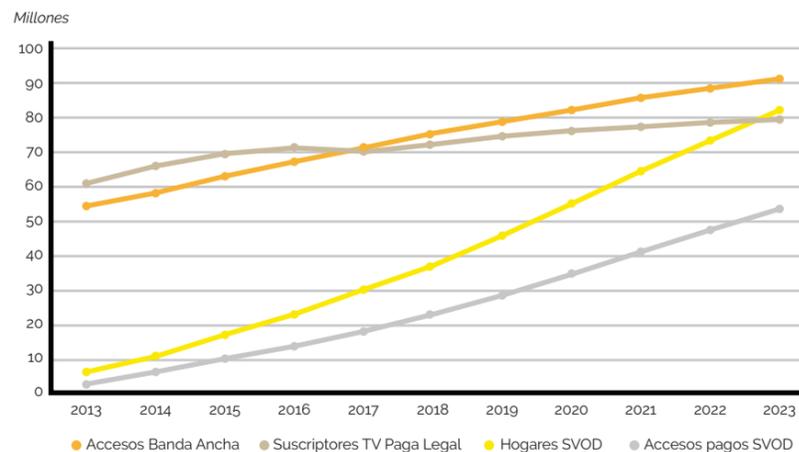
En México y otros países de Latinoamérica, **América Móvil** esta ofreciendo contenidos de video como complemento a sus abonos de telefonía móvil; **Telefónica** de España, bajo la marca **Movistar**, está desarrollando contenidos pero también ha firmado con Netflix para ofrecer este servicio a sus usuarios.

También, intervino un participante inesperado: **Amazon**, el gigante de ventas por Internet, comenzó a ofrecer el servicio SVOD Prime Video a un costo de 99 dólares por año, con ventajas como envío sin cargo de lo que el suscriptor comprara en la empresa. Este servicio ha sido ampliado a México y estará disponible en otros países de la región, con una característica que lo diferencia: Amazon utiliza los contenidos de video como un elemento promocional para la venta de otros productos: 'Los suscriptores de Prime



Eduardo Stigol, de Inter/TuVes; y Carlos Molitini, de Telecom

Latinoamérica: TV Paga vs Banda Ancha Fija vs SVOD OTT (2013-2023)



Fuente: Dataxis

HISTORIAS QUE HACEN HISTORIA.



www.turnerargentina.com

Jornadas Internacionales 2018: El SVOD y otros futuros

Video también compran zapatos', comentó su fundador, **Jeff Bezos**.

Las fábricas de contenidos

Los jugadores establecidos en el negocio de la TV lineal –y en especial las cadenas panregionales– han reaccionado a estos desafíos aumentando fuertemente la producción original de contenidos: 'Nos hemos convertido en fábricas de contenidos multi-pantalla', definió **Tomás Yankelevich**, EVP & Chief Content Officer, **Turner Latin America**. El costo de producción se absorbe ahora con la emisión simultánea en TV abierta, que además aporta la promoción necesaria para que tenga repercusión; una red de TV paga, como **Fox** o **Turner**, y un sistema SVOD como



Ernesto Miranda, Desirée Martín de Claro Argentina, Alberto Islas y Agustín Vigil, de Claro Latam

puede ser **Flow**, de **Cablevisión** (adquirida por **Telecom**) en Argentina.

La posterior venta a otros mercados contribuye al éxito: **HBO Latin America** y **Disney** están vendiendo activamente sus contenidos originales a filiales en el resto del mundo. En el caso de los convenios entre varias empresas, la venta de los derechos es asignada por especialidad o territorios.

Este esquema de coproducción le está permitiendo a la TV lineal ofrecer una proporción mucho mayor de contenidos originales que en el pasado. En Europa, son ahora frecuentes las coproducciones entre países, a partir de los diferentes idiomas de cada uno. Como consecuencia, el público se ha acostumbrado a sintonizar programas donde se hablan dos y hasta tres idiomas, subtitolando según el país.

El futuro de estas iniciativas tiene un punto a favor: la migración de los anunciantes a las plataformas digitales no está dando los resultados esperados, debido a la resistencia de los Millennials –los mismos que migraron de la TV paga lineal a YouTube y las redes sociales– a mirar los anuncios, y a lo que se suele denominar fraude digital: la emisión

de los spots en sitios considerados inconvenientes –por ejemplo, pornográficos o de fake news– para la imagen del anunciante.

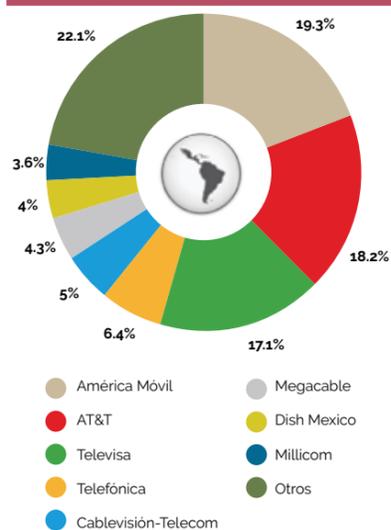
Los defensores de la TV lineal confían en recuperar terreno, o al menos dejar de perderlo, ante este tipo de situación; otros están avanzando con acciones en las redes sociales, en paralelo con la emisión al aire o cable, para captar al público que sintoniza su smartphone mientras mira –o no– televisión.

Los casos de Perú y Colombia

El re-cálculo oficial de la base de suscriptores a TV paga de Perú fue uno de los sucesos trascendentes del año, cuando en agosto la consultora local **JP Partners** anunció que existen en ese país casi 3 millones de suscriptores a cable y satélite frente a la base habitualmente publicada por **Osiptel** de menos de 2 millones.

De acuerdo a la misma fuente, esto responde a la fuerte reducción (50%) de las operaciones clandestinas, con operativos realizados con la colaboración del ente autoral **Indecopi** y otras autoridades. Esta suba en la base de suscriptores, de consolidarse, podría

Latinoamérica: Market share de TV Paga por holding (Q4 2017)



Fuente: Dataxis



Ricardo Masini y Jorge di Blasio, de Red Intercable



Alejo Smirnoff, de Prensario, y Javier Figueras, de HBO



Daniel de Simone, de Millicom, y Marcelo Bresca, de Frida Media

LA PIRATERÍA ESTÁ DESTRUYENDO NUESTRA INDUSTRIA

Afecta a la inversión, la calidad de los contenidos, la producción y genera pérdida de empleo.

COMBATAMOS LA PIRATERÍA.

Discovery

Jornadas Internacionales 2018: El SVOD y otros futuros

modificar el papel de Perú en el conjunto de mercados de la región y potenciar su industria, a la vez que aumentar la cantidad de coproducciones, en función de la apertura de nuevas instalaciones, como los estudios de América TV, y la adopción de tecnología de vanguardia.

Una situación similar podría, eventualmente, producirse en Colombia, donde las cifras oficiales de base de suscriptores, en menos de 6 millones, contrastan con estudios de penetración de la TV paga realizados por el organismo oficial DANE y particulares como Ibope, que proyectan un universo de usuarios mucho mayor.

Colombia tiene ya una base de estudios de producción instalada y es fuerte proveedor de contenidos en la región; la clarificación de este punto contribuiría –como en Perú– a registrar un incremento del negocio a nivel regional, como a reposicionarla en el universo de la TV lineal.

Internet, beneficio y desafío

El auge de las conexiones a Internet es otro de los aspectos que están modificando la industria de la TV paga. Internet es a la vez un beneficio y un desafío: por un lado, fideliza al usuario cuando el cableoperador agrega el servicio a la TV lineal; por el otro, le ‘abre las nuevas formas de sintonizar contenidos’, como comentó el analista francés Bruno Patiño en su Master Class sobre lo digital en Buenos Aires.

Una de las nuevas formas de sintonizar es, justamente, Netflix. Tras una primera etapa de rechazo, los cableoperadores están pasando a ser operadores de telecomunicaciones –como recomendado por Javier Ruete, de TCC de Uru-

guay, hace un par de años– y agregando telefonía fija y móvil, con un objetivo: que el abonado permanezca dentro de su sistema.

Dado que la penetración de Internet sigue aumentando pese al estancamiento de la TV paga

lineal, aparece un nuevo grupo de usuarios, los conectados a la web sin TV paga. Conquistarlos debería ser uno de los objetivos de los cableoperadores en los próximos años.

Uno de los métodos es la oferta de contenidos no lineales, alojados en el servidor del sistema de cable, que permitan al usuario sintonizarlos en cualquier momento y eventualmente lugar. Hay una gran cantidad de material con acceso gratuito –por ejemplo, el de los sistemas públicos y gratuitos de televisión– que puede ser puesto a disposición de los suscriptores y complementar la oferta lineal. Y también se pueden obtener



Carlos Granzotto, de GigaRed; Sabrina Capurro, de SGD; y Sara Pristipino

contenidos grabados en el lugar, con los habitantes, su vida y puntos de vista, como en los tradicionales noticieros.

Otro objetivo, más ambicioso pero igualmente realizable, es crear redes sociales locales en localidades del interior de cada país. La combinación de pantalla con mensaje de texto sigue siendo imbatible para atraer la atención de cualquier persona, sobre todo si hay movimiento en la imagen. La localización –estar en el lugar donde vive el usuario– sigue siendo válida. La nueva batalla es por la atención del usuario, y es una batalla que la TV por cable puede librar y ganar.

Jornadas Internacionales 2018

The **Jornadas Internacionales** pay television trade show to be held in Buenos Aires, Argentina on September 25-27 promises to be a new opportunity for programming outlets, software developers and hardware vendors to get in touch with the cable operators from Argentina, Uruguay, Chile, Paraguay and Bolivia, as well as the regional staff of the top programming networks.



Latin America has been no exception to the recent trend towards more original production and co-productions among broadcast stations, VOD providers and linear cable television networks, opening new markets and finding different ways to monetize content.

There is also a surge of OTT providers whose major goal is to recruit customers among those people that don't find prepackaged programming to be the best way to be entertained. This business opportunity emerges from the fact that, while broadband connections (both mobile and wireline) keep increasing, the linear pay television customer case remains mostly flat, except for emerging markets such as Paraguay, Bolivia and four of the Central American countries.



Miguel Clutterbuck, de Artear; y Jorge Schwartz, de TV Cable Ecuador

HAWAII 5-0 **the voice** **ANATOMÍA SEGÚN GREY** **NCIS: NUEVA ORLEANS** **MENTES CRIMINALES**

ENTRETENIMIENTO PARA SEGUIR Y DESCUBRIR EN DONDE QUIERA QUE ESTÉS

SONY PICTURES TELEVISION **AXN** a Sony Network **CANAL SONY**

© 2018 Sony Pictures Entertainment, Inc. All rights reserved. "HCP" and "Home Box Office" are registered trademarks of Home Box Office, Inc. Apple, the Apple logo, and iPhone are trademarks of Apple Inc., registered in the U.S. and other countries. App Store is a service mark of Apple Inc. Google Play and the Google Play logo are trademarks of Google Inc. Sony Entertainment Television and AXN are registered trademarks of Sony Pictures Entertainment Inc. Criminal Minds © ABC. The Mentalist © CBS Studios, Inc. All rights reserved. © 2018 WTA Tour, Inc. All rights reserved. The Voice © 2017 NBCUniversal Media, LLC. All rights reserved.



Actividades

Jornadas Internacionales ATVC 2018

Martes 25 de septiembre

- 13:00 - 16:00 hs · Acreditaciones
- 14:00 - 17:30 hs · XIII Jornada de Capacitación Audiovisual (Para productores de televisión)

Miércoles 26 de septiembre

- 08:00 - 18:00 hs · Acreditaciones
- 09:00 - 19:00 hs · Exposición Comercial
- 12:00 hs · Acto Inaugural
- 15:00 hs · Conferencia Académica sobre la Industria:
- 16:30 - 17:30 hs · Conferencia Anti Piratería
- 17:30 - 18:30 hs · Foro Cappsa: Empresas de programación y contenidos: El futuro de la TV
- 9:00 - 13:00 hs · Sesiones Académicas Técnicas
- 15:30 - 17:30 hs · Workshops Técnicos
- 13:30 - 15:30 hs · Reunión comisión directiva Cappsa
- 17:30 hs · Evento 20 años Red Intercable

Jueves 27 de septiembre

- 8:00 - 18:00 hs · Acreditaciones:
- 9:00 - 19:00 hs · Exposición comercial
- 12:00 hs · Conferencia académica sobre convergencia y TICs
- 10:00 hs · 4to. Encuentro de organismos reguladores (Certal)
- 10:30 - 12:00 hs · Conferencias Cappsa contenidos
- 10:00 - 13:30 hs · Conferencia SCTE
- 15:30 - 17:30 hs · Conferencias Cappsa contenidos
- 15:30 - 17:00 hs · Workshops técnicos

Agenda Académica

Martes 25 de Septiembre

- XIII Jornada de Capacitación Audiovisual
Salón Atlántico A
- 14:00 hs · Palabras de bienvenida del presidente de ATVC, Walter Burzaco
- 14:00 - 15:30 hs · Conferencia: Los formatos de TV en la era del streaming
Disertante: *Patricio Vega*
- 16:00 - 17:30 hs · Conferencia: La TV que se viene / Inteligencia artificial, transmedia, on demand y el nuevo espectador
Disertante: *Natalia Notar*

Miércoles 26 de Septiembre

- Salón Atlántico C
- 15:00 hs · Conferencia Académica: El futuro de la industria ante la convergencia
- 16:30 - 17:30 hs · Cappsa y ATVC: Conferencia Antipiratería Disertantes:
Marta Ochoa, Directv Latam / Alianza Anti Piratería
Belén Piñero, Fox Networks Group
Jorge Bacaloni, Turner International
Sergio Piris, Telecom Argentina
Manuel Luján Del Río, Red Intercable
- 17:30 - 18:30 hs · Foro Cappsa: Empresas de programación y contenidos: El futuro de la TV Disertantes:
Alejandro Kember, AMC Networks Latin America
Felipe De Stefani, Turner Internacional
Javier Figueras, HBO Latin America Group
Sergio Veiga, Fox Networks Group

Jueves 27 de Septiembre

- Salón Atlántico B
- 10:00 hs · 4to Encuentro de Organismos Reguladores - Desafíos regulatorios en América Latina
- Salón Atlántico C
- 12:00 hs · Conferencia Académica: Los escenarios de transformación a partir de la convergencia
- 10:30 - 10:50 hs · Conferencia: Presentación de contenidos Discovery Networks
Disertante: *Helga Lightowler, directora de Programación Cono Sur*
- 10:50 - 11:30 hs · Conferencia: La fuerza de nuestros contenidos - Telefe Viacom
Disertantes:
Andrés Perdiguero, Nickelodeon Latinoamérica
Paul de Pin, MTV
Natacha Oviedo, Comedy Central Latinoamérica y Telefe
- 11:30 - 12:00 hs · Conferencia: Capacitación sobre comercialización efectiva de contenidos premiums - Fox
Federico Canónigo, VP Ventas a Afiliados Cono Sur
- 15:30 - 16:15 hs · Conferencia: ¿Qué hay detrás de los cambios en la industria de los medios?
Felipe De Stefani, SVP Ventas Publicitarias Panregionales e Innovación
- 16:15 - 16:45 hs · Conferencia: Novedades de Contenidos, talento en vivo e invitado de lujo - ESPN



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



FOX Latin America
NETWORKS GROUP

www.pirateriacero.com



20 Años
Buscando Justicia



LA LEY Y EL ORDEN:
UVE

En octubre

universalchannel.com

[f universalchanneltv](#) [ytv @ universalctv](#)

Universal TV es un canal de NBCUniversal International Networks.

ARGENTINA

Telecom: Mayor conectividad y contenidos exclusivos

Se lanza Flow para SmartTV

Infraestructura, conectividad y más contenidos originales son los puntos centrales de la estrategia de **Telecom** en Argentina, donde la adquisición de **Cablevisión** le permitió convertirse en el único operador cuádruple play del país. A junio de 2018, el grupo totalizaba 4,08 millones de accesos a banda ancha; 3,5 millones de suscriptores a TV paga (143.000 en Uruguay) y 21,4 millones de líneas móviles, entre **Personal** y **Nextel**.

Además, **Flow**, la plataforma de TV Everywhere lanzada hace casi dos años, ya superó el millón de usuarios. 'Estamos muy contentos con el desarrollo y crecimiento de Flow. Trabajamos todos los días consultando a nuestros clientes para optimizar el proceso de mejora continua de este servicio. Es así, que mes a mes incorporamos contenidos y funcionalidades con un numeroso equipo de profesionales. En el segundo semestre del año, planeamos lanzar la app de Flow para Smart TV y sumaremos a nuestra librería de contenidos cinco nuevas coproducciones que el cliente podrá ver a demanda antes que nadie', expresaron desde la empresa.

Uno de los hitos de este año ha sido el Mundial de Fútbol, con grandes resultados de streaming en vivo. Se registraron 13 millones de views (un view corresponde a un partido desde un deco o un dispositivo). El 42% de esos views se realizaron desde teléfonos móviles. El uso de la app se incrementó en un 20% durante el Mundial.

Producción original

'Con Flow comenzamos a andar un camino centrado en los contenidos como diferencial para nuestros clientes y así poder brindarles un catálogo robusto y de excelentísima calidad. Fue así que nos embarcamos por un lado en las coproducciones y por otro en la compra de contenidos que



Carlos Moltini, CEO de Telecom



Gonzalo Hita, COO de Telecom

no están disponibles en el mercado o que son difíciles de acceder, o bien en formatos no tradicionales de acceso'.

En este marco, la empresa firmó un acuerdo de adquisición de contenidos en forma directa con **Sony Pictures**, la mayoría de ellos de forma exclusiva. Entre los títulos se destacan series como *El Comandante*, la biopic de **Hugo Chávez** que muestra todas las facetas del líder político en una serie de 80 episodios; y *En la boca del lobo*, una superproducción en línea con la grandes series de narcos, basada en hechos reales.

También anunció un acuerdo con **BBC** por varias series y documentales, algunos de ellos en exclusiva, donde se incorporaron al catálogo series inaccesibles para el público luego de que la señal dejara de emitirse para el continente. 'Otro ejemplo es la posibilidad que le damos a nuestros clientes de ver las temporadas completas de las series antes que nadie luego del estreno del primer capítulo en TV lineal. Ese fue el caso de *The Handmaid's Tale*, tanto para la primera como la segunda temporada'.

Mayor conectividad

Entre 2018 y 2020, Telecom prevé invertir USD 5000 millones para ampliar y modernizar la infraestructura de servicios convergentes. Sólo en 2018, invertirá más de USD 1300 millones destinados princi-



Antonio Álvarez, director de programación de Telecom

palmente a expandir y mejorar la infraestructura de conectividad y de servicios de comunicaciones (internet fija y móvil, video y voz) para estar en condiciones de brindar servicios multiplay, afirmó la empresa.

'Estamos realizando permanentes mejoras y expansión de la capacidad de la red, asegurando la llegada de las telecomunicaciones a los habitantes de todo el territorio nacional e implementando las tecnologías más modernas', enfatizaron.

Estos proyectos complementan las inversiones de más de USD 3000 millones que Cablevisión ha concretado en los últimos diez años, que fueron destinadas al desarrollo de la única red de fibra óptica alternativa de Argentina, con más de 55000 kilómetros de extensión; el despliegue de un backbone interurbano con más de 9500 kilómetros, que le han dado robustez y confiabilidad para ofrecer diferentes tipos de productos, y la digitalización de la red.



VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS

LA FUERZA DE NUESTROS CONTENIDOS

Paw Patrol

nick Jr. | nicelodeon | MTV | COMEDY CENTRAL | Nickelodeon



ARGENTINA

DirecTV: Contenido original e inversiones en 4K

Gran apuesta a DirecTV Sports

‘El crecimiento de DirecTV en la región sur está marcado por un importante liderazgo en contenidos y tecnología, y la posibilidad de ofrecer a los clientes una experiencia de entretenimiento dinámica y flexible’, afirmó **Nadine Pavlovsky**, VP Marketing & Programación, Región Cono Sur de la empresa de DTH.

‘Somos líderes en programación deportiva. La señal **DirecTV Sports** ofrece la más amplia variedad de contenidos, con partidos exclusivos de las principales ligas de fútbol europeo, básquet y rugby, entre otros y programas de análisis con los mejores especialistas en deportes’, agregó.

‘La tecnología juega un rol importante: en 2018 lanzamos nuestro producto 4K UHD pionero en la región, con el Mundial de la FIFA Rusia 2018 y partidos exclusivos de



La Liga. Y en agosto transmitimos el primer contenido en 4K UHD producido en la Argentina, el partido entre Los Pumas y Springbooks’, completó Pavlovsky.

A nivel infraestructura y proyectos, **Nadine Pavlovsky**, VP Marketing & Programación, Región Cono Sur de la empresa de DTH, remarcó la ejecutiva, que las inversiones se enfocan en optimizar la experiencia del cliente en términos de calidad de servicio, contenidos y tecnología a su disposición.

Programación variada

‘En DirecTV trabajamos constantemente para ofrecer una programación rica y variada, revisando nuestra oferta y analizando qué señales podemos sumar para mantenernos como la mejor experiencia en entretenimiento del mercado’, explicó la ejecutiva.

‘Nuestra estrategia para captar la atención y el interés de nuevos clientes está enfocada en dos ejes: por un lado el de los contenidos, especialmente los deportivos; y por el otro, el tecnológico, siendo pioneros en programación 4K UHD, con un canal exclusivo que ofrece la mejor calidad de imagen del mercado’.

‘Otra de nuestras principales ventajas es que ofrecemos live streaming y on demand de casi todos nuestros contenidos a través de **DirecTV Sports App**, **DirecTVSports.com** y **DirecTV Play** para los momentos en los que los usuarios prefieren movilidad’, resumió.

Contenido original

La miniserie argentina *La Casa del Mar* fue la primera producción original de DirecTV que tuvo dos temporadas con emisión en toda Latinoamérica. ‘No sólo fue nuestra puerta de entrada al mundo de la producción, sino que además fue un éxito de rating en todos los países donde se emitió y estuvo incluso nominada a los premios Emmy Internationals como Mejor serie Dramática’, dijo Pavlovsky.

‘En 2017 sumamos también otra miniserie de tipo documental deportivo, *Alma de Potrero*, que se emitió por DirecTV Sports con la conducción de **Diego Korol**, y en julio 2018, presentamos la serie *Todo por el Juego*,



Nadine Pavlovsky, VP Marketing & Programación, Cono Sur

dirigida por **Daniel Calparsoro** y con guion de **Eduardo Sacheri**.

Además de las series, desde hace dos años la empresa también participa activamente en cine como coproductora en algunas películas argentinas como *Koblic* con **Ricardo Darín**, *El Hilo Rojo* con **Benjamín Vicuña**, *Permitidos*, *Gilda*, *Nieve Negra*, *Joel*, *Casi Leyendas* y la recientemente estrenada *Mi obra maestra*.

TV y telecomunicaciones

Respecto del mercado actual en la región, **Nadine Pavlovsky** comentó: ‘Si bien es progresivo el consumo de contenidos a través de Internet y esto ha modificado nuestra manera de ver televisión, la TV continúa teniendo una posición dominante, por lo que ambas tecnologías funcionan de forma complementaria’.

‘Se combinan para que el usuario pueda efectivamente ver lo quiera en cualquier momento y lugar, ya sea desde el living de su casa, el colectivo o hasta incluso en la computadora del trabajo, como pasó con los partidos de la última Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018’.

‘Los clientes buscan precios accesibles y versatilidad, pero también alta calidad de imagen y programación en vivo -sobre todo en deportes-, además de contenidos exclusivos de series, películas y estrenos. Las empresas que logren ofrecer todo esto serán las preferidas por la audiencia’, concluyó.

DirecTV Prepago ahora es HD



DirecTV anunció la llegada de Prepago HD con más de 40 señales adicionales en alta definición disponibles. Los clientes podrán acceder a una mejor experiencia en entretenimiento en cualquier momento y lugar, con la mejor tecnología en imagen y sonido, sin contratos ni facturas para que sigan teniendo la libertad de recargar cuando quieran ver televisión.

DirecTV Prepago es un producto flexible, accesible y autoinstalable que mediante recargas parciales, le brinda a los clientes la posibilidad de cuánto quieren pagar y en qué fecha. En su versión HD, también ofrecerá la posibilidad de hacer recargas a partir de 190 pesos.



AMC NETWORKS™
INTERNATIONAL

LATIN AMERICA



Maria Florencia Geoghegan, Affiliate Sales Director
e-mail: MariaFlorencia.Geoghegan@amcnetworks.com

ARGENTINA

Supercanal Arlink: Nueva etapa centrada en la actualización de redes

A partir del cambio de propietarios concretado este año

Meses atrás, se concretó la adquisición de **Supercanal Arlink** por parte de **CVI Austral LLP**, conglomerado controlado por un grupo inversor de marcado perfil estratégico en proyectos de tecnología y telecomunicaciones, dejando de pertenecer al grupo Vila-Manzano.

El grupo inversor está conformado por **Carlos Joost Newbery**, titular de **ICondor**, conocido en el mercado argentino de telecomunicaciones por haber fundado Movicom (Movistar) y CTI Móvil (Claro), y quien será presidente del Directorio de Supercanal; **Pablo Venturino** y **Mariano Gilles**, de **White-Bridge**, quienes estructuraron la operación de compra y también integrarán el Directorio.

La estrategia del nuevo mando será actualizar las redes y apuntar a la mejora del servicio. **Diego Mac Dougall**, CEO del cableoperador presente en 14 provincias de Argentina, afirmó: 'El cliente podrá percibir los cambios principalmente en las mejoras del servicio. Nos proponemos trabajar apuntando a una estrategia de valor, calidad de servicio y atención al cliente, con el foco puesto, principalmente, en la actualización de nuestras redes y en la calidad de nuestro servicio'.

'El despliegue de una nueva red de fibra óptica y servicios digitales, demandará una gran inversión a futuro y representa también un fuerte compromiso con el futuro del país. Este proyecto de innovación tecnológica, generará puestos de trabajo y contribuirá a cerrar la brecha digital y seguirá acercando la mejor propuesta de contenidos, para impactar positivamente en la calidad de vida de los usuarios de Supercanal', agregó el ejecutivo.

'Somos optimistas sobre las oportunidades de expansión de Supercanal y hemos iniciado el camino para alcanzar ese objetivo. Consideramos que invirtiendo consistentemente en nuestra red durante los próximos dos años

y mejorando nuestro servicio lograremos impulsar el crecimiento'.

Internet y OTT

En el último tiempo, la empresa ha desarrollado gradualmente la cobertura del servicio de Internet **Arlink** en las plazas en las que ofrece TV por cable. 'Con el cambio reciente en la estructura accionaria y en la conducción de la compañía, nos proponemos acelerar fuertemente este proceso de crecimiento', señaló Mac Dougall.

'Recientemente, comenzamos a ofrecer las plataformas **Mio** (OTT móvil) y **Black** (OTT en el televisor) para que nuestros clientes de cable puedan disponer de formas alternativas para acceder a nuestros contenidos dónde y cuándo quieran. Las plataformas son muy valoradas, aunque nosotros debemos continuar trabajando para aumentar su adopción y mantenerlas competitivas, tanto en lo tecnológico como en la experiencia del usuario y la provisión de contenidos', dijo.

Cambio en los hábitos de consumo

Sobre el mercado actual, el CEO de Supercanal comentó: 'La demanda de los clientes en términos de la calidad y disponibilidad de los servicios es cada vez mayor: qué contenidos, cómo, dónde y cuándo consumirlos es hoy una necesidad básica que crece día a día. Esto es producto de vivir en una sociedad totalmente conectada; un fenómeno que atraviesa edades y niveles socio económicos'.

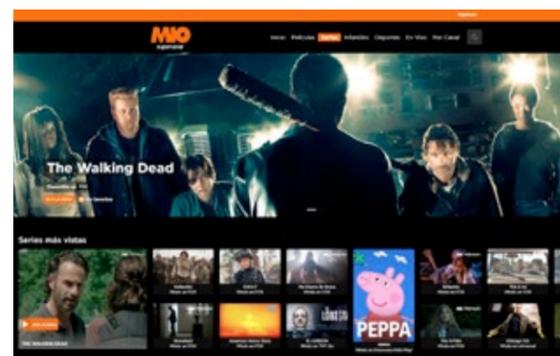
'El cambio es tendencia a nivel global desde hace varios años y se viene dando también en nuestro país, incluso en el interior, que es donde operamos', remarcó.



Diego Mac Dougall, CEO de Supercanal Arlink

'La oferta de contenidos audiovisuales crece en cantidad y en calidad de definición (señales HD y 4K), requiriendo de redes de distribución con mayor capacidad de transmisión. Además, se requieren contenidos interactivos y personalizados (como los videojuegos), adecuados a cada segmento y dispositivos'.

'Los costos de la tecnología y los accesos en dólares se han reducido, lo que posibilitará ir cerrando cada vez más rápido la brecha digital y, a la vez, que un rango cada vez más amplio de personas puedan acceder al servicio. Otro cambio importante es que, sumado al rol creciente de jugadores como **Netflix** o **YouTube**, se suma **Facebook** que ha comenzado a construir redes y a ofrecer contenidos en vivo, como la **Champions League** o la **Copa Libertadores**', resumió el ejecutivo.



Plataforma de OTT móvil, Mio

Ahora también en el paquete Clásico de Cablevisión

19 CLÁSICO
y DIGITAL

618 HD
y FLOW

715 SD
1715 HD

19 CLÁSICO
Y DIGITAL
618 HD Y FLOW

25.3

705 DIGITAL

18 DIGITAL

6 DIGITAL

9 DIGITAL

Periodismo de calidad

ARGENTINA

TeleCentro invirtió más de USD 400 millones en dos años

En optimizar su red de fibra óptica y TV Everywhere

En los últimos dos años, el cableoperador argentino **Telecentro** ha concretado inversiones por más de USD 400 millones en infraestructura, lo que le permitió contar con una moderna red de fibra óptica para ofrecer servicios como la televisación del Mundial de Rusia en 4KUHD, así como tener disponible el contenido en múltiples dispositivos y lugares, desde su nueva app, **Telecentro Play**.

Sus inversiones en fibra óptica han permitido posicionar a Telecentro en el primer lugar dentro del ranking de velocidades de Internet (ISP Index) de **Netflix**, consagrándose nuevamente como 'la Internet de banda ancha más rápida de Argentina', alcanzando una velocidad promedio de 3.77 Mbps en agosto 2018, y superando a la competencia por 50 meses consecutivos.

A esto se suma que desde hace dos años, la empresa liderada por **Sebastián Pierri** trabaja con el deco **Smart**, dispositivo que convierte a cualquier televisor en SmartTV. En 2017 se introdujo la oferta de servicios de Internet de alta velocidad de 1000 Megas de conexión; y hace algunos meses lanzó **TeleCentro Play** y la posibilidad de ver los mejores partidos del Mundial en calidad UHD.

El Mundial en 4K

Con la presentación del Deco 4K Ultra HD, Telecentro permitió a sus usuarios ver todos

los partidos de la Selección Argentina y otros con la mayor calidad de imagen. Los clientes digitales que contaban con el Pack HD activo pudieron pedir un cambio de deco.

Los nuevos clientes también pudieron pedir que, uno o más de sus decos, fueran 4K. El costo de instalación de los nuevos decodificadores era de 3500 pesos, y ver el Mundial no requirió la contratación de un pack adicional.

Además, los clientes pudieron disfrutar de los partidos del Mundial en sus dispositivos móviles a través de la aplicación de **Telecentro Play**. Y si se conectaban en la calle a cualquiera de los más de 7.500 puntos WiFi Zone, podían disfrutar de los partidos sin gastar los datos de su plan móvil.

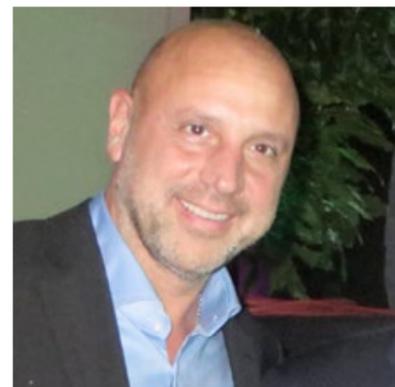


TeleCentro Play

Telecentro Play se presentó al mercado como 'la evolución de su plataforma de televisión'; entre las funcionalidades que sumó a sus decodificadores, se destacan volver 24 horas hacia atrás, grabar y volver a comenzar programas en curso, así como la posibilidad de llevar la TV en vivo en el celular y en otros dispositivos.

Además, los clientes del operador pueden acceder a más de 8500 series y películas, además del contenido del Mundial.

El nuevo TeleCentro Play cuenta con una



Sebastián Pierri, Managing Director en Telecentro

interfaz moderna y amigable, pensada para que la experiencia de usuario sea óptima y adaptándose a los hábitos del consumidor actual. La nueva aplicación ya se encuentra disponible para todos los clientes de televisión de la compañía y se ofrece en forma gratuita a aquellos que cuentan con plan HD.

La plataforma permite: ver los programas preferidos cómo, cuando y donde se lo desee desde la Tablet, el SmartPhone o la TV; cambiar de una pantalla a otra sin problemas ya que TeleCentro Play está totalmente sincronizado para todos equipos; retroceder, adelantar, pausar y retomar cuando se quiera en todos los contenidos; ver programas emitidos durante las últimas 24 horas y volver a empezar programas que ya comenzaron.

Telecentro lidera el ISP Index de Netflix (agosto 2018)					
Ranking	ISP	Speed Mbps	Previous Mbps	Type	
1	TeleCentro	3.77	3.757	Cable	
2	Movistar Fibra	3.60	3.51	Fiber	
3	Cablevisión Fibertel	3.47	3.50	Cable	
4	Claro	2.93	2.86	Fiber	Cable Wireless
5	TeleRed	2.89	2.82	Cable	
6	Movistar DSL	2.66	2.59	DSL	
7	Telecom Arnet	2.40	2.27	Fiber	DSL

Fuente: Netflix



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

ARGENTINA

Gigared: Espacio Giga crece y llega a más plataformas

Éxito del OTT y del Pack Plus

‘En **Gigared**, somos conscientes de que los clientes de hoy son mucho más exigentes y siempre están buscando algo innovador y diferente, basándonos en el cambio de paradigma de los últimos años según el cual el acceso a contenido online en momentos de ocio y la posibilidad de navegar por distintas plataformas se volvió rutina potenciada por las ofertas a un bajo costo’, expresó **Carlos Granzotto**, CEO de Gigared, a **PRENSARIO**.

En este sentido, la empresa busca sumar contenidos atractivos, ofreciendo actualizaciones y mejoras que tengan impacto directo en la experiencia del cliente, ya sea a través de la grilla de señales como en la plataforma OTT, **Espacio Giga**.

‘Espacio Giga es un servicio exclusivo para clientes Gigared. Se alza como una plataforma de contenido online múltiple que brinda al cliente una experiencia 360° a través de los diferentes dispositivos elegidos para el acceso estén donde estén’, remarcó Granzotto.

‘Nuestra estrategia se centra en escuchar el requerimiento de los clientes y ofrecerles aquello que buscan, ese contenido que los identifica y a su vez los diferencia’, completó.

Pack Plus y Espacio Giga

‘Actualmente, contamos con una grilla Digital HD con más de 100 señales con la más amplia variedad de contenidos en la mejor calidad de imagen y sonido. Además, tenemos el producto estrella **Pack Plus**, un servicio único y exclusivo que ofrece la posibilidad de disfrutar de las señales más destacadas en calidad Digital HD, a cualquier cliente que cuente con un TV compatible’, remarcó el ejecutivo. Es importante destacar que este servicio representa un valor agregado para los clien-

tes de Gigared, ya que con la contratación de cualquiera de los packs básicos acceden a contenido de calidad sin costo adicional.

En cuanto a Espacio Giga, manifestó: ‘No para de crecer; cada día son más los clientes que se suman a la utilización de esta plataforma, que ya supera por un 28% los registros proyectados para este 2018’.

‘Estamos lanzando la app para sistemas operativos Android y en breve estará disponible también para IOS, lo que permitirá mejorar aún más la experiencia del usuario, brindando nuevas y mejores funcionalidades especialmente diseñadas para que pueda disfrutar sus contenidos favoritos esté donde esté’, agregó el CEO de Gigared.

‘Además, próximamente estaremos comercializando **Android TV Box** con la app de Espacio Giga, lo que le permitirá a nuestro cliente ver TV online de manera mucho más fácil y personalizada en su TV’.

Expansión de redes

Según el ejecutivo, el foco de inversiones de la compañía se encuentra sobre la expansión de sus redes, ampliándolas dentro de las plazas donde actualmente tiene cobertura y desembarcando en nuevas localidades como Santo Tomé, Barranqueras y San Luis del Palmar.

‘En segunda instancia, se encuentra la inversión en la mejora de las redes preexistentes, por lo que el objetivo final es continuar ofreciendo contenidos de calidad, ante la mayor demanda de los usuarios’, agregó.

‘Por último, nos encontramos invirtiendo en equipamiento que nos permita obtener un control aún más preciso del tráfico que pasa por nuestras redes. Esto desencadenaría en la posibilidad de realizar un mejor aprovechamiento del ancho de banda y



Carlos Granzotto, CEO de Gigared

en consecuencia el ofrecimiento, en un futuro cercano, de planes personalizados a medida’.

‘En un futuro cercano, visualizamos la posibilidad de incorporar servicios que giren entorno a la convergencia y que permitan ofrecer al usuario opciones personalizadas a medida, sin olvidar que la omnicanalidad se centrará en ofrecer todo el contenido que están buscando, disponible sin límite de tiempo, en cualquier dispositivo y en cualquier lugar’, remarcó.

El mercado argentino

Sobre el mercado de TV argentino, Carlos Granzotto reflexionó: ‘Se encuentra inmerso en un proceso de cambio y hasta quizás de reestructuración. Parte de este cambio es el reflejo de lo que sucede alrededor del mundo, con usuarios que cambian constantemente su forma de consumo, se convierten en prosumidores y exigen cada vez más a los proveedores y a sus redes’.

‘La otra cara de este proceso son las nuevas legislaciones, que habilitan un ambiente mucho más competitivo y convergente, donde todos los jugadores deberán analizar cómo afianzarse y salir bien parados frente a grandes competidores que ya están operando con estos nuevos modelos, o que probablemente lo estarán haciendo en el corto plazo’.

ESPACIOGIGA
MUCHO MÁS QUE TELEVISIÓN ONLINE



Contenido Online.
Cuando quieras, donde quieras.

TV ONLINE MÁS DE 40 SEÑALES + ACCESO PLATAFORMAS PLAY

Descargá la APP en cualquier dispositivo y registrate ingresando en espacio.gigared.com.ar



SERVICIO EXCLUSIVO PARA CLIENTES

Gigared

ARGENTINA

Catel migrará todas sus redes a fibra óptica

‘Las cooperativas hemos sido los actores que, sin especular, realizamos inversiones en infraestructura y nuevos servicios en todo el país. El 2018 se caracterizó por la gran problemática de financiamiento y el incremento de los costos de los insumos y servicios dolarizados’, expresó **Ariel Fernández Alvarado**, presidente de la Cámara de Cooperativas de Telecomunicaciones (**Catel**).



Ariel Fernández



Socios de Catel avanzan para convertirse en OMV

‘Hemos crecido tanto en Internet como en Triple Play en porcentajes similares al de años anteriores. En el caso de Triple Play, la TV fue un driver importante para ese crecimiento sostenido’, agregó. ‘Nunca dejamos de invertir. Este año, nos concentramos en la modernización de nuestras redes: migrar el 100% de nuestras redes a fibra óptica es el gran desafío’.

Sobre el mercado, opinó: ‘El mercado actual se concentró y converge tecnológicamente. Vamos hacia una paquetización aún más amplia de los servicios. En ese camino debemos estar preparados para



poder tener las herramientas necesarias para ese escenario’.

Cerca de la telefonía móvil

Avanzando hacia una nueva oferta de telefonía móvil, Catel anunció un acuerdo con la empresa española **JSC Ingenium** como nuevo partner tecnológico para proveer su plataforma centralizada de operación móvil.

JSC Ingenium es una compañía de ingeniería de telecomunicaciones especializada en las tecnologías de núcleo de red para operadores móviles (MNOs y MVNO), con más de 20 años en el mercado.

‘La presentación de JSC Ingenium como partner tecnológico es una señal concreta que demuestra nuestro paso firme en la evolución de nuestro trabajo en el tema OMV, en el que venimos trabajando seriamente desde hace casi diez años’, remarcó Ariel Fernández.

El acuerdo se firmó durante un encuentro en el Hotel Pestana de Buenos Aires. Se trató de una reunión plenaria, que congregó representantes de 19 cooperativas de telecomunicaciones de todo el país. Participaron **Mariela Enrici** y **Fernando Busto** de **Movistar** Argentina, operador que aportará su infraestructura a Catel.

Telpin: Paquetización y VOD como estrategias

‘El parque de clientes de TV paga de la cooperativa crece menos de lo presupuestado. Hemos recibido el impacto del momento que estamos viviendo a nivel país con respecto al aumento de tarifas de servicios públicos, el bolsillo del cliente no crece de la misma forma y frente a otros servicios esenciales éste pasa a segundo plano’, explicó **Leandro Laudano**, gerente comercial de **Telpin**, la cooperativa de telecomunicaciones de Pinamar que desde hace cuatro años ofrece IPTV.

‘Por otro lado, la forma de consumir contenidos está cambiando. Los clientes eligen qué ver, en qué momento, y en qué dispositivo. La oferta de TV lineal está dejando de ser atractiva para cierto público’, agregó.

Para esto, la empresa enfoca su estrategia comercial en la paquetización, beneficiando a los clientes que cuentan con los tres servicios

que ofrece la cooperativa. ‘A nivel servicio, estamos desarrollando una plataforma para acompañar el modo en que los clientes consumen TV, con contenidos on demand y la posibilidad de ver los programas preferidos desde el inicio aunque estén empezados, o dentro de las próximas 24 hs de emitido.

A nivel programación, apostamos a la generación de contenido local y transmisión de eventos en vivo’.

TelpinPlay: 10% de penetración

Respecto a la plataforma VOD de la cooperativa, TelpinPlay, Laudano comentó: ‘La penetración del servicio sobre la cantidad de hogares de la localidad es del orden del 10%. Competimos con DirecTV y Cablevisión, que tienen políticas de retención muy agresivas, lo que hace difícil para la cooperativa penetrar en ese mercado’.



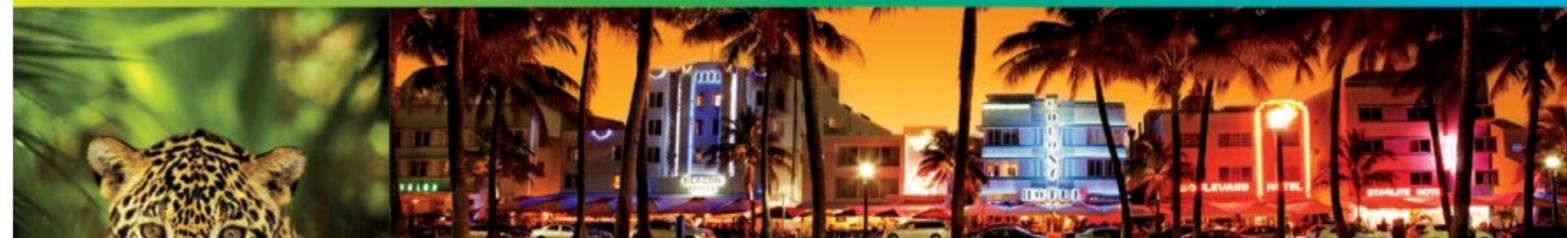
Leandro Laudano

‘La mayoría de nuestras inversiones están orientadas al desarrollo de la red de fibra óptica al hogar. El objetivo a futuro es fibrar la mayor parte del partido en los próximos cinco años, y desarrollar un servicio de TV OTT’, agregó.

‘El mercado de las telecomunicaciones sigue en constante evolución. La clave va a pasar por poder lanzar ofertas de servicios convergentes, en los momentos adecuados, y con calidad en los contenidos y variedad de plataformas’.



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@castaliacomunications.com
Oficinas en México y Perú

©2018 SNI/SI Networks L.L.C. Protegida por copyright; todos los derechos reservados. "Smithsonian Channel" es una marca registrada de Smithsonian Institution. SNI/SI Networks L.L.C. es un usuario autorizado.

📍 LATINOAMÉRICA

Telefónica se fortalece con Movistar Play

Prepara su oferta de TV paga en Argentina

‘Queremos ser un jugador cada vez más importante en la industria de video en la región. Las nuevas tecnologías nos abren un horizonte muy prometedor para llevar servicios de video a nuestros clientes de banda ancha fija y móvil en la región, y en esa línea, en el 2019 seguiremos fortaleciendo nuestra posición como proveedores de TV paga a la par de impulsar decididamente el crecimiento de **Movistar Play**’, definió **Gonzalo Arrisueño**, Content Manager en **Telefónica**.

‘En ese esfuerzo, reforzaremos nuestras alianzas con los principales proveedores de contenidos lineales y bajo demanda, a la par de impulsar la producción y generación de contenidos exclusivos que distingan y soporten nuestra propuesta de valor al mercado’, remarcó.

Luego de recibir la autorización por parte del ente regulador de las Comunicaciones en Argentina, el Enacom, Telefónica quedó habilitada a brindar televisión por cable o IPTV en el país. En relación a ese proyecto, Arrisueño adelantó: ‘Estamos trabajando para pronto lanzar al mercado una oferta de video muy competitiva’.

Movistar Play

Sobre el desempeño de la plataforma de TV

Everywhere del grupo, el ejecutivo afirmó: ‘Estamos muy satisfechos con el crecimiento y desempeño de **Movistar Play** en Hispanoamérica. Ya está disponible en Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú y pronto será lanzada en México y Uruguay. Ya contamos con 2 millones de usuarios y esperamos seguir impulsando su desarrollo, porque tiene un enorme potencial’.



Gonzalo Arrisueño

Producción de contenidos

‘Nosotros hemos comprobado las ventajas de producir contenidos exclusivos a través de nuestra experiencia en España y Perú, donde desde hace muchos años producimos y generamos contenidos diferenciales que contribuyen de manera importante a hacer única la oferta de Movistar’, detalló el ejecutivo.

Agregó: ‘Este año, hemos dado un paso más allá y en febrero lanzamos **Movistar Series**, nuestra primera señal regional, con muy buenos resultados. Movistar Series presenta las series originales de Movistar y una selección de producciones de calidad realizadas en Latinoamérica y España’.

‘Creemos que el concepto de una señal de contenidos Premium en español es muy potente y estamos muy satisfechos con los resultados de **Movistar Series**, que ya se ve en Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú y pronto lo tendremos en Argentina, México y Uruguay’.

Finalmente, se refirió al nuevo lanzamiento original: ‘Hace algunas semanas, sumamos una nueva señal original en la región, **Movistar eSports**, que es otra señal con un enorme potencial de desarrollo y sobre la que también tenemos muchas expectativas’.



📍 PERÚ



Víctor Zamora, Javier Ríos, Demóstenes Terrones de APTC e Perú y Mauricio Zamora



Rigoberto Picón, de Cable Costa, Alejandro Zamora, de Super Cable y Luis Suárez



Jesús Angulo junto a todo el equipo, de Cable Visión



Gabriel Laríos, Mauro Zamora, de Telecable Paíta, Eduardo Ruiz Zaldivar, de Network Broadcast, y Jorge Vargas, de Econocable



Ovidio Rueda, gerente general de TVCatelsa, junto a todo su equipo



Juan y Johnny Vásquez, de Global Cable Chancay, con María Eugenia Ramos Mejía, de EWTN



GINX
ESPORTS TV

EL PRIMER CANAL CUBRIENDO ESPORTS
EN EL MUNDO

CONTACTOS

Matilde Boshell • mboshell@mbanetworks.tv

Carlos Boshell • cboshell@mbanetworks.tv

Teléfonos: 57 1 6420068 * Bogotá



Claro Chile suma señales HD y crece con Claro Video

Alcanza 398 mil suscriptores de TV paga

‘Los avances y la masificación de la tecnología revolucionaron la manera en que consumimos contenidos. Hoy, la TV paga se complementa con diversas plataformas de streaming, y ambas han logrado encontrar su propio espacio dando mayores opciones a los usuarios’, dijo **Jean Paul Jofré**, director de Mercado Residencial en **Claro Chile**. A junio de 2018, la empresa totalizaba 397.862 suscriptores en TV paga, alcanzando un 11,9% de participación de mercado.

Según el ejecutivo, la empresa viene desarrollando su estrategia en esa línea, buscando posicionarse como operador integral para acercar las nuevas tecnologías a sus clientes mediante la TV paga y las plataformas de streaming **Claro Video** y **Claro Música**, por ejemplo.

‘En televisión planteamos un modelo eficiente de oferta de canales, más conveniente y adecuado a las necesidades y gustos actuales de los televidentes. Por su parte, nuestros clientes de banda ancha tienen la opción de acceder a Claro Video como parte de su plan y disfrutar de miles de películas y series a libre disposición’, agregó Jofré.

La plataforma brinda acceso a contenidos originales como *La Hermandad* y *El Rey del Valle*, así como también a la plataforma **Crackle** de **Sony**, al contenido infantil de la sección **Noggin** y a programas deportivos en **Claro Sports**.

Especialmente para Chile, está la sección ‘Pantalla Nacional’, que se enfoca en el contenido de origen nacional. ‘En Claro Chile podemos adecuarnos a las distintas necesidades y preferencias de los clientes a través de distintos modos de transmisión, para que ellos puedan escoger qué y cómo verlo’, completó el ejecutivo.

Más señales HD

Claro ofrece en Chile banda ancha, telefonía fija, TV digital (DTH) con cobertura en todo el



país y televisión por cable (HFC), que incluye tres planes: el Plan PRO HD tiene 135 canales con 47 HD; el Plan PRO HD Fútbol ofrece 137 canales con 48 HD; y el Plan Pro HD Más incluye 158 canales, con 61 HD.

‘Recientemente, incorporamos nuevos canales HD a los planes de televisión por cable, entre ellos **Boomerang HD**, **Nat Geo Kids HD**, **Animal Planet HD**, y **Rec TV HD**, siendo éste un canal chileno con programación miscelánea como clásicos de teleseries, humorístico o telerrealidad’, detalló el director de Mercado.

Y completó: ‘Estamos enfocados en inversiones que buscan mejorar la experiencia de uso de nuestros servicios, tanto en los valores agregados de ellos como en la omnicanalidad de éstos. Nuestra meta es potenciar nuestra actual posición de mercado, en función de lo mencionado anteriormente’.

El mercado en Chile

‘Estamos viviendo una revolución tecnológica. En ese sentido, estamos enfocados en acompañar a nuestros clientes para que puedan disfrutar de todos los avances tecnológicos de la mejor manera’, indicó Jean Paul Jofré.

En cuanto a los contenidos, añadió: ‘Estamos en todos los frentes, no sólo cubriendo sus necesidades de calidad sino también disponibilizando todas las plataformas, lineales y no lineales, que les permiten acceder a ellos cuando quieran y en el dispositivo que deseen, sea televisor, tablet, computadora o Smartphone’.

‘En la actualidad, la televisión se complementa con los servicios de streaming al cubrir necesidades distintas, como la transmisión de eventos deportivos o informativos en vivo, principalmente de contenidos en formato lineal y también no lineal con servicios tipo VoD, con una oferta de gran variedad de canales. Por su parte, el streaming entrega a



Jean Paul Jofré

los espectadores un contenido especializado, personalizado y on demand’.

Y concluyó: ‘Ambas plataformas convergen y se complementan y por eso en Claro Chile estamos comprometidos con entregar un servicio de calidad que permita a nuestros clientes acceder a todos los tipos de entretenimiento a través de su oferta de TV Paga y Claro Video’.

La Internet móvil más rápida de Chile

El servicio de Internet móvil de **Claro** fue distinguido como el más veloz de Chile en el primer semestre del año, según el Speedtest de Ookla. La distinción le valió tras entregar un promedio de velocidad de 19,98 Mbps de bajada y 9,70 Mbps de subida.

‘Esta distinción nos llena de orgullo. Es sin duda la comprobación de que el trabajo, diseño e inversión que venimos realizando los últimos años en nuestras redes ha sido el correcto para poder brindar la mejor calidad de servicios a nuestros clientes. Es un aliciente, no el fin de una etapa, porque seguiremos avanzando en esta senda’, dijo **Patricio Olivares**, Director Técnico de Claro Chile.

LAS MEJORES OPCIONES EN PROGRAMACIÓN DE ANIMALES Y NATURALEZA



¡Todo sobre animales, todo el tiempo!

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

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



www.america.zoomoo.tv



ver la naturaleza bajo una nueva luz

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

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



www.lovenature.com

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



VTR: Internet de alta velocidad y VOD renovado

Segmento video creció 27% anual

Luis Sanhueza, Coordinador de Servicios Compartidos en VTR Chile, destacó: 'La estrategia de la compañía es impulsar planes de alta velocidad con tecnología de vanguardia en Wifi Hogar, que sigue teniendo una respuesta positiva del mercado, sumando 24.000 nuevos clientes entre enero y marzo. Los clientes con equipamiento de última generación de WiFi superan los 200.000 hogares'.

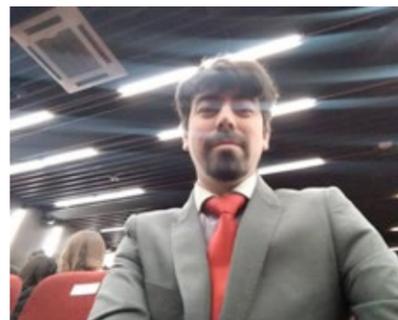
Por su parte, VTR móvil sumó 50.000 nuevos suscriptores postpago en los últimos 12 meses, incluyendo 13.000 nuevos clientes en el primer trimestre de este año, consolidando una cartera de 178.700 clientes, donde un 96% corresponde a modalidad post pago.

'En el segmento de video, VTR continúa

liderando el mercado con la mayor oferta de canales HD y su renovada plataforma de televisión on demand (VOD), sumando 6.000 nuevos hogares en el primer trimestre, con un incremento de 27% en 12 meses. VTR tiene la opción de volver a ver su contenido gracias a su tecnología y sus equipos de última generación', completó el ejecutivo.

'VTR ofrece servicios de banda ancha de calidad. VTR Negocios tiene puesto el foco en realizar el mejor servicio de postventa, que incluye un call center exclusivo y la promesa de que la mayoría de los clientes sean atendidos dentro de los primeros segundos de la llamada'.

Finalmente, Luis Sanhueza opinó: 'En estos tiempos los usuarios se han vuelto un filtro importante en la



Luis Sanhueza, Coordinador de Servicios Compartidos en VTR Chile

selección y mejora de todos los servicios y por ende en VTR toma en cuenta cada uno a de ellos con evaluación constante a nuestro equipo, tanto técnico como virtual para ofrecer un menor impacto de molestia en nuestros usuarios'.



24i, anfitrión del OTT Days en IBC

Más de 200 participantes

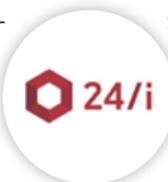
En la IBC de Ámsterdam, 24i, empresa desarrolladora de aplicaciones para televisión multipantalla, tuvo un gran movimiento en su stand, que coronó con una gran fiesta para sus clientes en la disco Escape de Plaza Rembrandt.

Pero quizás su actuación más destacada fue como anfitrión del OTT Days en el imponente Conservatorium Hotel, junto a la Plaza de los Museos de la capital holandesa.

Hubo más de 200 inscriptos y algunos

participantes destacados de Latinoamérica, como Casciano Froes, de Globo Brasil, y Gerardo Kiedanski, de Antel Uruguay, quien adelantó que licenciará la parte de producción del Antel Arena, que abrirá sus puertas en noviembre con los primeros shows.

Se destacó la conferencia de Hizam Sahibudeen, responsable de ingeniería en Iflix, empresa que compite con Netflix pero con un



modelo Free y Premium tipo Spotify. Dijo que por ahora seguirá apostando a África y Asia, con foco en el contenido, pero no a Latinoamérica por falta de capacidad.

Por su parte, 24i, liderada por Martijn Van Horsen con sede en Ámsterdam, tiene a Ismael Velasco para Latinoamérica, Yassue Inoki con sede en Sao Paulo para el Cono Sur y quiere repetir el evento en la región.



Gerardo Kiedanski, de Antel Uruguay; Yassue Inoki y Hizam Sahibudeen, de iflix



Martijn Van Horsen, CEO de 24i, con Casciano Froes, de Globo y Yassue Inoki



La única fuente confiable de noticias católicas.

Con más de 100 profesionales en nuestros estudios de Roma, Lima, Washington DC, Birmingham, Colonia, Denver y Los Ángeles, trabajando para producir los mejores programas de noticias católicas del mundo.

EWTN NEWS

EWTN News Rome Bureau - CNA - ACIPrensa - ACI Digital
EWTN katholisches TV - ACI Stampa - Catholic National Register

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





Montecable: Inversión en infraestructura y crecimiento de MC Go Live

Amplía su oferta VOD

Miguel Benavente, asesor del directorio de Montecable, compartió con Prensario su visión sobre el mercado actual de Uruguay. ‘En Montevideo, la industria está perdiendo abonados. El motivo es multicausal; hay cord cutters, la anticipación a una situación económica adversa es advertida por los consumidores y la proliferación de ofertas IP ilegales conspiran con el crecimiento de los abonados’.

‘Respecto de las IP ilegales, recientemente hemos relevado más de una docena de ofertas en MercadoLibre, que incluyen señales de los canales abiertos de Montevideo, contenidos de HBO, de Fox y muchos más, ofreciendo como medios de pago las principales redes de pago físicas, así como las principales tarjetas de crédito incluidas las internacionales. La industria en su totalidad está realizando acciones concretas respecto de estas ofertas’, explicó.

En este contexto, la estrategia de Montecable avanza en varios frentes. Por un lado, presenta una oferta lineal de 200 señales, que se ofrecen a través de un paquete básico SD y básico HD y los respectivos paquetes denominados premium, tales como HBO y demás de cine y series, fútbol uruguayo, etc.

‘El obtener un paquete premium de cine y series, da acceso a los productos “go” del programador distribuidos a través de IP. Esta oferta lineal, se ha visto enriquecida en los últimos años con los contenidos distribuidos por IP y desde fines del año pasado por el lanzamiento al mercado de MC Go Live’, agregó Benavente.

‘Continuamos con permanentes inversiones en infraestructura. No debemos olvidar que somos una empresa de TV paga por cable y es el mejor medio para entregar productos de calidad, además de soportar cualquier concentración de consumo. En la situación actual, vamos a seguir manteniendo nuestra infraestructura y continuar con la mejora continua de MC Go Live’, agregó.

TV sí, Internet no

Explicó el ejecutivo: ‘Hace varios años, solicitamos la licencia para prestar servicios de acceso a Internet, que nos fue denegada. Luego, la llamada “Ley de Medios” prohibió a los titulares de licencias



Miguel Benavente, asesor del directorio de Montecable

de TV paga poseer también licencias de Internet, por lo que recurrimos ante la Suprema Corte de Justicia. Obtuvimos un fallo favorable de parte de la Suprema Corte de Justicia y solicitamos nuevamente la licencia correspondiente, sin que el regulador nos la haya otorgado’.

‘Mientras tanto desarrollamos una plataforma para contenidos SVOD y TVOD distribuidos a través de nuestros decodificadores y sitio de Internet. Es así que constituimos alianzas con HBO, ESPN, Fox, Monte Carlo TV, Turner, ofreciendo en aquellos dispositivos contenidos SVOD y TVOD. En un proceso de constante mejora, la estrategia de los dos últimos años ha sido adquirir, adaptar y consolidar MC Go Live, marca registrada de Montecable, con los mejores contenidos lineales y funcionalidades, para dispositivos móviles’, remarcó.

‘También con acceso a productos premium, del tipo play o go y contenidos SVOD y TVOD de los principales programadores internacionales. Es totalmente compatible en dispositivos Android e iOS. Dicha plataforma está absolutamente operativa desde fines del año pasado y ha sido de gran aceptación de parte de nuestros abonados’.

MC Go Live es una plataforma “viva”. Está en permanente transformación respondiendo a los requerimientos del mercado.

¿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



Nuevo Siglo apuesta al desarrollo de NS Now

Y planea lanzar 4K en 2019

El cableoperador de Montevideo, **Nuevo Siglo**, presentó al mercado su plataforma OTT hace varios años, pero tuvo un relanzamiento en 2016 y hoy abarca el 25% de su base de suscriptores. **Eduardo Mandiá**, Director Comercial y de Programación, dijo que su oferta supera 10.000 títulos repartidos en básico, con contenidos de estudio y proveedores como **Turner, AMC, Discovery y Disney**; contenidos de estreno transaccionales y la integración de las plataformas **HBO Go y Fox Play**.

‘En 2018, lanzamos la aplicación que cuenta con todo el contenido VOD y un paquete de más de 50 señales en streaming. El foco está puesto en continuar mejorando la aplicación en términos de usabilidad, recomendaciones personalizadas y contenidos. En este momento, estamos trabajando para lanzar en breve las funcionalidades de catch up y start over, entre otras mejoras’, explicó el ejecutivo.

En cuanto a la plataforma lineal, Nuevo Siglo tiene el producto básico digital de entrada



con más de 100 señales de video y música, un básico HD con más de 60 señales y los paquetes Premium de los principales proveedores, **HBO, Fox, Claxson**, además de algunos paquetes con señales para nichos específicos.

Y remarcó: ‘No poder brindar servicios de Internet es una desventaja muy grande, en particular en momentos donde el consumidor migra a las plataformas online y donde ese servicio es la prioridad número uno para la mayoría de los usuarios. En ese contexto, Nuevo Siglo apuesta fuertemente al desarrollo de nuestra plataforma OTT NS Now y a seguir evolucionando en el negocio tradicional de video. Para el próximo año, apuntaremos a lanzar 4K’.

Uruguay

‘El mercado en Uruguay, y la industria en particular, están atravesando un momento de turbulencia por un sinfín de motivos. Desde razones macroeconómicas, pasando por la evolución de los hábitos de consumo a los



Eduardo Mandiá

cambios en el modelo de negocios establecido’, opinó Eduardo Mandiá.

Y concluyó: ‘La diferencia más importante del mercado uruguayo con el resto de Latinoamérica y el mundo es la imposibilidad de brindar servicios de Internet, lo que obviamente limita las posibilidades de crecimiento y desarrollo de la industria. En ese sentido, Uruguay va a contramano del mundo, limitando a los operadores en su desarrollo tecnológico natural, haciendo muy complicado competir con las nuevas plataformas de contenido’.

CUTA celebró su 22° aniversario en Uruguay

La Cámara Uruguaya de TV para Abonados (CUTA) convocó a sus asociados, autoridades nacionales y colegas del sector a un almuerzo de camaradería para conmemorar su 22° aniversario, en el salón del Club de los Industriales de la Cámara de Industrias del Uruguay.

Entre los participantes, estuvieron el Director de **Dinatel, Rodrigo Díaz**; los directores de **Ursec, Nicolás Cendoya** y **Silvana Olivera**; el director de **Antel, Gustavo Delgado**; el presidente de **Andebu, Omar de León**; el gerente general de **DirecTV Uruguay, Ignacio Herrou**; el gerente general de **Cablevisión Uruguay, Guillermo Valente**; el presidente de **Fox Uruguay, Hernán Insausti**; el VP de **RAMI,**



Juan Brañas, y representantes de los cuadros gerenciales de **Ursec** y **Antel**. Además, **José Luis Veiga**, Director de la Secretaría de Comunicación de Presidencia de la República, asistió en representación del presidente.

Durante el evento, el creativo **Leandro Gómez** presentó el desarrollo de marca de **Cableplay**, marca que define a la plataforma de validación de abonados play desarrollada a pedido de CUTA para el uso de todos sus asociados.

Complementando a **Cableplay, Michel Bonet**, de **GX Visión**, desarrollador de la plataforma mencionada, presentó sus aspectos operativos. Se presentó además a los socios, el canal **Cardinal TV**, exhi-



Washington Melo, presidente de CUTA, en el almuerzo de camaradería

biéndose un reel de lo que será parte de su programación.

Washington Melo, presidente de CUTA, leyó el tradicional discurso de aniversario, donde se planteó la visión oficial de la entidad acerca de los desafíos que afronta el sector, y destacó los proyectos en los que se encuentra trabajando la Comisión Directiva.

¡Disfruta con nosotros!



Los mejores canales de España para toda la familia.



LATINOAMÉRICA

Millicom: Implementación de “autopistas digitales” en Latinoamérica

Redes fijas y móviles de alta velocidad

‘En los últimos tres años, hemos transformado positivamente la empresa, comenzando con la clara y simple estrategia de enfocar nuestros recursos en la implementación de redes de datos de alta velocidad en Latinoamérica’, señaló



Daniel De Simone, Director de Contenido en **Millicom**. ‘Estamos enfocados en la construcción de autopistas digitales para nuestros clientes. Apuntamos a proporcionar las mejores redes fijas y móviles en los mercados donde operamos’.

‘Nuestra estrategia para el largo plazo se basa en cable y convergencia, datos de alta velocidad (4G), crecimiento de suscriptores y expansión de nuestras redes móviles y fijas, así como la inversión en nuestro capital humano’, resumió.

Crecimiento sostenido

Millicom continúa creciendo en todas sus líneas de negocio en todos los países donde operamos. ‘Durante el segundo trimestre de este año reportamos nuestro cuarto trimestre consecutivo de crecimiento de EBITDA en Latinoamérica’, afirmó.

‘Allí, el crecimiento de los ingresos en nuestro negocio móvil ha mejorado considerablemente. Los segmentos empresariales y B2B continúan creciendo de manera

constante, y conectamos un número récord de nuevos hogares durante el trimestre, a medida que avanzamos hacia nuestro plan para pasar 15 millones de hogares en el mediano plazo’.

‘La creciente penetración móvil en Latinoamérica, así como la adopción de dispositivos móviles inteligentes, están proporcionando a los usuarios en la región una experiencia digital, móvil e interactiva. Hoy, contamos con 47,2 millones de clientes en el segmento móvil, de los cuales 8,3 millones son suscriptores 4G’, completó De Simone.

Contenido lineal y on demand

‘En Millicom estamos enfocados no solo en la construcción de redes, sino también en la generación y distribución de contenidos a través de **Tigo Sports** (disponible en cinco de nuestros ocho mercados) y **Tigo One TV**’.

Agregó: ‘Cuando Tigo Sports salió al aire por primera vez en el 2014, fue un momento decisivo para para crear y brindar contenido 24/7, cobertura de partidos en vivo y bajo demanda, así como una programación deportiva que incluye un sinnúmero de partidos, juegos y eventos’.

‘Para el 2019 continuaremos con un proceso de expansión y crecimiento orgánico e inorgánico en los países donde operamos.



Daniel De Simone, Director de Contenido

Estaremos invirtiendo en expandir nuestra oferta de productos como Tigo One TV que llevaremos a más mercados, asegurando que nuestro supermercado de contenidos llegue a más hogares y añadiendo contenido de entretenimiento a ese supermercado’.

‘Tigo ONE TV es el primero en su clase en nuestros mercados y proporciona una experiencia única de entretenimiento de alta calidad con personalización avanzada e integración multiplataforma. En la medida en que TV paga, líneas fijas de banda ancha y capacidad móvil continúan creciendo rápidamente en Latinoamérica, servicios como este responden a una necesidad real de nuestros clientes quienes valoran contar con más contenido bajo un solo techo de proveedores como **Crackle** de **Sony**, **Fox**, **YouTube** y **HBO**’.



LA TELEVISIÓN QUE NOS UNE

ATRESMEDIA
INTERNACIONAL



www.atresmediainternacional.com





Tigo revoluciona las conexiones digitales en Bolivia

Tigo es el principal operador de telecomunicaciones de Bolivia, con 3,7 millones de usuarios en telefonía móvil, de los cuales 2,6 millones ya navegan en la red de datos y de ellos 1,6 millones disfrutaban de Internet de alta velocidad en LTE. 'Este número ha crecido a un ritmo constante desde el lanzamiento de la tecnología LTE en 2014. Además, nuestras proyecciones de crecimiento son importantes para lo que resta del año', afirmó **María Laura Mendoza**, Gerente de Marca y Comunicación Institucional en Tigo Bolivia.

'La demanda de servicios digitales crece de manera sostenida en Bolivia, al igual que en todo el mundo. En Tigo trabajamos para revolucionar el acceso a las conexiones digitales en el país; proyectamos este crecimiento hace cuatro años, cuando nos anticipamos en asignar inversiones para ampliar la cobertura de nuestra red fija acompañando la constante expansión de la red móvil 4G', agregó.

La oferta de Tigo incluye el plan básico Plata por Bs. 257 con TV digital con 90 canales,

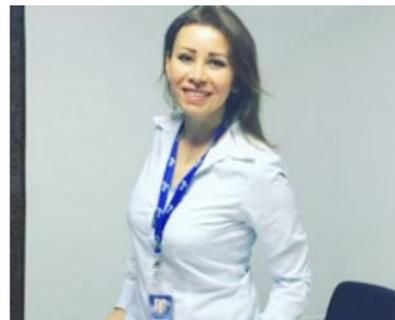


Internet fijo ilimitado de 3 Mbps y 30 minutos libres para una línea Tigo. Hay también planes avanzados con hasta 67 canales en HD, 50 canales de música digital, 110 canales SD y una velocidad de conexión a Internet de hasta 20 Mbps.

'En producción, contenido deportivo y de entretenimiento, nos enorgullece el crecimiento del canal **Tigo Sports**, consolidado como el de mayor audiencia en el país según un estudio realizado por el EGM en las ciudades del eje troncal. Destacamos el puesto alcanzado por el app de Tigo Sports en el ranking de su categoría, ocupando el tercer lugar de consumo después de YouTube y Netflix y picos altos de seguidores durante Mundial de Fútbol Rusia 2018 accediendo a 64 partidos desde sus equipos móviles'.

Ampliación de la red

Apostando por la ampliación de la red fija y móvil, Tigo invierte un promedio de USD 150 millones por año, que afectan directa-



Monyka Moretta, Territory Manager, de Tigo Bolivia

mente en la calidad del servicio. Sumando las inversiones de los últimos cinco años, la cifra asciende a USD 645 millones.

'La continua ampliación de la red de fibra óptica y otras tecnologías ha permitido que ahora contemos con 20.000 km que nos permiten ofrecer a los bolivianos servicios como el plan hogar que integra Internet fijo de alta velocidad, televisión por suscripción y telefonía móvil, en un solo producto con precios competitivos'.



Jorge Vespa, María Cristina Paz Cuéllar y Germán Moreno Cirbian, de Cotas



Todo el equipo de Cotes y Procom, de Bolivia



Getzy Cáceres y María Contreras, con Jean Antonio Ossa, de Comtec



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



Wilson Villamil y Nielsen Wilder Poma Larrea, de Entel Bolivia

CINCOMAS

dale al más

Infographic showing various TV channels and content categories:

- más Actualidad
- más Reportajes
- más Series
- más Entretenimiento
- Informativos Telecinco
- Planeta Calleja
- Lo que escondían sus ojos
- Sálvame

El canal internacional en HD del grupo líder en España

MEDIASET **españa.**



www.cincomas.com

cincomas@mediaset.es | tvchannels@atm-es.com

AUDIOVISUAL FROM **SPAIN**

PARAGUAY

Telecom consolida la polarización del mercado

De a poco, la polarización que venimos notando desde hace años se va consolidando con la llegada del **Grupo Clarín a Telecom**. Hasta ahora, el dominante de la industria es **Tigo**, con un triple play que lo posiciona como líder y lejos de sus rivales comerciales. Pero **Personal Hogar** de la mano de Telecom, comenzó a tender redes nativas FTTH, inicialmente en Asunción y alrededores, pero con proyección a las principales ciudades del país.

Se espera que, próximamente, incorpore un servicio IPTV y **Flow** con lo que sumado al servicio DTH y de telefonía móvil que ya ofrece saldrá a pelear el liderazgo del mercado que hoy ostenta Tigo.

Por su parte, **Claro** amplió sus redes en Asunción y ofrece también un triple play con Internet de alta velocidad e IPTV pero limitado a la ciudad Capital. De esta forma se estima que el 90% del mercado de la TV

Por Gabriel Carballo, de Red Multicable



Nilton Amarilla de Copaco, Ramiro Pascual, de Tigo Paraguay, José Reinoso de Aistel (moderador), Federico Canónigo de Fox, y Hernán Verdaguer de Telecom Argentina



Félix Morlas de la Asociación de Cableoperadores del Interior de Paraguay

paga en Paraguay quedará para fines del año que viene en manos de Tigo, Personal y Claro.

En el 10%, restante se encuentran **Copaco** con un servicio IPTV ofrecido principalmente sobre la red de cobre telefónico extendida a lo largo de todo el territorio, y unas 70 pequeñas operaciones en condiciones mayoritariamente precarias, muchas de ellas con redes 100% analógicas.

Copaco se enfrenta a la necesidad de extender su red de fibra lo más posible para optimizar la plataforma IPTV que posee y llegar en condiciones competitivas a los hogares de sus clientes actuales y potenciales. Los más pequeños se debaten entre encontrar un modelo sustentable que les permita operar mínimamente en el punto de equilibrio ó caso contrario ofrecer sus operaciones a alguno de los dominantes del mercado.

Aún así, nada les garantiza que uno de los grandes se pueda interesar en sus operaciones ya que los abonos promedio rondan los USD 16 y los índices de incobrabilidad son muy altos. Los más audaces están considerando ofrecer servicios de Internet y digitalizar los cabezales, pero las inversiones necesarias para cualquiera de estos servicios exceden la disponibilidad propia de capital y consideran muy riesgoso el endeudamiento con estos fines.

EN EXCLUSIVA PARA LATINOAMÉRICA
BÚSQUEDA IMPLACABLE
LA SERIE

frida
M E D I A G R O U P

OPTIMIZAMOS LOS CONTENIDOS
GENERANDO MAYORES UTILIDADES

KANAL D DRAMA DHE Love Nature 200 años

MIRAR TRACE SPORT-STARs mezzo liveHD PX SPORTS

CONTACTOS COMERCIALES

Marcelo Bresca | Director Comercial - Región Andina
(54 911) 6216-2584 | mbresca@fridamedia.com

Diego Torregrosa | Director Comercial - Región Sur
(54 911) 5623-9639 | dtorregrosa@fridamedia.com

DEPORTES AL AIRE LIBRE
RONALDO MESSI NEYMAR

Rai Italia

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

Cappsa: La convergencia será clave en Jornadas

Ante una nueva edición de Jornadas Internacionales, Sergio Veiga, presidente de Cappsa, adelantó los puntos más relevantes de la convención. 'Estas Jornadas se dan en un contexto de transformación y evolución en la industria. La palabra clave es "convergencia" en las tecnologías de distribución, que será uno de los grandes temas'.

Como cada año, habrá presentaciones de los programadores que anunciarán sus novedades para los próximos meses, y se llevará a cabo un foro antipiratería. 'Dada la evolución tecnológica de distribución de contenidos, es necesario redoblar los esfuerzos en este control', remarcó Veiga.

'Como se han sofisticado las tecnologías de distribución, también las formas de piratería y el trabajo de Cappsa y los programadores y distribuidores para combatirlo. Se necesita una permanente actualización. En Jornadas, donde somos organizadores, las formas de combatir la piratería tendrán su espacio'.



Sergio Veiga, presidente de Cappsa



Adriana Medici, gerente general de Cappsa

En el foro, también habrá una mesa sobre la TV del futuro, a cargo de los CEOs de los proveedores, y se presentarán canales regionales e internacionales para hacer su lanzamiento en Jornadas.

Convergencia

'Los programadores hemos pasado a ser desarrolladores y programadores de contenidos para las múltiples plataformas y dispositivos que la gente usa para entretenerse. Es un desarrollo que requiere mucho esfuerzo, inversión y tra-

bajo, que evoluciona y no acaba. El público demanda nuevas formas de entretenerse, de consumir contenido y nosotros estamos en permanentes desarrollos para satisfacer las demandas dinámicas', explicó Sergio Veiga.

'Los distribuidores, partners de distribución como son los cableoperadores y DTH, también están desarrollando sus plataformas y TV Everywhere. Apuntamos a complementar la TV paga para que la gente vea, no solo los canales lineales, sino también cuando y donde quiera desde cualquier dispositivo', señaló Veiga.



EKT

are you looking for:

Integrations? AndroidTV? Linux?

We've got you covered

KANAL D DRAMA

POR PRIMERA VEZ
LOS MÁS EXITOSOS
DRAMAS TURCOS
EN UN SÓLO CANAL

ATRÉVETE A VIVIRLO

THEMA
A CANAL+ GROUP COMPANY

Luis Fonseca
Director de Ventas - América
luis.fonseca@thematv.com

Discovery Networks, preparada para los desafíos del futuro

Más de 8000 horas de producción anual

‘Discovery Networks tiene algo muy interesante: es una gran productora de contenidos, es líder con más de 8000 horas anuales de la mayor variedad de programación, y ello la pone en una posición de fortaleza frente al futuro que plantean los consumidores digitales’.

Guillermo Delfino, Country Manager South Cone Latam de Discovery Networks, agregó que ‘esto es a nivel mundial: en Europa tenemos **Eurosport**, canal que obtuvo los derechos de transmisión de los Juegos Olímpicos y ofrece la mayor variedad de contenidos deportivos en ese continente, con los más populares, pero también para mercados de nicho, como carreras de drones, autos, ciclismo y otros deportes que atraen a un público muy leal’.

‘En Latinoamérica tenemos 12 canales. Lideramos prácticamente en todos los géneros: en factual hemos avanzado mucho en Chile en los últimos seis meses, en el género Lifestyle le ponemos mucho foco a **Home&Health**, que hemos reposicionado con contenidos de **Scripps**, que tiene además la ventaja de disponer de contenidos cortos, muy aptos para los usuarios digitales’, completó.

Delfino conoce muy bien todos los aspectos de la TV paga lineal: ingresó a Discovery Networks en febrero de 2016, convocado por el actual titular del área latinoamericana, **Fernando Medín**, tras casi 18 años en **DirectTV**, actualmente controlada por **AT&T**: ‘Discovery tenía una posición de liderazgo en América Latina y estaba fortaleciendo su estrategia digital a nivel mundial, por lo que sin dudas la propuesta se convirtió en un desafío muy interesante’, agregó Delfino.

‘Uno de los mercados más apasionantes es el de los niños, y allí, **Discovery Kids** continúa entre los canales más vistos de la TV paga, con una tendencia positiva año a año. Hemos puesto el foco en las producciones y reflejo de esto es la alianza estratégica con



Guillermo Delfino

el Cirque Du Soleil para **BigTopAcademy**, una serie original de live action con niños reales que cuenta además con la participación de **Cris Morena** como productora ejecutiva y compositora de la banda sonora de la serie’.

‘El estreno será en octubre próximo y esperamos poder llegar también a plataformas digitales y eventos en vivo’, completó. Otra gran apuesta en materia de producción y que ya es un éxito en toda la región, es la serie original **Mini Beat Power Rockers**, fruto del acuerdo con **MundoLoco CGI**, el estudio de animación fundado por **Juan José Campanella**.

‘Estamos trabajando muy fuertemente en esta producción de contenidos localizados, con múltiples producciones originales en marcha actualmente. El 10 de octubre se estrenará la segunda temporada de **No Te lo Pongas Argentina**, con la conductora y modelo **Pía Slapka** y el diseñador **Santiago Artemis**, versión de la exitosa serie protagonizada por **Stacy London** y **Clinton Kelly**, con historias filmadas en Argentina’, detalló el ejecutivo.

‘También estamos desarrollando contenidos que integran orgánicamente a diferentes marcas y anunciantes en formatos largos de 30 a 40 minutos’. Entre

ellos, mencionó **Naturaleza Salvaje**, una producción junto a **Cablevisión Flow** a estrenarse el 27 de este mes, con el apoyo de **Volkswagen Amarok** y la participación del actor **Federico Amador**, explorando paisajes de Argentina en nueve episodios; dos especiales de **Overhaulin’ Argentina**, con **Jeep** y **Fiat**, y **Polo: Herencia de Gloria**, sobre las grandes familias del polo argentino, con **Río Uruguay Seguros**.

‘Estamos desarrollando un proyecto digital que lanzaremos hacia fin de año con contenido especial para este tipo de plataformas’, añadió.

‘Finalmente, no se puede dejar de resaltar la importancia de la gran adquisición de **Scripps Networks Interactive** por parte de Discovery; se ha desarrollado con mucha fluidez en América Latina y esto, como ya mencioné, nos ha permitido tener acceso a **Food Network**, un canal espectacular con un nivel de producción gigantesco y un nivel de reconocimiento sorprendente en América Latina, pese a que su distribución tiene margen para crecer. La interacción con Home & Health ha resultado admirable y nos posiciona ventajosamente para los desafíos que se avecinan, que son muchos, pero nos encuentran muy bien preparados’, concluyó Guillermo Delfino.

LA MEJOR PROGRAMACIÓN EN FRANCÉS
CON SUBTÍTULOS EN ESPAÑOL

TV5MONDE
@TV5MONDELATINA

Orange

Turner reafirma su liderazgo como empresa multiplataforma

104 millones de fans en Latinoamérica

Turner Latin America ha demostrado ser una empresa global de entretenimiento con capacidad para crear contenido Premium para todas las plataformas. Como prueba de que su influencia supera la televisión para instalarse en diferentes pantallas y lograr altos niveles de engagement con el público, presentó un estudio sobre el desempeño de sus productos en redes sociales, que determinó que su portafolio alcanza los 104 millones de fans en sus feeds de Latinoamérica, con niveles de engagement superiores al promedio de cada plataforma.

Las cifras de audiencia que acumula Turner en las redes sociales posicionan a esta plataforma como la segunda en términos de alcance, después de la pantalla más tradicional, la de la televisión lineal, donde su portafolio de canales se posiciona en primer lugar entre los grupos de TV paga de la región.

El nivel de engagement de los contenidos de Turner Latin America en redes sociales se encuentra por encima de los benchmarks regionales. Según un estudio realizado en conjunto con Socialbakers, se analizó la métrica de engagement que relaciona la cantidad de interacciones por cada 1000 fans por posteo, en las distintas plataformas de redes sociales considerando las cuentas de medios de la región.

En el caso de Facebook, el engagement descrito es de 0.44 vs 0.27 del benchmark, es decir un 67% más alto. En Twitter, para los handles de Turner el engagement es de 0.39 vs el 0.02, es decir 20 veces más alto. Y en Instagram, para Turner ese valor es de 14.33 vs 3.03 de benchmark, es decir casi 5 veces superior.

El análisis de la performance de Turner también se puede desglosar en términos de marcas. CNN registra en Facebook 12.1 millones en su cuenta de CNN en Español y más de 1 millón en CNN Chile, mientras que en Twitter sobresale 16.7 millones y

2.8 millones, respectivamente. Incluso en Instagram las cifras se destacan con 2.7 millones de fans en CNN en Español.

Por su parte, TNT registra sus cifras más altas en Facebook con 9.8 millones de fans en TNT LA y 3.1 millones en TNT Brasil, destacándose en Twitter con 2.3 millones en su cuenta regional. Cartoon Network sobresale no sólo en Facebook sino también en Youtube. En Facebook, a los 4.7 millones de fans de CNLA, se suman 2.2 millones de CN Argentina, 2.1 de CN Brasil y 3.4 de CN México. En Youtube, la marca infantil también registra un gran volumen de fans, con 3.1 millones en CN LA y 2.3 millones en CN Brasil.

Launchpad

Teniendo en cuenta las necesidades del mercado, desde el año pasado Turner ofrece



Felipe de Stefani

a sus anunciantes una solución publicitaria basada en big data que aplica específicamente a redes sociales. Se trata de **Launchpad**, una herramienta de análisis de big data y de activación de contenidos para las marcas este entorno. La solución optimiza el poder de los contenidos de la compañía en redes sociales, combinando datos en tiempo real, análisis y visualización de big data, para sustentar la creación y distribución de contenido relevante para las marcas de los anunciantes.



Space: En 2019, llega Monzón, la serie

Space anunció el estreno de una nueva serie original que, producida por **Disney Media Distribution Latin America y Pampa Films**, contará la historia del boxeador triple campeón mundial argentino de peso mediano, **Carlos Monzón**.

Mariano César, VP Content & Brands Portfolio, General Entertainment, Turner Latin America, comentó: 'Monzón nos da la oportunidad de seguir trabajando con contenidos originales, en este caso, para mostrar al público una historia que localmente es y ha sido muy relevante, a través de un género en el que la ficción y la realidad se encuentran para cautivarlos. Es algo en lo que ya veníamos haciendo foco con producciones como *Historia de un Clan*, *El César*, *El Comandante* y *Mary & Mike*, entre otras'.

El elenco de *Monzón, la serie* estará conformado por **Jorge Román y Mauricio Panigua** en la piel del boxeador en las distintas etapas de su vida. Junto a ellos, **Celeste Cid**,

Soledad Silveyra, Diego Cremonesi, Gustavo Garzón, Florencia Raggi y Carla Quevedo, entre otros artistas, encarnarán los personajes más importantes en la vida de Carlos Monzón.



Monzón, la serie se estrena em 2019

MÁSCERCA

IVC

Somos el canal de entretenimiento que buscas con una gran variedad de programación

- Actualidad • Novelas • Deportes • Conciertos
- Cocina • Turismo • Información

Y a partir del 12 de octubre podrán disfrutar en exclusiva de más de 120 partidos de la Liga Venezolana de Béisbol Profesional



Distribuido por **HBO** | LATIN AMERICA

¡VIVE MÁS DE CERCA TU PASIÓN!

[@IVCNETWORKS](#) [IVCNETWORKS](#) WWW.IVCNETWORKS.COM

Fox: Grandes estrenos y éxito multiplataforma

Producciones originales con talento local

‘El 2018 ha sido un año con muchas novedades y donde se han logrado resultados muy positivos que se reflejan en el rating y en la variedad de contenidos que les ofrecimos a nuestros fans.



Las producciones originales han sido una pieza fundamental en la estrategia del negocio y por eso hemos apostado fuertemente al desarrollo de diferentes contenidos con historias cautivantes y de calidad, con las que nuestros fans se identifican’, dijo **Sergio Veiga**, EVP & General Manager Argentina & Cono Sur en Fox Networks Group.

En Argentina, ha impulsado dos grandes producciones originales que cuentan con un despliegue de talentos y que lograron una excelente performance en ratings en su estreno. Se trata de *El Host*, un show all inclusive que reúne música, ficción y hu-

mor, protagonizado por **Adrián Suar** junto a **Nicolás Vázquez**, **Martín Bossi**, **Natalie Pérez**, la brasileña **María Bopp** (*Llámame Bruna*), **Mex Urtizberea**, **Alfredo Casero** e importantes estrellas invitadas.

Por otra parte, se presentó *Talento Fox*, un talent show conducido por **Alejandro Fantino** donde **Lali**, **Diego Torres** y **Wisín** buscan que los participantes superen aquellos temores que les han impedido, hasta ahora, desplegar su talento.

‘Tendremos en FX y en la App de Fox, la segunda temporada de *Run Coyote Run*, el dramedy irreverente creado, escrito y dirigido por el reconocido **Gustavo Loza**; FOX Premium estrenará en octubre la nueva serie *Impuros*, filmada en la triple frontera bajo la dirección de **René Sampaio** y **Tomás Portella** y en diciembre, la tercera temporada de la provocadora y exitosa *Llámame Bruna*, protagonizada por **Maria Bopp**’, detalló Veiga.

‘En 2019, tendremos la tercera entrega de *Sitiados*, esta vez con México como escenario y con **Alfonso “Poncho” Herrera** (*El Exorcista*) y **Eréndira Ibarra** (*Sense8*) como protagonistas. Entre otras de las novedades, en febrero tendremos por primera vez la transmisión del Festival de Viña del Mar. En **National Geographic** hemos presentado *Bios* un docu-reality que de la mano de **Sebastián Ortega** refleja vida y obra de íconos populares de la región’.

‘**Nat Geo Kids** lanzó *Nat Geo Lab*, una producción original donde el popular youtuber colombiano **Sebastián Villalobos** invita a toda la familia a realizar experimentos creativos en casa’.



Sergio Veiga, EVP & GM Argentina y Cono Sur



Adrián Suar, *El Host*

Éxito multiplataforma

Dijo el ejecutivo: ‘La respuesta de nuestros fans a nuestras propuestas multiplataforma ha sido muy buena, acompañándonos a través de todas nuestras plataformas. *The Gifted*, *Brittania*, *Vikings*, *The Waking Dead*, y *SWAT* se destacaron entre las series internacionales más vistas en la APP de Fox, que se optimiza constantemente para brindar la mejor experiencia de entretenimiento’.

Por su parte, agregó Sergio Veiga, las producciones originales *Llámame Bruna*, *Aquí en la Tierra*, *Talento Fox* y *El Host* fueron algunos de los contenidos más elegidos en esta plataforma. La app de Fox actualmente tiene un rating de 4.6 en AppleStore y de 3.7 en Google Play.

‘Esto es el reflejo del trabajo constante para ofrecer uno de los portafolios de marcas más variados de Latinoamérica, que se adapta a las necesidades y gustos de lo que los fans desean, con contenidos innovadores, formatos diversos y pluralidad de historias y talentos para consumir en los canales lineales como a través de nuestra Fox App’, concluyó Veiga.



Talento Fox



María Bopp en el rodaje de *Llámame Bruna 3*



Run Coyote Run 2



Sebastián Villalobos, *Nat Geo Lab*



EL CANAL QUE TODOS QUIEREN VER



HISTORIAS QUE PROVOCAN TODAS LAS EMOCIONES



¿CUÁL ES EL PUNTO?



LA NOSTALGIA EN ALTA RESOLUCIÓN

aztvdepaga.com @ /AZ TV DE PAGA

DESCARGA NUESTRA APP “AZ CONTENT”



LN+, la nueva propuesta televisiva con el sello de La Nación

En octubre se lanza en la grilla analógica de Cablevisión

Con 148 años en el mercado de medios de Argentina, **La Nación** se ha consolidado en la industria de noticias mucho más allá de su producto original, que es el diario impreso. La marca ha sabido innovar con su plataforma online y, desde hace un tiempo, incursionó en la TV digital con su propuesta de contenido de noticias LN+, que en octubre debutará en la grilla analógica de Cablevisión, dando un enorme paso en su distribución.

‘El proyecto LN+ surgió como una plataforma nueva para los contenidos de La Nación. El 7 de noviembre de 2016, salimos con el noticiero central PM a las 19, el ciclo de entrevistas web *Conversaciones*, formatos de producción original y adquisiciones que representaban los cuatro pilares de la programación: noticias, análisis, lifestyle e historias’, explicó a **Prensario** Daniela González, gerente de programación y contenidos en LN+.

‘El 20 de marzo de 2017, relanzamos la programación y nos orientamos preferentemente a la información y el análisis de las noticias en vivo. Incorporamos una franja de programas semanales a las 22 que fuimos renovando y fortaleciendo en el tiempo con **Carlos Pagni**, **José del Río**, **María O’ Donnell**, **Dolores Cahen D’Anvers** y **Laura Di Marco**. En enero de 2018, sumamos *Lo que el día se llevó* a las 23’, agregó.

Pero La Nación no nació como un canal de televisión, por lo que la tarea fue de gran complejidad. ‘El mayor desafío fue articular las redacciones de digital y TV para que las noticias fueran cubiertas y contadas para las



Carlos Pagni

dos plataformas, cada una con su lenguaje.

Se establecieron reuniones compartidas entre los equipos de la web, el canal, el diario y las revistas que permitieron hacer sinergia de recursos humanos y técnicos’, detalló González.

‘Nuestra meta es crecer de manera responsable y consciente, sin perder la esencia que nos trajo hasta acá. Ampliaremos nuestra programación en vivo para tener cobertura de las noticias durante el día y reforzaremos los programas de la tarde y el prime time que ya se convirtieron en la compañía de nuestra audiencia más fiel’.

El modelo de negocio del canal se potencia con el variado portfolio de la marca La Nación que incluye web, diario, revistas, entre otros. ‘El canal cuenta con fieles auspiciantes que nos apoyan desde el primer día y, por supuesto, tanda comercial. También estamos explorando la posibilidad de coproducciones en el corto plazo’, agregó.

Llegada al paquete básico

LN+ se puede ver en el canal 715/1715 HD de **DirectTV**, 19 de **Cablevisión Digital** 618 en HD y en Flow. También está en el 25.3 de la TDA, en canal 705 de **Telecentro Digital**, 18 de **Telered Digital**, 6 de **Antina** y 9 de **Supercanal**. Además, tiene su versión OTT a través de www.lnmas.lanacion.com.ar.

También cuenta con distribución en algunas ciudades de Uruguay y Chile y la idea es continuar expandiendo la señal al mercado pan regional y US Hispanic. ‘Desde el 1 de octubre, llegaremos al canal 19 del paquete analógico clásico de Cablevisión. El objetivo más cercano es llegar a todas las grillas analógicas de los principales cableoperadores del país’, aclaró la ejecutiva.

Estrenos

Desde octubre, el canal emitirá *Lo que hay que saber* con las noticias más importantes, cada media hora. De lunes a viernes al me-



Daniela González, gerente de programación y contenidos de LN+

diodía, llega *+info*, la actualización de las noticias del día con la conducción de **Viviana Valles**, móviles en vivo y el análisis de los periodistas referentes de La Nación.

Durante las tardes del fin de semana, habrá más novedades; los domingos a las 17 llega *Técnica mixta*, los principales exponentes del arte visual actual se darán cita en este ciclo conducido por Pablo Gianera y producido por el cineasta Gastón Duprat.



María O’ Donnell



José del Río



Programas en vivo para cada integrante de la familia, presentados por los conductores más queridos y los invitados más polulares.

ENTRETENIMIENTO PARA TODA LA FAMILIA



LAS NOTICIAS MÁS ACTUALES

Coberturas especiales

24 horas



TUS ARTISTAS FAVORITOS

Para los seguidores exigentes de la música regional mexicana.

Entrevistas, eventos exclusivos y los videos más actuales de tus artistas favoritos.



NBCUniversal realizó su UpFront en Orlando

Para anunciantes y agencias de medios

NBCUniversal celebró sus UpFronts 2018 en los parques Universal de Orlando para anunciantes, clientes y prensa, donde presentó las novedades de programación para la región.

Bajo el nombre de NBCUExperience, se trató de una propuesta que recibió a lo largo de la semana a ejecutivos de diversas regiones, y que tuvo como objetivo reforzar el concepto de la unificación de la marca de Universal, que incluye entre otras a Dreamworks, con más de 4.000 películas producidas, y sus señales, con más de 100.000 horas de TV realizadas, además de los parques temáticos y una inversión millonaria en desarrollos digitales.

Durante la presentación del evento, **Klaudia Bermudez-Key**, SVP de programación, señaló que NBC es 'una de las compañías de entretenimiento más diversas del mundo, llena de magia a través de la creación de películas de cine así como de series de TV y contenidos para plataformas'.

'Tenemos a la creatividad y los servicios como eje del crecimiento, así como el apoyo de clientes durante los últimos cuatro años desde la unificación de los portafolios', enfatizó la ejecutiva y dio a conocer las principales apuestas de cara al 2019, donde se incluyen proyectos como *Zumba* (Telemundo), *50 Sombras más oscuras* (NBC Studios), *FBI* (Universal), *Syfy*

Games, y 6 nuevos proyectos regionales para E! como *Hay que ver para querer*, o *Drag me as a queen 2*. 'Además tendremos el regreso de *E! true Hollywood Stories*. Estamos creando nuestra propia historia en Latinoamérica... El camino es largo y prometedor, y queremos seguir creando historia', completó.

Del lineal al digital

Arlyne Obregón, VP de ventas, destacó la relevancia de la TV lineal como medio relevante y eficaz para enviar un mensaje de todas las marcas, y 'con el poder de hacer sentir las emociones', y también señaló que

NBC es 'uno de los pocos grupos con el crecimiento en audiencia que ha registrado en el último año'.

'Tenemos seis grandes marcas y vimos un crecimiento del 15% vs. 2017, posicionándonos como top 15 regional.

Universal se volvió el hogar de todas las series policíacas -que atraen un 22% más de audiencia-, *SyFy* vió un crecimiento del 27%, y nació *UX*, una nueva marca que engloba a todas las multimedios de NBCU', agregó Obregón.

Afirmó: 'Entendemos que es importante continuar la conversación en redes sociales para seguir creciendo'. 'Por eso, lanzamos 40 canales nuevos de NBCU en YouTube, con el firme objetivo de llegar a las diferentes audiencias que podemos capturar. El mensaje comienza en la televisión, recorre todas las pantallas y regresa una vez más a la TV'.

Comentó **Silvia Bruegger**, directora de ventas digitales: 'Hace unos años, se retransmitían 30 segundos del contenido digital en nuestras redes sociales o portales, pero entendemos que ya no podemos hacer eso. Construimos contenido digital para las marcas que sea capaz de hablar con la audiencia, con las narrativas que cada pantalla impone, y para un público (latino) que pasa 7 horas del día conectado a internet. Nuestro hub digital



Klaudia Bermudez-Key, SVP de programación

puede ser considerado un sexto canal'. **Ana Cuevas**, directora digital, puso foco en, por un lado, las alfombras rojas como eventos que potencian el engagement con la audiencia, y por el otro, en el 'influencer marketing' -la implementación de los influencers como personajes activos en campañas de marcas-, para lo cual lanzaron la plataforma **E! Take Over**, donde se utilizan a dichas figuras para la cobertura de eventos especiales.

'Además, en octubre estamos lanzando *The Mix*, el primer show multicanal y multipantalla, coproducido por Telemundo e E!, y que va desde el digital a la TV lineal, y luego regresa al digital como conversación en redes sociales. NBCUniversal apuesta hoy más que nunca por ser una propuesta 100% Omnichannel', completó Cuevas.

Programación multigénero

En lo que respecta a las novedades de programación **Marcello Coltro**, SVP de Marketing, explicó que desde la empresa siempre están buscando formatos innovadores. Para lo cual están lanzando *Mi mitad + Hot* y otros 6 nuevos programas desarrollados en Brasil para 2019. También, suman nuevas alfombras rojas de premios como los AFI (American Film Institute), un género que presenta un 4,6% más de rating que en programación regular, así como la transformación de los *People's Choice Awards* a los *E! People's Choice Awards*, con transmisión en vivo pero también un especial.

Sobre **Telemundo Internacional**, **Olga**



Marcello Coltro, SVP de Marketing, junto a Gracia Waverly, SVP de programación de Universal TV

BANDNEWS ES EL PRIMER CANAL BRASILEIRO CON 24 HS DE COBERTURA EN TIEMPO REAL.



Canal Livre

Entrevistas con personalidades, jefes de estado, líderes de la política y especialistas en economía, empresariales, cultura, deportes y ciencia. Un momento para análisis y reflexión.



Ponto a ponto

La periodista Monica Bergamo y el Licenciado en Ciencias políticas Antonio Lavareda reciben invitados para discutir los temas políticos y del sector público en la actualidad.

LA IMAGEN DE BRASIL



Superpoderosas

Un programa que conecta Televisión e Internet con soluciones para simplificar la vida de las mujeres. Estimula el autoconocimiento, la autoestima y la mentalidad emprendedora.



Melhor da Tarde

Bien estar, cocina, noticias del mundo del espectáculo, astrologías, consejos de limpieza, organización de la casa y hágalo usted mismo. No seguimos una rutina, todos los días una tarde diferente.

COMERCIALIZACIÓN

Marcelo Assumpção
+55 11 3061-0884
marcelo@interactvbrasil.com

Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile

Sabrina Capurro
+54 11 4774-5127
sabrina.capurro@sgdggroup.com



NBCUniversal realizó su UpFront en Orlando

Dager, directora de programación, dijo: 'Dónde quiera que vayamos, somos la representación de esos sabores internacionales. En Telemundo vivimos experiencias únicas que nos hacen reconocernos porque tenemos en común que hablamos un mismo idioma. Nuestro bloque matutino creció 60%, y ahora generamos más de 4.000 horas, con un ATS de 48 minutos en toda América Latina. Entra las novedades para 2019 sobresalen *La Dueña*, *Sin Senos 2* y *Al otro lado del muro*, entre otros proyectos'.

Pero sin dudas una de las principales novedades del grupo es el rebranding de **Universal Channel**, que desde octubre tendrá un 'look and feel más fresco y renovado, y pasará a ser **Universal TV**'. 'Tuvimos un crecimiento en prime time en la región en un 40% este año, especialmente entre mujeres de 18-49, y además estamos anunciando la 20° temporada de *La Ley y el Orden: UVE*', desarrolló **Gracia Waverly**, SVP de programación de la señal que actualmente cuenta con 81 millones de suscriptores en más de 100 territorios, y contenido doblados en 19 idiomas.

'Una de las grandes claves está asociada con la apuesta por el crime drama, el género más buscado por la audiencia en la región. Es un género que siguen 51% mujeres, 49% hombres, 41% Millenials, y 27% Gen Z', identificó la ejecutiva y puso como ejemplo el estreno de nuevas temporadas de la franquicia *Chicago (MD, PD y Fire)*, que además serán unificadas en su programación en un mismo día con el

objetivo de solidificar la marca, e incluso permitir crossovers. 'Además tendremos desde noviembre dos novedades: *FBI*, una nueva serie de **Dick Wolf** con relatos reales y actuales, y *The Rookie*, donde **Nathan Fillion** encarna a un divorciado de 40 años que decide comenzar una carrera como policía'.

Sobre SyFy, **Manolo Tapia**, programación, describió a los "fans" como el atributo más grande del canal. 'Estamos en un ecosistema de medios que está cambiando por influencias y nuevos consumidores. El mercado se está expandiendo y la dificultad es cada vez mayor', explicaba Tapia, y reconocía que, en el caso de la ciencia ficción, esto se ve más claramente.

Para estar donde su audiencia está, acaba de lanzar *SyFy Ya*, un formato de noticias de 52x3' enfocados en 5 ejes: TV, Tecnología, Videojuegos, Cine y Comics, que sólo en Estados Unidos, representa un negocio de USD 1 mil millones.

Sobre la TV, remarcó que sigue siendo un punto de encuentro para la audiencia, mientras que la relevancia de la tecnología radica en apuntar a un target del cual el 65% corresponde a un nivel socioeconómico medio y alto.

'El 40% de nuestra audiencia juega videojuegos, y sabemos que es un mercado que genera ingresos globales de USD 137 mil millones (estimado 2018), pero que al mismo tiempo queda mucho por atacar', puntualizó. 'Estamos enfocados en nuevas personas, con nuevos hábitos, con muchos puntos



Carlos Valera y Adriana Echeverry, creative managers de NBCUnlimited

de reunión en el digital, y buscamos ser parte de ese ecosistema, que es distinto al que estamos acostumbrados y al que hemos construido a lo largo de los años. Por eso sumamos el comic y el gaming como puntos de interés para nuestros seguidores', finalizó.

Para dar cierre al evento, estuvieron **Carlos Valera y Adriana Echeverry**, creative managers de la marca **NBCUnlimited**, que trabaja sobre cuatro ejes: *Efecto Ingenio*, a través del brand y market insights, generando afinidad con los contenidos y transformando a los clientes en partners', el *Efecto Acción*, es decir, brainstorming y producción de contenido "inteligente", yendo de lo funcional a lo emocional; el *Efecto UX*, donde lo digital transforma, conecta y se adapta, y el *Efecto Universal*, que presenta oportunidades globales y permite a la marca diferenciarse de otros grupos y ofrecer propuestas únicas.



NBCUniversal celebró sus UpFronts 2018 en los parques Universal de Orlando para anunciantes, clientes y prensa



Silvia Bruegger, directora de ventas digitales, y Ana Cuervas, directora digital

Una señal, para todo el mundo.



Conectividad
Información > Entretención > Cultura

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

Síguenos en :
 /TVChileTVN  @TVChileTVN

History estrena *Desafío Sobre Fuego Latam*

Llega la versión regional del reality

A+E Networks confirmó el estreno de *Desafío Sobre Fuego Latam*, la versión latinoamericana del reality que ya va por su quinta temporada en **History**. Con la conducción del actor colombiano **Juan Pablo Llano**, este nuevo show podrá verse desde el



martes 16 de octubre en toda la región.

Los ocho mejores fabricantes latinoamericanos de armas tendrán que demostrar sus habilidades forjando y replicando armas tradicionales y exóticas. Una competencia que requerirá de fuerza, destreza e



Desafío Sobre Fuego Latam



Desafío Sobre Fuego La Gran Competencia

imaginación para consagrar al mejor forjador del continente. En cada emisión se presentarán distintos desafíos y consignas que deben superar para ganar dinero, sumar puntos y así seguir avanzando en la competencia.

El gran premio serán USD 10.000. Este desafío contará con la participación del argentino Pablo Bugallo, que será uno de los competidores junto a otros cinco mexicanos, Víctor Zamora, Javier Brito, Luis Morales, Azael Saragoza, Patricio Aupart; el brasileño Tom Silva y el colombiano Ricardo Cabrera. Acompañan al conductor dos expertos en cuchillería y forjado que harán de jurados: el argentino Mariano Gugliotta y el mexicano Antonio de Regil.

Por su parte, la versión original del reality estrena una nueva edición, *Desafío Sobre Fuego: La Gran Competencia*, que se emitirá desde el 25 de octubre para toda Latinoamérica.

Presentado por el miembro del Salón de la fama WWE **Bill Goldberg**, la serie de seis episodios presenta a intrépidos participantes que compiten contrarreloj poniendo sus espadas y sus habilidades, a disposición de crear cuchillas a través de un arduo desafío de cortar sandías voladoras, quebrar bloques de hielo masivos y cortar varios tipos de cuerdas, tubos, metales y cajas llenas de elementos.

CryptoGuard
— Protect your content —

SWEDISH QUALITY PRODUCTS AND SOLUTIONS

Content Security

— For Digital TV on Any Screen —
Conditional Access ▶ Multi-DRM

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®

Meet Us!

ANGACOM
Stand #A10

CommunicAsia
Stand #1H2-10

IBC 2018
Stand # 5.B39

sales@cryptoguard.com | +46 971 107 35
www.cryptoguard.com

Follow us



HBO: Nueva apuesta al contenido original en Latinoamérica

El Jardín de Bronce 2 y *Mil Colmillos*

Adelante con su apuesta a la producción de series originales en Latinoamérica, HBO confirmó el elenco de la segunda temporada de *El Jardín de Bronce*, serie producida junto a Pol-ka de Argentina, cuyos nuevos episodios están en pleno rodaje.

El elenco estará integrado por Luis Luque (César Doberti), Julieta Zylberberg (Lidia Blanco), Maite Lanata (Maira), Claudio Tolcachir (Iván Rauch), Rodolfo Ranni (Ernesto Danubio), Mario Pasik (Carreras) y Fernanda Callejón (Julia Doberti), que vienen de la temporada anterior, y se suman Paola Barrientos, Claudio Rissi y Marcelo Subiotto.

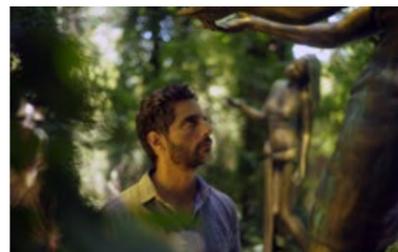
La dirección estará nuevamente a cargo

de Hernán Goldfrid y Pablo Fendrik, con guiones de Gustavo Malajovich y Marcos Osorio Vidal, y producción ejecutiva de Luis F. Peraza, Roberto Ríos y Paul Drago por parte de HBO Latin America Originals y de Adrián Suar y Diego Andrasnik por parte de Pol-Ka.

Esta producción se da en el marco de las celebraciones por los 15 años de producciones originales de HBO en América Latina, a partir de la primera serie original realizada en Argentina en 2003, *Epitafios*.

Mil Colmillos se rueda en Colombia

Desde mediados de agosto, se filma en Bogotá, Colombia la primera serie de ficción



El Jardín de Bronce 2

producida por HBO Latin America en ese país, junto a Rhayuela Films. Fue escrita por Jaime Osorio y Guillermo Escalona, y será dirigida por Osorio en conjunto con Pablo González.

El rodaje durará 16 semanas y transcurrirá íntegramente en Colombia. Los productores ejecutivos son Luis F. Peraza, Roberto Ríos y Paul Drago por parte de HBO Latin America, en conjunto con Federico Durán de Rhayuela Films.

Nickelodeon realizó los KCA Argentina 2018

Nickelodeon celebró la octava edición de los Kids' Choice Awards Argentina, que se transmitieron por la señal juvenil el 28 de agosto, y luego por *Telefe* a nivel local, el 1 de septiembre.

El evento contó con la conducción de Verónica Lozano, conductora de Cortá por Lozano en *Telefe*, junto al popular creador digital Kevsho. El show tuvo grandes presentaciones musicales en vivo incluyendo Mau y Ricky, MYA, Benjamín Amadeo, Kally's Mashup y V-One, además de los presentadores más queridos por los chicos.

Un momento muy especial fue cuando la estrella internacional Natalia Oreiro recibió el reconocimiento a la trayectoria por sus innumerables éxitos y destacada labor en la industria artística.

Con más de 2500 asistentes y más de 40 millones de votos digitales, la fiesta finalizó con una gran explosión de *Slime*, propio del canal naranja, que bañó a los hosts y

enloqueció a todos los invitados.

Todos los ganadores

Alex Hoyer se llevó el premio al Actor Favorito; Karol Sevilla ganó como Actriz Favorita, mientras que *Soy Luna* ganó como Show Favorito. *Stranger Things* se alzó con el galardón al Show

Internacional Favorito, y *Gravity Falls* ganó en Animación. En Película Favorita fue elegida *Coco*.

BTS fue elegido como Grupo Internacional Favorito, y Lali como Artista Nacional Favorita, mientras que *100 Grados* ganó el premio al Hit Favorito. Mya se llevó el reconocimiento al Artista Nuevo Favorito, y Kevsho al Youtuber Cómico Favorito.

El premio al Influencer Musical Favorito fue para María Becerra, mientras que Ian



Verónica Lozano en la conducción de los KCA Argentina

Lucas ganó como Revelación Digital. Mica Viciconte fue elegida la Instagramer Favorita, y FORTNITE al Game Favorito.

Lyna fue elegido Gamer Favorito, y Army el Mejor Fandom. Además, EL PURRE JOSÉ quedó como Chico & Chica Trendy; Sara Cobo como Villan@ Favorit@, y Simbar como Ship Favorito.

Lionel Messi fue elegido Crack Mundial, Abel Pintos ganó el rubro Empodera2, y Natalia Oreiro se alzó con el Premio a la Trayectoria. Finalmente, la Fundación Ian ganó el Reconocimiento Pro Social.

ACONTECEM

Distribuidora de señales, contenidos y tecnología



www.acontecem.com

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

Ginx eSports TV trae los videogames a la TV paga en Latinoamérica

Lanza su feed en español y se presenta en Jornadas con MBA

Ginx eSports TV es la primera y mayor cadena de televisión 24/7 dedicada a los eSports, o deportes electrónicos. Disponible en más de 55 millones de hogares en 50 territorios y en más de diez idiomas, la señal busca extender el alcance de la actividad hacia las audiencias de los deportes más populares o tradicionales.



Los eSports se transmiten a modo de competencias de videojuegos, que cada vez ganan mayor popularidad. Generalmente, se trata de torneos multijugador, donde se enfrentan jugadores profesionales, aunque también hay eventos amateurs.

Ginx eSports TV tiene sus oficinas principales en Londres, Reino Unido, que funcionan como centro desde donde se coordina la colaboración de socios y afiliados en todo el mundo para entregar a los fanáticos de

la actividad, la mejor experiencia posible.

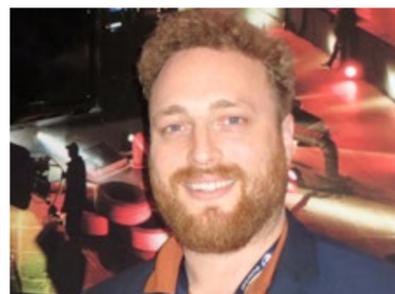
Su programación cuenta con transmisiones de lo mejor de los torneos internacionales, noticias, reviews, entrevistas, lifestyle y documentales.

El crecimiento de esta actividad se ha dado a nivel global y llegó a Latinoamérica para quedarse.

La señal se presenta este mes en Jornadas Internacionales, lanzándose por primera vez con la representación de MBA Networks.

Sam Buttler, director de ventas afiliadas adelantó: 'Ginx eSports TV está por lanzar un feed dedicado a Latinoamérica, con lenguaje español y cobertura regional, así como producción original. Es un gran movimiento y estamos encantados de haber recibido tanto entusiasmo de los operadores en la región'.

'Latinoamérica es un mercado clave para



Sam Buttler, director de ventas afiliadas

este deporte y ha madurado muy rápidamente, sobre todo en México. La región no sólo participa en el circuito internacional, sino que cuenta con una escena regional e individual muy fuerte. Ginx eSports TV es el único canal de eSports internacional que lucha por apoyar este deporte a nivel local y regional', agregó Buttler. Además de MBA, tiene otros partners en la región como Simma Media y AG Net.



MEDIA SOLUTIONS SUPPORT

SOLUCIONES A MEDIDA para operadores

SEGURIDAD DISTRIBUCIÓN OTT MULTIDISPOSITIVO STREAMING VOD LIVE

SOLUCIONES END TO END CON PRODUCTOS PROPIOS Y DE PARTNERS CON SÓLIDA PRESENCIA A NIVEL MUNDIAL

@BoldMSS /company/bold-mss/

/BoldMSS/ @boldmss

www.boldmss.com







CONTENIDOS RELEVANTES PARA TODAS LAS PLATAFORMAS

www.mbanetworks.tv



PORTAFOLIO OTT:



LVP viene a profesionalizar los eSports en Latinoamérica

El gigante del mundo online que busca un lugar en la TV

Creada en 2011 en España, la **Liga de Videojuegos Profesional (LVP)** es una de las mayores organizaciones de e-Sports del mundo que lleva a más de 30 países su propuesta de convertir los torneos de videogames en una actividad profesional, siguiendo la experiencia de su país de origen, donde el reto tomó siete años.

Años después de su lanzamiento, LVP pasó a formar parte del grupo español **Mediapro**, lo que le permitió expandirse y desembarcar en Latinoamérica, donde hoy tiene oficinas en México, Colombia y Argentina, desde donde se manejan también los territorios de Chile y Perú, que se suman a las de Madrid y Londres en Europa. Desde su llegada, ya realizó dos eventos en Argentina, en diciembre de 2017 y abril de 2018. En el país, cuenta con los derechos para Clash Royale y LoL.

En España, LVP cuenta con más de 250.000 jugadores registrados y es organización de

videojuegos más grande del país. Allí gestiona las competencias profesionales más prestigiosas, LVP Superliga, el mayor evento de eSports del país, Gamergy, dos plataformas de competencia online, ArenaGGy LigaPlaystation y regularmente, transmite muchos torneos internacionales en español, como League of Legends Championship Series, Call of Duty, World League y Rocket League Championship Series.

‘Nuestro objetivo es desarrollar los eSports como un deporte profesional; siguiendo la experiencia y los aprendizajes de Europa, nos planteamos desarrollar esta iniciativa en un plazo de tres años’, afirmó **Juan Diego García Squetino**, Country Manager de LVP para Argentina, Chile y Perú.

En ese periodo, la organización busca instalarse como una marca propia, desarrollar e instalar en mercado una plataforma de medios sistemática y lograr atraer a nuevas audiencias, como el público femenino que todavía es reducido.

Una de las estrategias es el acercamiento a los medios tradicionales. ‘La transmisión de los campeonatos en televisión todavía es difícil, y hay que combinarla con los medios digitales. Nosotros estamos generando contenidos transversales, buscando desarrollar una liga multiplataforma’, señaló el ejecutivo.



Juan Diego García Squetino, Country Manager Argentina en LVP

las perspectivas de crecimiento en Latinoamérica son enormes. Juan Diego García remarcó que el mayor consumo de la Liga Europea se da en México y Argentina.

Según eSports Bar, el continente americano es una región clave para esta actividad, representando el 25% de la audiencia global, y el 40% de los ingresos generados dentro de la industria. Norteamérica ha visto las mayores inversiones de publicadores de juegos, capitalistas de riesgo y medios tradicionales en la escena de los eSports.

Particularmente en Latinoamérica, los eSports han ganado popularidad muy rápidamente, y sus fans son conocidos por la pasión y dedicación a los juegos y los equipos. La región ha desarrollado algunos de los jugadores más talentosos del mundo, especialmente en League of Legends y Counter-Strike: Global Offensive.

El fenómeno ya está siendo advertido por algunas organizaciones deportivas tradicionales, como es el caso del club River Plate de Argentina, y el Club América de México, que ingresaron en los eSports en los últimos dos años, afiliando a jugadores y organizando torneos FIFA.

Gran proyección en Latinoamérica

Si bien todavía el fenómeno no despega del todo del mundo online,



Gamergy, el mayor evento de eSports de España



LVP organizó dos eventos en Argentina Gráfico

Audiencia de eSports en las Américas

(2016, 2017, 2020)

27% de la audiencia global



Fuente: NewZoo TV (Ene. 2018)

TODOS LOS JUEVES
PRIME TIME

DHE

EN EXCLUSIVA
PARA LATINOAMÉRICA

BÚSQUEDA IMPLACABLE

LA SERIE

TODO HÉROE TIENE UN COMIENZO

Mic presenta su equipo de vanguardia en la representación de señales

Contenidos para la región andina

Mic se encuentra cada vez más cerca de consolidarse como la empresa líder en la representación de señales internacionales en toda la región andina que incluye Ecuador, Bolivia y Perú. **Katya Sagastizabal**, CEO de Mic, se inició en la TV paga hace 16 años como representante de DW en Perú. 'Mic se creó bajo la filosofía de confianza, excelencia, transparencia y pasión por ofrecer contenidos variados y de calidad', comentó.



somos un equipo capacitado que trabaja integralmente abarcando diferentes procesos del área comercial, publicidad, marketing, facturación, cobranza y logística. Siempre con la



Katya Sagastizabal junto al equipo de Mic

'Nuestro objetivo es que los buenos contenidos de señales internacionales lleguen a toda la región Andina, porque consideramos que un pueblo sin cultura y sin educación está condenado a vivir en la pobreza. Hoy en día continúa siendo un reto, pero ahora contamos con diferentes herramientas digitales y nuevas tecnologías para dar a conocer el gran contenido de nuestras señales', opinó.

Mic representa cuatro señales del grupo RTVE de España, que son **TVE Internacional**, **Clan** (infantil), **Star TV** y **24H**. Además, **Zee Mundo**, **Pasiones**, **Cine Latino**, **DHE** y **Agrotendencia**. 'Confían en nosotros porque

transparencia, el conocimiento y la pasión que nos caracteriza', expresó Katya.

'Nuestro máximo diferencial son los 16 años de experiencia enriquecidos con el know how de representación de señales y la capacidad para entender las necesidades del rubro, por lo que nuestros esfuerzos no sólo están centrados en el área comercial, sino en fidelizar a nuestros clientes con acciones de marketing customizadas a la región andina'.

'Además, somos un equipo a la vanguardia de la tecnología permitiéndonos tener actualizado a todos nuestros clientes acerca de la programación y novedades de nuestras señales, como por ejemplo nuestra revista

digital **Mic TV**. Finalmente contamos con oficinas establecidas en Perú creando una conexión más directa entre las señales internacionales y los cables operadores, que nos ha permitido atender requerimientos e incidencias de forma eficiente', completó.

'MIC busca consolidarse como la empresa líder en la representación de señales internacionales en toda la región andina. Es por eso que este año nos innovamos realizando mejoras en la gestión empresarial, siempre con el objetivo de brindar un servicio de excelencia y así continuar siendo los mejores aliados de nuestros clientes en su crecimiento', finalizó.

DHE estrena la serie *Búsqueda Implacable*

Desde el 20 de septiembre en el primetime

DHE estrenará, el 20 de septiembre en el prime time de su canal de TV paga, la serie *Búsqueda Implacable*, basada en las películas del mismo nombre y también conocida como *Taken*, en exclusiva para Latinoamérica.



Se trata de una producción repleta de acción y suspenso, que descubre el comienzo del joven Brian Mills quien, tras salvar un tren de pasajeros de un ataque terrorista, es reclutado por la CIA, donde usará sus habilidades militares en misiones de alto

riesgo, protegiendo vidas inocentes y combatiendo criminales internacionales, todo esto mientras lucha con los demonios de su pasado.

Búsqueda Implacable

cuenta con un reparto encabezado por **Clive Standen** (*Vikings*, *Robin Hood*), **Jennifer Beals**



Búsqueda Implacable se estrena en septiembre

(*The Night Shift*, *Castle*), **Jessica Camacho** (*The Flash*, *Sleepy Hollow*) entre muchos otros.

SEMBRANDO UNA TELEVISIÓN CONSCIENTE

1ER CANAL DE TELEVISIÓN HISPANOAMERICANO DEDICADO A LA SALUD Y MEDIO AMBIENTE



- Más de 12 millones de suscriptores.
- Contenidos HD y producciones 100% originales.
- Influencers hispanos más importante de wellbeing.
- En 16 países alrededor de Latinoamérica y Estados Unidos.

CONTACTO:
Guillermo Hidalgo
ghidalgo@intinetwork.tv



Smithsonian Channel aumenta su producción en Latinoamérica

Presenta *Los Andes Salvajes* en Jornadas

Creado a partir de la asociación entre la cadena CBS y Institución Smithsonian, con 19 museos en Estados Unidos y un centro de investigación en Panamá, el Smithsonian Channel ya cuenta con distribución en Latinoamérica y se presentará en Jornadas con una nueva serie producida en la región, *The Wild Andes*.



David Royle, EVP & Chief Programming Officer en Smithsonian Networks, comentó a Prensario: 'El Smithsonian es el museo más grande y complejo en investigación, y aunque está basado en Washington DC, tiene una verdadera mirada global. De hecho, tiene una larga historia de colaboración con científicos e investigadores a través de Latinoamérica'.

La Institución Smithsonian es copropietaria del canal y su interés en la historia, ciencia, aviación, cultura popular e historia natural aporta nuestra inspiración. 'El matrimonio entre el Smithsonian y CBS nos da un ADN especial. De CBS heredamos nuestra fuerte, dramática y visual capacidad para contar historias. Cada uno de nuestros programas está revisado y verificado por los investigadores y curadores del Smithsonian', explicó.

El canal se lanzó en DirecTV en Estados Unidos en 2007, consolidándose como uno de los primeros canales HD en ese momento. 'Queríamos crear un canal factual entretenido que fuera conocido por su calidad inigualable y por hechos en los que pudiera confiar. Las audiencias han respondido a esa visión, y ahora estamos incluidos en



The Wild Andes

todos los principales servicios de satélite, cable y telecomunicaciones en Estados Unidos'.

Producción de clase mundial

Los contenidos apuntan a un público mundial y ya ha ganado cuatro premios Emmy y obtenido 23 nominaciones. 'Trabajamos con socios de producción en todo el mundo. De hecho, nuestro canal nunca habría crecido tan rápido sin la colaboración internacional. Hemos podido atraer a muchos de los mejores cineastas del mundo, y actualmente tenemos socios en Brasil, Corea, Alemania, Sudáfrica, Nueva Zelanda, Reino Unido, Estados Unidos y México'.

'También trabajamos extensamente con emisoras internacionales. Recientemente, nos asociamos con la BBC para *La Coronación*. Esta fue la primera vez que la Reina Elizabeth había hablado en televisión sobre su coronación. La gente confía en nosotros con sus historias más importantes y, a menudo, tenemos acceso exclusivo a revelaciones y eventos de última hora, y este es solo un ejemplo de ello', comentó Royle.

Latinoamérica

'Estamos orgullosos de traer el canal a Latinoamérica y ya estamos acercándonos a otros operadores queriendo conversar sobre el lanzamiento del canal. Esperamos anunciar más lanzamientos en los próximos meses', comentó el ejecutivo. El canal trabaja con Castalia como representante para la región, 'ellos entienden el mercado y las necesidades de sus audiencias', agregó el ejecutivo.

'Castalia nos reunió con DirecTV, y estamos muy entusiasmados de trabajar con ellos a medida que ampliamos nuestra huella en todo el continente, forjando nuevas relaciones con socios adicionales'.

'Estamos trabajando para aumentar el número de programas que producimos en



David Royle

Latinoamérica en colaboración con empresas de la región. Nuestra programación presenta la información más reciente sobre temas que van desde la historia y la aviación, hasta avances tecnológicos de vanguardia y descubrimientos científicos, incluyendo cuestiones culturales y actuales relevantes para los principales mercados de Latinoamérica'.

Adelante con sus metas de crecimiento, Smithsonian Channel estará en Jornadas donde lanzará la nueva serie emblemática *The Wild Andes*. 'Esta serie ha sido filmada durante cuatro años y es el retrato más visualmente impresionante de una de las grandes maravillas naturales del mundo'.

'Queremos que nuestra programación se inspire en la experiencia latinoamericana y explore las historias y maravillas de los diferentes países de América Latina. Esperamos que todos estos planes se vean influenciados por los comentarios de nuestros clientes y las demandas del mercado'.

Smithsonian Channel se lanzó como un canal HD en DirecTV Latin America, pero también provee contenido 4K/UHD para su exhibición en DirecTV lineal o el servicio VOD 4K/UHD. 'Sabemos que la audiencia siempre busca tener la mejor experiencia cuando se mira el contenido y mientras no todos los operadores tienen actualmente la habilidad de transmitir un servicio 4K completamente desarrollado, estamos trabajando con ellos para poder entregar 4K, como hacemos con DirecTV Latin America'.



CONTENTA

TV Rights & VOD Contents



Ariel Droyeski

Mov. +54 9 11 6942 1745
Ofi. +54 11 2152 1039

ariel@acontecem.com

Claudio Baglietto

Mov. +54 9 11 6222 5035
Ofi. +54 11 2152 1032

cbaglietto@acontecem.com

contenta.tv

English Club TV promueve la enseñanza del inglés en Latinoamérica

Representada por Castalia

‘El idioma inglés es esencial para el crecimiento de la economía de los países latinoamericanos, especialmente en el sector comercial, donde muchos interactúan con Estados Unidos en términos de operaciones de exportación e importación. En países como México, mientras el 80% de los trabajos en el país requieren el uso del idioma, sólo el 20% de los empleados poseen esa habilidad’, afirmó **Andrew Semchenko**, CEO de **English Club TV Group**.

Es por eso que The English Club TV busca expandir su distribución de cuatro canales educativos de televisión en este país, para educar, apoyar, inspirar y como resultado, impulsar el aprendizaje del idioma en los ciudadanos.

‘Hemos cooperado con **Castalia** por un año y consideramos el acuerdo muy fructífero y lleno de potencial. Gracias a nuestra cooperación, ya hemos lanzado el canal en las plataformas **WhereverTV Latino** y **StarTV** de México, y continuaremos discutiendo más acuerdos con otros jugadores clave del mercado’, completó Semchenko.

‘Queremos llegar con nuestra propuesta a cada espectador, ya sea con los canales lineales como en PC o dispositivos móviles. Estamos abiertos a cooperar con todo tipo de proveedores y a dar todos los derechos posibles para OTT, DTH, IPTV y todas las formas de distribución existentes. Es crucial distribuir productos útiles que puedan mejorar la vida de los espectadores y sumar valor para nuestros socios’.

Y completó: ‘English Club TV no es tanto un negocio como una responsabilidad social

y oportunidad ilimitada para el crecimiento, tanto profesional como personal. Queremos llegar lo más cerca posible a los usuarios para ver lo que necesitan y ayudarlos a mejorar su aprendizaje. Estaremos en Convergencia con la representación de nuestro agente exclusivo en la región, **Castalia Communications**, liderado por **Miguel Torres-Bohl**’.

Justamente con **Castalia**, English Club TV estuvo en **ConvergenciaShow**. ‘México es actualmente el mayor mercado de TV paga en Latinoamérica, con más de 19 millones de suscriptores. Se espera que fortalezca su posición, asumiendo el 30% de participación en la región para 2022. En este contexto, nuestros productos y servicios educativos ocupan una ventajosa posición en el mercado, ya que se enfocan en mejorar las habilidades de los espectadores en el uso del inglés’, agregó el ejecutivo.

Lanzamientos

English Club TV participó este año en el mercado de contenidos MIPTV, donde presentó su nuevo proyecto original para niños, **Okey-Dokey**, al aire desde ese mes en el canal, así como su bloque de entretenimiento actualizado y nuevos episodios de sus programas educativos dirigidos a los aprendices del idioma inglés.

Además, la señal lanzó para sus espectadores más pequeños, el laboratorio secreto de **Magic Science**, donde podrán aprender el idioma a través de experimentos de ciencia increíbles con reacciones químicas; el programa se emite desde mayo.

Los estudiantes de todos los niveles pueden disfrutar de episodios nuevos de programas de edutainment de English Club TV: **Rhyme Time** para aprender tres palabras nuevas en sólo 3 minutos y sentir el ritmo especial del idioma inglés; **3 Ways 2**, para expresarse en tres diferentes formas; **Gadget X**, para encontrar el nuevo dispositivo perfecto y construir su propio vocabulario tecnológico; y **Figures of**



Andrew Semchenko, CEO



Okey-Dokey

Speech para aprender los modismos en inglés para lograr un discurso más vívido y variado.

Para hacer el aprendizaje aún más inspirador, la señal actualizó su bloque de programas de entretenimiento para toda la familia. El bloque **Entertainment Time** está compuesto de shows divertidos y una fresca selección de películas con subtítulos para ayudar a los espectadores a entender mejor el idioma.

Más aún, el equipo English Club TV está por lanzar el ciclo completo de su programa diario **This Day**, un programa que ha sido emitido dentro del bloque de entretenimiento durante casi un año. **This Day** revive los mayores eventos deportivos, de entretenimiento, política y ciencia ocurridos años atrás. El beneficio para los espectadores es doble: primero, aprenden vocabulario útil, y además, pueden aprender qué pasaba ese mismo día en años anteriores. A fin de mes, el grupo presentará una colección de los hechos más destacados de la historia de cada día.

‘La televisión es algo más grande que el mero entretenimiento. Debería proveer oportunidades, perspectivas e incluso inspirar a los espectadores a cumplir sus sueños. Creo que English Club TV es sólo un tipo de canal que trae a los espectadores más cerca de su sueño de hablar inglés fluido’, concluyó **Semchenko**.



ESPN produjo el primer evento deportivo 4K en Argentina

Junto a Mediapro

En asociación con Mediapro, ESPN realizó la primera producción deportiva argentina en 4K con la transmisión de los tres partidos que la selección argentina de rugby disputó como local en The Rugby Championship, que tuvieron lugar en Mendoza, Buenos Aires y Salta.



Estas producciones se realizaron con la nueva OB54 de Mediapro, una de las más avanzadas de Latinoamérica. Esta nueva unidad móvil HD/4K ha sido diseñada y ensamblada por Mediapro Argentina para uso exclusivo de ESPN.

Diego Ojeda, Director de Tecnología y Operaciones de ESPN, comentó: 'La unidad cuenta con capacidad para múltiples producciones simultáneas, para diferenciar las distribuciones locales e internacionales, tanto para las versiones 4K como para las

HD. Toda la cadena de captura, procesamiento y transporte es 4K, incluyendo cámaras, servidores de grabación, replays, gráfica y encoding, para proporcionar una experiencia completa en la máxima calidad'.

Este hito sigue al primero de ESPN, que fue en abril último cuando emitió en esta calidad en vivo la semifinal de la UEFA Champions League entre Liverpool y Roma y luego la propuesta 4K también formó parte de la cobertura de la final continental Real Madrid vs. Liverpool.



TyC Sports celebra 24 años con la mejor programación deportiva

El 3 de septiembre, TyC Sports cumplió 24 años ofreciendo la mejor programación deportiva y consagrándose en los últimos tres meses como señal deportiva de mayor rating, tras ubicarse entre los tres canales de TV paga de mayor audiencia de Argentina con promedios de 1.48 de lunes a domingo de 12 a 24, 1.33 de lunes a domingo de 7 a 24 horas y 1.02 de lunes a domingo 24hs. Además, como sucede desde hace 24 años, TyC Sports lidera ininterrumpidamente el ranking anual acumulado del segmento deportivo.



Para celebrar su nuevo aniversario, TyC Sports lleva a los hogares los eventos más importantes del mes, como los amistosos de la Selección Argentina de Fútbol ante Guatemala y Colombia, los 16avos de final

de la Copa Argentina, las Eliminatorias del Mundial de Básquet China 2019 que disputará la Selección Nacional ante México y Puerto Rico, el partido por el ascenso al Grupo Mundial de Copa Davis entre Argentina y Colombia y la pelea eliminatoria por título mundial welter entre el catamarqueño Cesar Barrionuevo y el cubano Yordenis Ugas, entre otros.

Además, Rumbo a Buenos Aires empieza a palpitar la transmisión que TyC Sports realizará de los Juegos Olímpicos de la Juventud, el megaevento que se realiza en nuestro país y que reúne a las próximas figuras del olimpismo.

Junto a esos eventos, TyC Sports ofrece una variada programación en vivo y de producción propia y las transmisiones regulares del



Torneo Nacional B de Fútbol, la Primera B Metropolitana, las mejores veladas de Boxeo de Primera, la Liga Argentina de Vóley, el Súper 20 de la Liga Nacional de Básquet y toda la adrenalina del Súper TC 2000, TC 2000 y Top Race, con 18 horas en vivo por día de manera ininterrumpida para ser una de las señales que más horas de producción en vivo realiza de la TV argentina en su conjunto.



Un Deporte, una pasión!



Distribución en América Latina - Willie J. Hernández - W.hernandez@golftv.tv - Tel. 305 588 9567

¡Hola! TV: Septiembre, el mes de la moda

Importantes acuerdos de distribución

¡Hola! TV, la señal lifestyle de **Atresmedia Internacional**, presentó su programación para el mes de septiembre, que estará dedicada de lleno a la moda. Así, destaca el estreno de *Las Reinas del Shopping* donde, de lunes a viernes, con un tiempo y presupuesto limitados, la reconocida **Cristina Cordula** pone a competir looks de mujeres de edades y estilos diferentes.

Los miércoles llega a la pantalla *Yo puedo hacer de ti una Supermodelo*, un espacio en el que un reconocido manager de talentos, junto a un equipo de expertos, recorre diferentes ciudades en busca de posibles nuevas supermodelos. También sobre modelos tratará *Íconos ¡Hola! TV* con Heidi Klum, Claudia Schiffer, Naomi Campbell y Tyra Banks.

Los Lunes de Moda contará con estrenos que estarán dedicados a grandes diseñadores, como **Jean Paul Gaultier**, quien viaja a Sudamérica con motivo del lanzamiento de

su perfume. También incluirá un homenaje a **Karl Lagerfeld** en honor a su cumpleaños y, por último, el especial *La Historia Glamorosa de Dim*.

Además, una nueva edición de *Especiales ¡Hola! TV* estará dedicada a **Ángel Sánchez**, un venezolano cuyas creaciones han encandilado a las estrellas de Hollywood. Una producción original que ofrece una entrevista íntima al diseñador quien, desde su atelier, cuenta su trayectoria y los detalles de su última colección.

El Clóset de... dedicará su espacio al estilo de celebridades y personajes de las realidades, que destacan como íconos de la moda como las hermanas y modelos más cotizadas del panorama actual. Además, los espacios de producción original, *La Hora ¡Hola!* y *¡Hola! Fashion*, contarán con reportajes especiales y entrevistas exclusivas desde las pasarelas de los Fashion Weeks de NY, Milán y Londres.



Toda la moda estará en ¡Hola! TV

Ingreso a DirecTV

Atresmedia Internacional anunció que sus señales **Antena 3 Internacional**, **Atreseries** y **¡Hola! TV**, se lanzaron en los paquetes Todo Más y DirecTV Now Español en Estados Unidos.

Mar Martínez-Raposo, directora de Atresmedia Internacional, comentó: 'Estamos muy satisfechos de que DirecTV haya seleccionado nuestros tres canales para que formen parte de esta nueva propuesta para el público hispano. DirecTV fue el primer operador en EE.UU. en sumar nuestras tres señales a su oferta satelital y, ahora, las ha querido replicar para su nuevo OTT'.

CincoMas estrenó *El Padre de Caín* y nueva temporada de *Las Campos*

CincoMas, la señal internacional de **Media-set España**, estrenó en septiembre la nueva miniserie *El Padre de Caín*, inspirada en hechos reales y basada en la novela homónima de Rafael Vera, secretario de Estado de Seguridad en España entre 1984 y 1994.

Nominada a los Premios Iris 2017 como Mejor Ficción, la ficción cuenta con **Quim Gutiérrez**, **Aura Garrido**, **Oona Chaplin** y **Patxi Freytez** como protagonistas.

El padre de Caín se centra en la historia de Eloy, teniente de la Guardia Civil cuya obsesión es la lucha antiterrorista. Demócrata y aventurero, escogerá como primer destino voluntario el cuartel de Intxaurrondo, en un agitado San Sebastián en el que los ametrallamientos, tiros

en la nuca, coches bomba y ataques con mortero son una constante. Por este motivo, deja a su joven esposa en un Madrid pregolpista para enfrentarse a la persecución abertzale y a la violencia etarra.

La miniserie fue producida con **Boomerang TV** con guión de **Alejandro Hernández** (*Los Nuestros*) y **Michel Gaztambide** (*No habrá paz para los malvados*), y con la dirección de **Salvador Calvo** (*Lo que escondían sus ojos*).

El regreso de *Las Campos*

La nueva temporada de *Las Campos*, el personality show de tres entregas que sigue el día a día de la veterana periodista **María Teresa Campos**, sus hijas Terelu y Carmen,



El Padre de Caín

y ahora también Bigote Arrocet.

Tras haber pasado Navidad en Nueva York y disfrutado de Miami, en esta nueva entrega, *Las Campos* vuelven a tomar el avión para visitar Argentina y Chile, y regresan a España decididas a pasar por el quirófano para hacerse unos retoques y verse mejor que nunca.

LO MEJOR DEL DEPORTE ESTÁ EN TyC SPORTS



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

TyC Sports

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



BBC World News estrena la nueva temporada de 100 Women

BBC World News anunció el estreno de una nueva temporada de *100 Women*, una serie multiformato presentada por primera vez en 2013, que examina el rol de la mujer en este siglo y ha incluido eventos en todo el mundo.

100 Women es una sesión anual que destaca los desafíos, oportunidades y experiencias de las mujeres en todo el mundo. En 2018, la temporada comprenderá una riqueza de

contenido inspirador y a veces desafiante, entre los que incluye distintos segmentos.

Se anunciará la lista de 100 mujeres más destacadas del año, con sus respectivas biografías. Además, se presentarán entrevistas a 100 mujeres de alto perfil en el mundo del entretenimiento, literatura, políticas y deportes. También se presentará un trabajo inspirador elaborado por mujeres en la esfera de la discapacidad.



Otro contenido en este marco será la presentación de las mujeres que representan "la fiebre femenina" 50 años después de la quema de corpiños. Se verán películas donde las mujeres han alcanzado un punto de ebullición y lograron cambiar la historia.

Finalmente, *100 Women* indaga en el trabajo de cinco mujeres talentosas de la historia, cuyos logros han languidecido en las sombras de sus famosos maridos, hermanos y amantes.

Canal Sony presenta *Lucha por la Justicia*

Canal Sony estrenó este mes la nueva serie de *Lucha por la Justicia*, dirigida por **Shonda Rhimes** y ambientada en el Tribunal de Distrito de Estados Unidos para el Distrito Sur de Nueva York.

La serie sigue a seis talentosos jóvenes abogados que trabajan en lados opuestos de la ley, manejando casos del perfil más alto de riesgo federal en el país. Estos profesionales serán puestos a prueba tanto a nivel personal como profesional a medida que sus vidas se crucen dentro y fuera del tribunal



más prestigioso de Los Estados Unidos. *Lucha por la Justicia* está protagonizada por **Britt Robertson** como Sandra Bell, **Jasmin Savoy Brown** como Allison Adams, **Ben Rappaport** como Seth Oliver y **Susannah Flood** como Kate Littlejohn.

En el elenco también está **Wesam Keesh** quien interpreta a Jay Simmons, **Regé-Jean Page** quien personifica a Leonard Knox y **Ben Shenkman**, le da vida a Roger Gunn. **Hope Davis** se presenta como Jill Carlan, **Vondie Curtis-Hall** como juez Nicholas Byrne y



Lucha por la Justicia

Anna Deavere Smith como Tina Krissman. La serie de **ABC Studios** es creada por **Paul William Davies**, de **Shondaland**, que produce junto a **Shonda Rhimes** y **Betsy Beers**. **Tom Verica** se desempeña como productor ejecutivo y director de producción de la serie.

Mórbido TV lleva el cine de terror a toda Latinoamérica

Mórbido TV, la nueva señal de TV paga dedicada al cine de terror desarrollada por **AG Studios** y el **Grupo Mórbido**, estuvo este año presentando sus novedades en **ConvergenciaShow**, y ahora estará en **Jornadas** junto a su representante **SGDG**, de **Sabrina Capurro**, donde presentará su trabajo para lo que queda del año.

'Estamos creciendo en México y Latinoamérica, con acuerdos cerrados con **Total Play** a nivel local, y otros operadores en República y Dominicana. En dos meses estaremos llegando a Ecuador y estimamos un crecimiento



importante en el Cono Sur para fin de año', expresó **Eduardo Caso**, CEO de **AG Studios**.

Mórbido TV es el canal de entretenimiento dedicado a cubrir todo lo relacionado con el mundo del terror, fantasía, ciencia ficción y lo oculto. El canal permite a los espectadores vivir una experiencia diferente, para ver cara a cara a los directores, curadores y maestros en efectos especiales del cine de terror.

Mórbido TV muestra contenido original y da acceso a imágenes exclusivas de los mejores festivales de género en el mundo, desarrollando



Eduardo Caso y el equipo de Mórbido en Convergencia

programas especiales con los más destacados directores. Además, expone una gran curaduría formada por películas nuevas y clásicas, documentales, series de todo el mundo, con énfasis a las producciones latinoamericanas.



Un talk-show original, cuya premisa básica es "conectar" con el público latino a través de la pantalla de su televisor, utilizando el poder de los medios digitales.



#elchateodebate

@el_chateo
El Chateo



www.veplusgo.com

Frida Media Group viene a cubrir lo que los operadores necesitan

Frida Media llega al mercado de la TV paga, IPTV y OTT como una alternativa de representación de señales en Sudamérica que faltaba en el mercado. En dos meses, generó más de 50 acuerdos en diferentes países.

Lo hace con gente muy querida, reconocida en el medio como **Diego Torregrosa** y **Marcelo Bresca**. Con grandes socios estratégicos del lado de las señales, Frida busca atender a los operadores de manera personalizada y dedicada, buscando una solución a los problemas de falta de espacio, costos altos y avance del OTT.



Socios estratégicos

Entre los socios estratégicos están **Artear** para trabajar sus señales en Perú y Ecuador que ya empezó a funcionar con buenos acuerdos. Aparece todo el grupo francés **ThemaTV** que destaca con buenas perspectivas al **Kanal D**, y también **Mezzo Live** y **Trace Sports Stars** para Ecuador, Perú, Bolivia y Chile. El resto de los países Cono Sur los tiene **SGDG** de **Sabrina Capurro**,

con quien se trabaja en forma coordinada para el lanzamiento y crecimiento de la señal en la región.

También representa **DHE** para Bolivia, Ecuador y Chile, además de apoyar las operaciones en todo el Cono Sur.

Jornadas Internacionales

Bresca y Torregrosa presentarán Frida al mercado en estas Jornadas Internacionales, donde comunicarán nuevos acuerdos, como el de **Blue Ant** para la distribución de **Love Nature** y **ZooMoo** en Sudamérica. Además, acaban obtener la comercialización del canal deportivo **PX Sports** para Bolivia, Perú y Ecuador.

‘Con estos últimos acuerdos que hemos alcanzado, estamos convencidos de que tendremos uno de los paquetes de señales y de contenidos no lineales más atractivos de la industria, con telenovelas, cine y series, documentales, infantiles, deportivos, musicales y del mejor contenido de la televisión argentina’, afirmó Marcelo Bresca.



Diego Torregrosa y Marcelo Bresca

50 acuerdos en dos meses

En este panorama, vale destacar especialmente que en dos meses de operación realizaron más de 50 acuerdos en el mercado. Los más destacados, **DHE** entró en **Mundo Pacífico**, **TV Cables de Chile** y el próximo lanzamiento de **Telefónica** en Argentina. **Kanal D** parte en **Mundo Pacífico** el 1 de septiembre, al igual que en **Comteco** y **Cotel** de Bolivia. En Perú, **La Unión de Compras del Perú** ya incluyó **Kanal D** y **Artear** con sus señales. En Ecuador ya se hacen gestiones con la cámara independiente **ASOCOPE** y pronto se va a hacer un viaje a ese mercado.

MBA consolida su portafolio para el Cono Sur

MBA Networks participará en Jornadas con un stand en donde presentará su portafolio consolidado de productos y servicios para el Cono Sur. El grupo representa 15 señales independientes para este territorio entre las que están Antena 3, Atraserias, ¡Hola! TV, A3Cine, Multipremier, MCHD, Nu Music, La Mejor TV, Caracol TV Internacional, Claro Sports, Wobi, Ginx, TV5 Monde, Tarima y Latin Angels.

Todos estos productos ya cuentan con un catálogo VOD amplio y robusto que complementa la distribución lineal dando un inmenso valor agregado a los operadores y socios de distribución que incluyan las señales lineales en su oferta de programación, sin costo adicional.



MBA Networks también ha venido trabajando en la digitalización de su oferta y de su modelo de negocio, con el fin de aprovechar y ampliar las nuevas oportunidades de distribución que ofrece el mundo digital para llegar a nuevas audiencias; para esto está desarrollando una plataforma B2B end-to-end que ofrecerá todos los productos actuales y nuevos, con el objetivo de agregar verdadero valor a los distribuidores de contenido y a sus usuarios finales.

Carlos Boshell, VP y Director de Desarrollo de Negocios, comentó: ‘Sabemos que la industria cambió radicalmente y la forma en que el usuario consume medios también. Por eso estamos poniendo todo nuestro foco



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

en seguir agregando los mejores contenidos independientes para nuestros aliados en distribución de la manera en que lo requieran y con toda la flexibilidad posible para que las ofertas que estos entreguen a sus usuarios y consumidores finales sean cada vez más atractivas y competitivas’.



Bethel Televisión Señal HD Ahora en **Intelsat 21**

Bethel Televisión, siempre a la vanguardia de la tecnología continúa desarrollando cambios de mejora en su distribución de señal, es por ello que en enero de 2019 tiene proyectado migrar su señal estándar SD al formato digital HD y al sistema DVB-S2 / MPEG4 en su satélite principal.

Si retransmites nuestra señal por Intelsat 21, contáctate con nosotros:

☎ (511)-6131725
✉ distribucion@bethel.tv



Nos une

BlueAnt: Love Nature 4K se lanzó en Argentina

La extensión a Latinoamérica de la división Global Networks de **Blue Ant Media**, creada tras Natpe 2018 con foco en la distribución de **Love Nature**, **ZooMoo** y **Arcade Cloud** en Latinoamérica y US Hispanic, tuvo su primer logro con el cierre del acuerdo para el lanzamiento de las señales **Love Nature** y **ZooMoo** en Argentina muy próximamente.

A esto se suma el cierre para otra plataforma OTT en streaming y con otro operador importante en Argentina, acuerdos que pueden marcar tendencia en la región. Con **Julio Sobral** como General Manager, Kids & Global Networks – LatAm & US-Hispanic, el equipo apuesta tanto a las plataformas lineales como de streaming, reportando a **Ward Platt**, CEO, Kids & Global Networks en Blue Ant Media.

Loreto Gaete verá los territorios de Chile, Colombia, Perú y México, mientras que **Sebastian Galia** supervisará las ventas en Argentina, y **Fernando Gualda**, será responsable de ventas a afiliadas y distribución en la región, además de **Starrett Berry** con todo lo que es Caribe y US Hispanic. Hoy se suma al equipo **Frida Media Group** con **Marcelo Bresca** y **Diego Torregrosa**.

Hace pocos de meses, y con gran expectativa en el mercado, el canal **Love Nature 4K** está en el satélite, y ya se cerraron acuerdos con Telecentro y Movistar en Argentina. Se trata

de un canal producido 100% en 4K, doblado al español, donde el nivel y la calidad del producto resultan inigualables. Aún cuando **Love Nature** es el primer canal nativo en 4K en

Latinoamérica, BlueAnte Media brinda la posibilidad de bajarlo en calidad HD e incluso SD, si es necesario. En cualquiera de sus formatos la calidad de la imagen y sus contenidos resulta sorprendente.

Love Nature cuenta con la mejor librería del grupo sobre naturaleza y animales. Contenido que es producido en 4K bajo el agua, desde el cielo y mirando en 4K a los animales en cada detalle, destalles que sorprenden maravillosamente a cualquiera.

Lanzado al mercado junto a uno de los grandes operadores en Brasil, **Love Nature 4K** también tiene su versión doblada al portugués.

ZooMoo, el canal infantil e interactivo de BlueAnt Media, tiene un balance muy positivo en la región. Ya está en dos grandes plataformas y otras más pequeñas. Estaba en **DirectTV** y entró en **Net** de Brasil, sumando 11 millones de hogares, llegando a 44 millones de personas en Brasil (considerando a **Sky Brasil**).

Dijo Julio Sobral: 'Net está contento porque el canal es un producto de alto valor agregado sin publicidad, que apunta a la diversión teniendo como foco los animales, la conservación del ecosistema y todo lo que nos rodea. Con series y contenidos de



Julio Sobral, Fernando Gualda y Loreto Gaete, el gran equipo de la división para Latinoamérica

primer nivel que además permiten tener interactividad con la App del canal.'

ZooMoo está sumando nuevos operadores en Argentina, México y Colombia y destaca su App interactiva de juegos gratuita que permite que los niños vean el canal en el televisor y jueguen al mismo tiempo. La App está sincronizada por sonido lo que permite que los niños vean el canal y jueguen al mismo tiempo.

Para los más pequeños ver **ZooMoo** es una experiencia diferente, única. La App de juegos interactivo de **ZooMoo** ha sido todo un éxito y por ello es que se está lanzando **ZooMoo Play** para entregar a los niños contenido en español y portugués de manera divertida.

Vale recordar que BlueAnt Media en Canadá cuenta con 300 personas para hacer diez canales, donde ocho son completamente propios y que su distribución es local y a nivel mundial. Además, produce dos canales para terceros como **Smithsonian Earth**.



SGDG: Clan llega a Movistar Argentina

Sabrina Capurro, que estará en Jornadas junto a su empresa de representación de señales **SGDG**, anunció un acuerdo con **Movistar** para el lanzamiento de la señal infantil **Clan**, del grupo español **RTVE**, para su distribución en la nueva plataforma de TV paga en Argentina. **Clan** es la una propuesta novedosa que transmite lo mejor de la programación y los valores del canal que lleva el mismo nombre en el país europeo, para niños de hasta 12 años.



Además, en octubre se lanza **Kanal D**, la nueva señal de drama turco presentada a principios de año por **Kanal D** y **Thema**, que ahora será representada en Argentina por Capurro.

Y sigue con su portafolio, integrado por **TV Chile** y **Mórbido**, incorporadas el año pasado, así como toda la propuesta de **AZ TV** de paga, **Motors TV**, **Fashion One**, **Band**, todas las señales de **TVE**, **Inti Networks**, **Trace**, las señales de **RCN** de



Sabrina Capurro

Colombia. También trabaja con **RAI Italia**, que trae como novedad la transmisión de la Liga Italiana para Latinoamérica.



DESCUBRE LO MEJOR DEL ENTRETENIMIENTO

CINECLICK
¡LAS MEJORES SERIES!
www.cineclickchannel.com
@cineclick f cineclickchannel

X TIME
¡TU CINE EN CASA!
www.xtimechannel.com
@xtimechannel f xtimechannel

Claxson lanzó HotGo.tv en México

HotGo Media lanzó en México HotGo.tv, nueva versión de la plataforma de contenidos para adultos que estará disponible en cualquier dispositivo con conexión a internet. Como parte del lanzamiento, Celia Lora, "Miss Playboy TV México", realizó una producción exclusiva disponible desde el 22 de Agosto.



Celia Lora, Miss Playboy TV México



‘Estoy muy feliz de que me haya elegido para ser la cara de su relanzamiento y haberme convertido en Miss Playboy TV México es un sueño cumplido. La grabación de la producción fue de calidad internacional para que solo los que tienen acceso a HOTGO puedan verme como nunca me han visto’, dijo Lora.

En México ya se puede contratar de forma directa. Cualquier persona mayor de edad, cuenta con la posibilidad de acceder al servicio y disfrutar de los mejores contenidos para adultos por un costo mensual o semestral, contratando directamente en la plataforma, www.hotgo.tv, con tarjeta de crédito, débito o tarjetas prepagas, desde cualquier dispositivo. También se puede contratar en DISH OTT o SKY adultos, y disfrutarse sin costo adicional si son suscriptores del paquete para adultos en Dish, Megacable y Axtel.

Esteban Borrás, VP de HotGo Media, comentó: ‘Queremos que los usuarios tengan la mejor experiencia de entretenimiento, que disfruten



Esteban Borrás, VP de HotGo Media

en un solo lugar la mejor calidad de películas, series y eventos exclusivos para disfrutar solos o en pareja, en cualquier dispositivo y que lo puedan contratar de la manera que les resulte más conveniente, segura y económica’.

HotGo cuenta con contenidos premium de las cinco marcas más reconocidas del mercado: Playboy TV, Venus, Sextreme, Penthouse y Private. Tiene más de 1000 títulos disponibles, conformándose como una de las ofertas más completas del mercado, en HD, buena navegación, con diversidad de contenidos, y la seguridad y privacidad necesarios a través del pin parental.

VEAS TSI
AD Insertion Partner

Monetice sus redes con inserción de **publicidad**.

VEAS es la solución más avanzada para insertar publicidad digital o DPI en SD y HD con compatibilidad para redes HFC, IPTV y OTT, utilizando estándares de la SCTE y una plataforma de arquitectura abierta que incluye CUEI digital, CUE TONE análogo, redundancia, sistema de licencias flexible y soporte en español del fabricante. Retorno de inversión garantizado en pocos meses.

¡Conviértanos en su partner de inserción de publicidad!



Distribuidor Autorizado



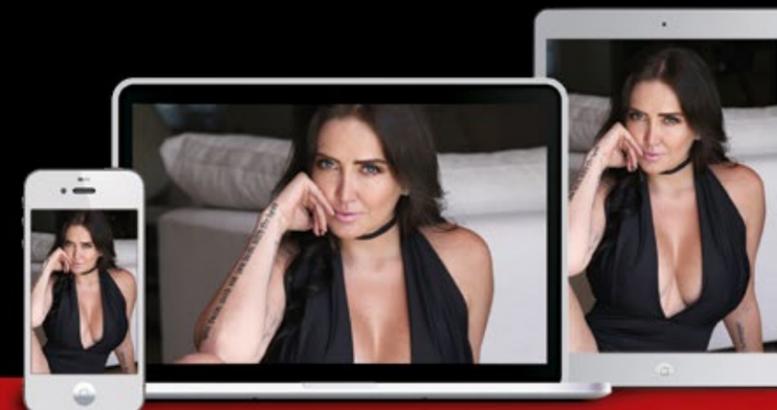
Para más información sobre VEAS TSI, contáctenos al 954.427.5711 o visite www.amt.com - www.veas.tv

HOTGO

hotgo.tv

PLAYBOY TV Producciones Originales en Español VENUS SEXTREME PENTHOUSE BRAZZERS PRIVATE

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



AZ TV de Paga renueva la imagen de AZ Mundo

Nueva app comercial y contenidos originales

Azteca ha tenido un gran año en la región, con crecimiento de sus señales y en ventas publicitarias. A todo eso suma novedades, como la anunciada este mes en Andina Link Costa Rica, donde presentó la imagen renovada de **AZ Mundo**, junto con la nueva app del grupo **AZ Content**, un catálogo interactivo de señales y contenidos.

El estreno de *La Academia*, por AZ Mundo, fue un éxito a nivel regional, con gran posicionamiento en México y Guatemala y trending topic mundial en Twitter. Además, acaba de lanzar *Las Malcriadas*, la serie de 80 episodios que se emite en el prime time de AZ Mundo con episodios de 60 minutos. El melodrama fue creado por **Ximena Escalante** y **Carmen**



La imagen renovada de AZ Mundo

Madrid, con desarrollo de **César Sierra**.

Las Malcriadas es una producción original de **TV Azteca** que cuenta la historia de Laura, una joven periodista que descubre que su verdadera madre fue una empleada doméstica y decide averiguar más sobre ella haciéndose pasar por una sirvienta contratada por la Agencia de Empleo Dulce Hogar.

Jorge Gutiérrez, director de ventas internacionales en **AZ TV de Paga**, estuvo junto a un gran equipo en

Convergencia Show, que se convirtió en la antesala de Andina Link Centroamérica, tras la cancelación de Tepal para ese mercado. 'Los canales se venden en paquetes a la carta o solo los internacionales, según veamos las



Todo el equipo de ventas de AZ TV de Paga, en ConvergenciaShow.mx

necesidades del cliente. Tuvimos un gran año con lanzamientos en plataformas OTT y on demand, como el caso de **Guigo TV** de Brasil', afirmó.

La novedad en la expo de México fue la llegada de anunciantes para cerrar pautas en los canales. 'Vimos clientes de venta de publicidad, anunciantes que llegaron para ver el trabajo de AZ en la feria y se interesaron en pautar en los canales', remarcó Gutiérrez.

Chacra TV se convirtió en señal gratuita de inclusión obligatoria

El medio de referencia para el rubro agroindustrial

Por disposición del **Enacom** de Argentina, **Chacra TV** fue calificada como señal gratuita de inclusión obligatoria. Se trata del primer canal de noticias del campo, que surgió partir de la revista **Chacra** de 1930, dirigida a productores y técnicos.

En la década del 90, creó ExpoChacra, la exposición a campo abierto más grande del mundo, punto de encuentro de toda la comunidad agroindustrial. Luego creó los portales digitales AgriTotal.com y RevistaChacra.com.ar. En 2016 sumó a su oferta de contenidos ChacraTV.com, canal digital on demand y en 2017 uno de sus proyectos más ambiciosos Chacra TV, la



primera señal de noticias del campo. Hasta la fecha no existía en la Argentina una señal de noticias agropecuaria que transmita 24 horas ininterrumpidas de lunes a domingo con 12 horas de noticias en vivo.

Rubén Bartolome, gerente general de Chacra TV, comentó: 'Fue un proceso largo y un gran esfuerzo para lograrlo. Además sabemos que estamos frente a una nueva generación de productores, con mayor nivel de estudios y conocimientos técnicos y con una mirada más global y abarcadora'.

A más de un año de su lanzamiento, Chacra TV se ha posicionado como el canal



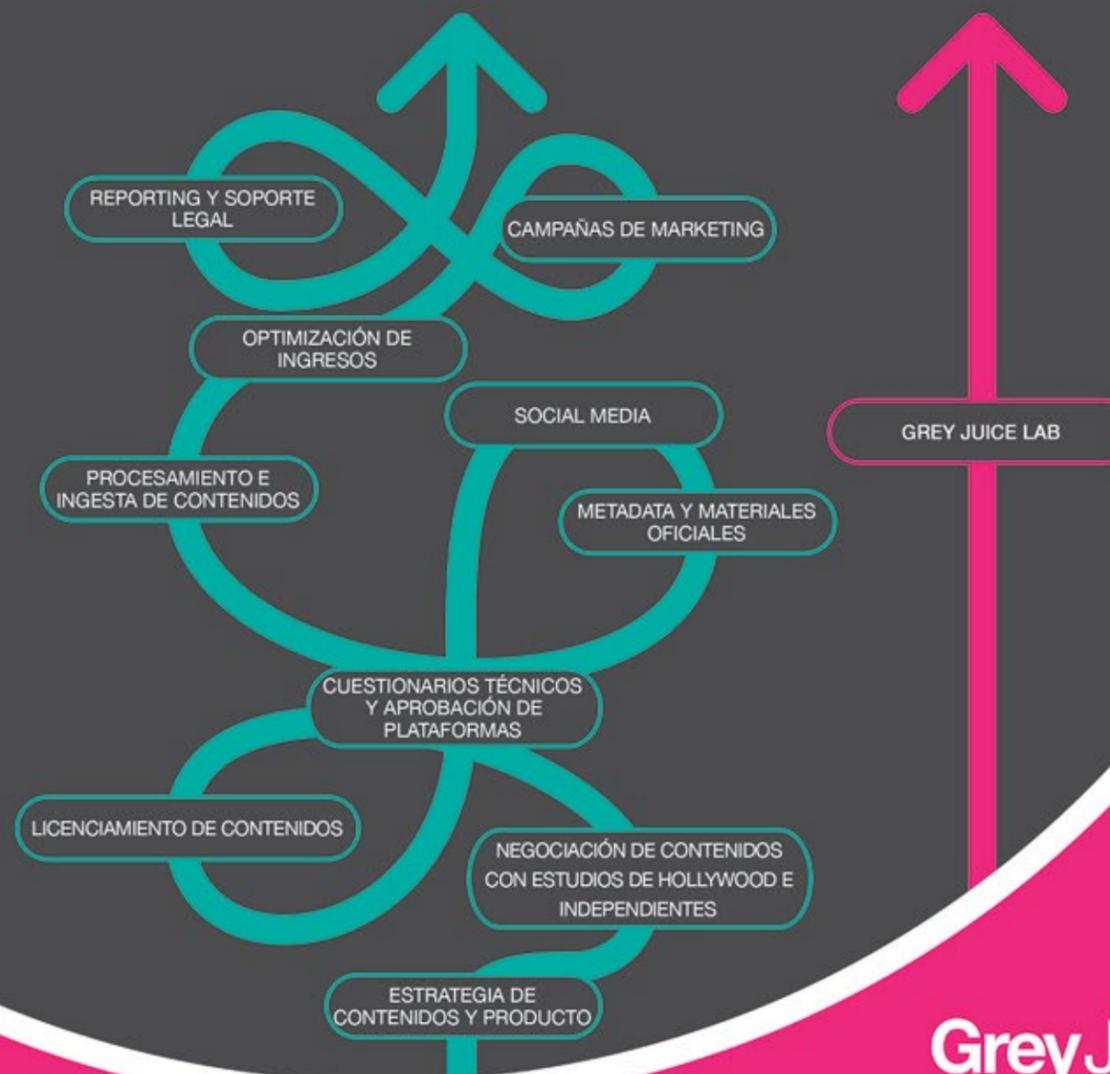
Rubén Bartolome, gerente general de Chacra TV

de noticias para el mundo del agro que transmite todas las novedades, tendencias y el análisis que todo el campo busca. La distribución de Chacra TV para la TV paga está a cargo de **Acontecem**, de **Ariel Droyeski**, que estará en Jornadas Internacionales.

¿Por qué hacer del VOD algo complicado?

Grey Juice Lab se ocupa de todo. Con un gran conocimiento de la región y más de 10 años de experiencia global, Grey Juice Lab es el proveedor número uno de servicios y contenido VOD en América Latina.

Grey Juice Lab. La elección es simple.



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

Para más información por favor contactar:

Tel: +54 11 5219 1271 | Email: info@greyjuicelab.com | www.greyjuicelab.com
Grey Juice Lab LATAM, Alicia Moreau de Justo 1050, Puerto Madero, Buenos Aires

LONDON | PARIS | BARCELONA | LOS ANGELES | BUENOS AIRES | DUBAI | KUALA LUMPUR

IVC se lanzó en Cable Onda de Panamá

La señal internacional de contenido venezolano, IVC, anunció un acuerdo de distribución con Cable Onda para su emisión en el sistema de cable panameño a través de los canales 452 y 1452.

IVC es una señal completamente en español que cuenta con el respaldo del Grupo Olé Communications, pionero en la industria de TV paga en Latinoamérica y distribuido por HBO Latin America Group.

IVC Networks es un canal internacional 100% HD, con excelente calidad de transmisión, que ofrece una programación original y variada; cuenta con distribución en Estados Unidos, Colombia y Venezuela.

Dirigido al público joven adulto latinoamericano, IVC busca acercarlos a lo que más les gusta de la televisión: novelas, deportes, música, actualidad y variedad, entretenimiento, cine, entre otros. Adicionalmente contamos con estudios y equipos propios por lo que disponemos de una gran variedad de producciones originales exclusivas', comentó Tony Salanova, EVP y gerente general de IVC.



El 28 de agosto, talentos y ejecutivos del canal se reunieron para recibir a medios e invitados especiales en un encuentro donde compartieron una amena velada y dieron a conocer su programación y anuncios especiales de novedades para 2019.

La propuesta de contenido del canal se destacó por su variedad y atractivo, transmitiendo en vivo y HD toda la emoción del deporte, con las ligas venezolana y mexicana de béisbol profesional, la Liga de Básquet Profesional y Voleibol de Playa, entre otros.

IVC se diferencia por sus producciones originales, ya que realiza más de 2200 horas al año de programas de variedades y entretenimiento, con talentos e invitados especiales que son amenos, cercanos y divertidos.

Para los amantes de los dramáticos y



Ejecutivos y talentos de IVC, junto a Cable Onda

de las historias originales, IVC ofrece en el horario primetime estrenos de novelas. Se trata de producciones emocionantes y novedosas que han marcado la pauta en la región y que vienen de la mano de RCTV.

Por su parte, María Arias, directora adjunta de programación de Cable Onda, afirmó: 'Haber conformado esta alianza nos llena de mucho entusiasmo; nos da la oportunidad de ofrecer a nuestros clientes un contenido internacional, que incluye deportes, telenovelas y variedades, para toda familia, lleno de un completo menú de entretenimiento diferente'.

TV5 Monde: Entretenimiento y cultura francesa para el público latino

De cara a Jornadas Internacionales, TV5 Monde presentó su programación para septiembre, que como siempre se destaca por una gran variedad de géneros y contenidos para todas las edades y gustos, con estrenos de cine, series, documentales, magazines y programas deportivos.

En septiembre, llega la cuarta temporada de Cut, la serie dirigida por Stéphane Meunier, François Bigrat, David Hourrègue y Vincent Trisolini. También, presenta Fuegos, que relata el reencuentro de una pareja después de 30 años, con la dirección de Claude Desrosiers.

En entretenimiento, grandes celebridades enfrentan las difíciles pruebas de Fort Boyard, con la presentación de Olivier Minne. Finalmente, con la dirección de Philippe Sommet y la presentación de Sébastien Folin, llega Acoustic, que recibe cada semana a un artista de la escena musical francófona.

Los magazines son un formato exitoso de TV5 Monde, con programas de gastronomía, turismo y mucho más. Así, se destaca la serie de comida Prueba para Ver, con Odile Mattei para descubrir la gastronomía y el



patrimonio en las regiones Rhône-Alpes y Auvergne.

Un Ladrillo en la Barriga, con la dirección de Cédric Wautier y Virginie Jacob. Además de las casas, departamentos y lofts de todos los estilos y precios que Cédric Wautier visita, el magazine del hábitat brinda asesoramiento legal, práctico, técnico, energético y estético, sin olvidar la sección de los imperdibles trucos de bricolage.

Finalmente, se destaca Los Caminos Nathalie, con Nathalie Schraen-Guirma, que invita al televidente a un paseo por las rutas del Centre-Val de Loire y del Pays de la Loire, al encuentro de estas mujeres y de estos hombres apasionados que protegen, hacen vivir y modernizan su territorio.



Un Ladrillo en la Barriga

We Have the Missing Piece to Your Network Monitoring Puzzle



Promptlink Cable Plant Monitoring system now includes Proactive Network Maintenance (PNM)

- Embrace a complete network solution – not only PNM
- Find problems on a map with pinpoint accuracy
- Reduce truck rolls and field returns
- Fix issues BEFORE they impact your customers!

Promptlink Communications
4005 Avenida de la Plata, Oceanside, CA 92056, USA
+1 760 688 4022 ext. 729
www.promptlink.com

AMC presenta la nueva serie, *Stan Against Evil*

El martes 30 de octubre a las 23, llega a AMC *Stan Against Evil*, la nueva comedia de terror creada por Dana Gould, y protagonizada por John C. McGinley, Janet Varney y Deborah Baker Jr.

Stan Miller, un alguacil arisco y a la vieja usanza, se asocia, de mala gana con Evie Barret, su joven reemplazo para combatir fuerzas sobrenaturales en un pequeño pueblo. Mientras lucha con Evie contra los demonios, Stan hace un pacto secreto para traer a su esposa de regreso de la muerte.

Además, la señal de AMC Networks anunció la llegada de otra nueva serie, *Eli Roth's History Of Horror*, que podrá verse también desde el 30 de octubre, a las 22.

El show reúne a los maestros del horror, símbolos y estrellas que definieron el género, como Stephen King, Quentin Tarantino

o Jordan Peele para explorar sus temas más grandes y revelar las inspiraciones y luchas detrás de su pasado y su presente.

Cada episodio de una hora llevará a los espectadores a una tenebrosa exploración de cómo se ha desarrollado el género del horror a través de las diferentes eras y su impacto en la sociedad, así como la razón por la cual los fanáticos leales siguen adictos al miedo.

Finalmente, el grupo confirmó la tercera temporada de *Professor T* en Film&Arts, desde el 12 de septiembre a las 22. Después de matar al torcido inspector jefe Serge Lauwers (final de la temporada 2), Jasper Teerlinck es enviado a prisión. Para el fóbico profesor, al principio las circunstancias son espantosas. Poco a poco, sin embargo, el profesor abraza su nueva vida y recuperará un viejo hábito cuando un compañero preso afirma ser inocente de



Stan Against Evil llega en octubre a AMC



Professor T vuelve en su temporada 3 a Film&Arts

asesinato y T. demostrará que tiene razón. A partir de ese momento, la reputación del profesor está asegurada y los reclusos hacen cola afuera de su celda para una consulta. La serie es protagonizada por **Koen De Bouw**.

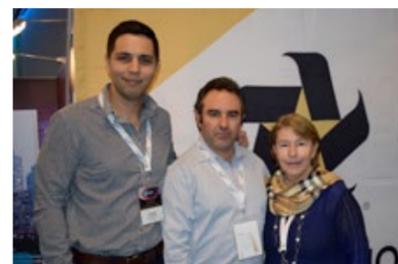
Multimedios inauguró estudios en Costa Rica

Con la apertura de sus nuevos estudios en Costa Rica, **Multimedios** busca incrementar su producción en la región y ampliar su distribución. 'Tras una gran inversión en Costa Rica, ya contamos con estudios para producir para toda Latinoamérica y estamos buscando ampliar la distribución en la región andina. Estuvimos en la APTC de Perú y ya estamos cerrando algunos contratos con cableoperadores', afirmó **Alberto Domínguez**, director de Multimedios.

Además, la empresa estuvo en la última

edición de **Asotic** Colombia, donde presentó su portafolio y enfatizó su búsqueda de nuevas alianzas estratégicas para incrementar la distribución de sus productos en la región andina. 'Tenemos contenido original y los derechos para cualquier territorio y plataforma', expresó Domínguez.

Además, destacó que las producciones son en HD. 'Traemos muy buenos productos y comparados con los costos del resto de la oferta que hay en el mercado, estamos muy accesibles. Apoyamos todo el tema técnico, damos los



Alberto Domínguez Solís, Patricia Charry Gutiérrez y Juan Carlos Ocampo de Multimedios

equipos en comodato, si no tienen antena apuntando al satélite, les conseguimos que se las instalen sin costo', resumió.

Thema: Canal+ International y CNews se lanzaron en DirecTV USA

Thema anunció un acuerdo con **DirecTV** para el lanzamiento de las señales de contenido francés **Canal+ International** y **CNews** a través de su plataforma DTH en Estados Unidos.



Ambos canales se dirigen a los ciudadanos franceses residentes en EE.UU. y siguen a la distribución anunciada a fines de 2017 en Videotron de Canadá. A partir de este acuerdo, Canal+

International se emite por DirecTV las 24 horas en lengua francesa con una programación que recopila lo mejor del canal original, emitido en Francia. Por su parte, CNews es la señal de noticias 24 horas que desde febrero de 2017 asumió el lugar de ITélé.

DISCAMP®

UNA SOLUCIÓN PARA CADA NECESIDAD

ACCESORIOS PARA FIBRA

CONSULTÁ POR MÁS PRODUCTOS DE NUESTRA NUEVA DIVISIÓN

TUBOS MONO/BI/TRI/CUATRI
• Protección de cables de fibra óptica y otros

BICOR TUBO CORRUGADO BICAPA
• Instalaciones eléctricas subterráneas

SISTEMA DE MICRODUCTOS PARA TELECOMUNICACIONES
• Para usar solos o agrupados

NUEVA DIVISIÓN DESARROLLOS

DISCAMP

DISEÑA DESARROLLA Y FABRICA

Contamos con un equipo especializado en desarrollos, diseños e investigación de distintos productos de todas nuestras divisiones, además innovamos con nuevas propuestas.

ACCESORIOS PARA CABLES

SEGURIDAD INDUSTRIAL

HERRAMIENTAS PROFESIONALES

Sondas Pasacables - Cintas pasacables - Tubos Termocontraíbles - Tascas a medida - Precintos de acero, de Nylon, universales - Flejes - Hebillas - Sunchadora.

Bidones Justrite - Candados Master Lock - Mallas de seguridad - Calzados - Indumentaria - Marroquinería a medida con tu logo - derrame y limpieza - Escaleras.

Herramientas IEC 60900 - Antichispas Herramientas PRO Aisladas 1000 - Carretillas Carros porta-herramientas.

Comunicate con nosotros
4687-5261 / 4687-7574
de Lunes a Viernes de 8.30 a 18hs.

Visita nuestro sitio web
www.discamp.com
encontrá todo lo que necesitas

Enviá tu consulta por WhatsApp
+54 11 6538-1759
nos estaremos comunicando

© 2018 | Discamp Argentina S.R.L. | Lisandro de la Torre 1294 (Esquina Ulrico Schmidl) | C1440ECN C.A.B.A. | Argentina | info@discamp.com

Toolbox: El nuevo modelo de distribución de contenidos en la nube

A pocos meses del lanzamiento de la última solución para el mercado OTT, **Toolbox**, la compañía líder en el desarrollo de tecnología para este segmento, comparte sus conocimientos y novedades para continuar con la evolución de los medios digitales.

Luciano Cavalieri, Co-founder & board director de Toolbox, dijo: 'OTT Solution reúne las mejores cualidades de nuestra suite de productos' - refiriéndose a Unity, Cloud Pass, Mirror y Live Channels- 'Se trata de la nueva tecnología de avanzada para la oferta de contenido OTT, basada en el último modelo de distribución de contenido multimedia directo al usuario a través de Internet'.

El ejecutivo está a cargo del workshop "Nuevos modelos de distribución de contenidos en la nube", que tendrá lugar el miércoles 26 de septiembre a las 4pm en el marco del evento de Jornadas Internacionales. En conferencia explicará cómo fue la evolución hacia este nuevo modelo y cómo hoy el Cloud Delivery Model ha surgido como la solución a las fuertes demandas del mercado.

'Todos los días se implementa una nueva aplicación en la nube, y hoy por hoy los servicios web son los principales protagonistas



en utilizarlos. Destacar los beneficios en la entrega y sencillez de contenidos es fundamental no solo para nuestros clientes, sino para la experiencia de los consumidores', adelantó Cavalieri.

Toolbox tiene una fuerte participación en los últimos eventos del año. Esta vez es sponsor de los eventos Jornadas Internacionales y Caper Show, dos ediciones en las que cuenta con workshops comerciales y técnicos, además de un stand en las exposiciones donde el público podrá conocer sus productos de la mano de **Matías Lassalle**, Regional Sales Manager, y su equipo de ventas compuesto por **Ignacio Guido**, Regional Sales Executive focalizado en el mercado de Latinoamérica, y **Pablo Mancuso**, quien atiende a los Estados Unidos, el Caribe y Asia.

El objetivo principal de estas acciones es mostrar a los operadores de Latinoamérica sus soluciones tecnológicas para plataformas OTT.

Por otra parte, a nivel comercial Toolbox atraviesa un gran 2018 gracias a la fuerte



Luciano Cavalieri, co-founder & board director

apuesta de su dirección en fortalecer la presencia en Latinoamérica, Brasil y los mercados internacionales. 'Mantuvimos el foco en tener un contacto más fluido con nuestros clientes para atender y entender sus necesidades, visitándolos y participando en los eventos regionales más importantes', explicó Lassalle.

La compañía participó recientemente de SET Expo 2018 Brasil, Andina Link Costa Rica y, además de los eventos de Buenos Aires en los que será sponsor, cerrará el año con participación en Asia Video Summit de Hong Kong manteniendo la fuerte dedicación a Asia donde la compañía busca expandir sus negocios.

Según Lassalle, tanto Brasil como Asia son 'mercados estratégicos', y allí están consolidando operaciones y buscan crecer con nuevos clientes para ampliar la "Comunidad Toolbox".

Caper celebra 30 años de su fundación

Caper, la Cámara Argentina que nuclea a los fabricantes e integradores de Equipamiento para la Industria Audiovisual Profesional celebra en septiembre los 30 años de existencia, mientras prepara una nueva edición de su tradicional Expo a realizarse del 24 al 26 de octubre.

Caper nació el 20 de septiembre de 1988 como la Cámara Argentina de Proveedores y Fabricantes de Equipos de Radiodifusión. Sin embargo, a lo largo de estos 30 años y convergencia tecnológica mediante, este nombre quedó muy chico.

La historia de Caper comenzó a mediados de los años 80 con un grupo de cinco empresarios que se dieron cuenta de que compartían

problemas y desafíos. Entendieron que debían trabajar juntos para obtener mejores resultados en pos del desarrollo de la industria.

Uno de los grandes objetivos de la creación de Caper fue organizar una exposición de carácter internacional que fuera punto de encuentro para toda la industria y que presentara en el país el equipamiento de vanguardia que, hasta ese momento, sólo podía verse en las grandes exposiciones del exterior. Caper '92 fue la primera edición de este Show, que este año celebra 27 ediciones anuales consecutivas y que se transformó en la cara más visible del trabajo de la Cámara.

Este año, la expo contará con 60 empresas



Autoridades de Caper en la inauguración de la expo 2017

expositoras. La novedad es la incorporación de dos talleres de capacitación arancelados: "El desafío de la integración y medición en la TDT", el 23 de octubre; y "FTTH: Tecnologías y diseño", el 25 de octubre.

Pontis Technologies

Líder en integración de sistemas y soluciones de Telecomunicaciones y Televisión en Latinoamérica

Soluciones de Televisión IP

Media Services

PONTIS Smart Wireless

Proximity Marketing

Home Network

Infraestructura de Redes

TEC

Nuestros Partners



digital media services

Andina Link Costa Rica 2018: Sumar servicios es la clave para subsistir

El cambio que desde hace años se empezó a ver en la industria de la TV paga se refleja hoy en la mutación que han experimentado las ferias y convenciones en Latinoamérica, sobre todo en Andina Link, que cerró su edición 2018 en Costa Rica con la certeza de que los operadores deben invertir y sumar nuevos servicios monetizables para poder subsistir.

Los operadores están mutando a telcos, para que no se conviertan en meros carriers de datos, deberán encontrar su negocio para seguir satisfaciendo las demandas de una audiencia cada vez más informada y evolucionada, que requiere diferentes servicios, sobre todo a medida que pasan las generaciones.

Andina Link es hoy una feria dedicada en gran parte a la tecnología si bien muchas señales estuvieron presentes, ya no como expositoras, para reunirse con sus clientes, cerrando acuerdos y renovando contratos en el marco de la expo. La rueda de contenidos entre las cadenas de TV colombianas y los operadores y canales de TV de la región, con apoyo de la ANTV, podría ser una muestra del futuro de esta industria, aunque habrá que ver cómo muta finalmente.

La expo convención organizada por TDC de Luz Marina Arango mantiene su importante tarea de nuclear a los cableoperadores pequeños y medianos de zonas alejadas. Andina Link recibió a operadores de toda Centroamérica incluyendo Costa Rica, Honduras, Nicaragua, Guatemala, República Dominicana y un gran contingente de El Salvador, que participaron de las capacitaciones técnicas y recorrieron la muestra



Inauguración: Ricardo Acosta, de Wisp México; Saray Amador, de Canartel; Claudio Cevallos, embajador de Ecuador en Costa Rica; Hannia Vega, de Sutel; Luz Marina Arango y Gabriel Levy, de Andina Link

comercial que este año tuvo 32 stands y espacios auspiciados.

Inauguración

La inauguración reunió a **Ricardo Acosta**, de la asociación de ISP de México, WISP, el embajador de Ecuador en Costa Rica, **Claudio Cevallos**, con **Saray Amador**, presidente de **Canartel**, y **Hannia Vega**, presidente del consejo de la **Sutel**, además de **Luz Marina Arango**, la organizadora, y el director académico de Andina Link, **Gabriel Levy**.

Hannia Vega, de la Sutel de Costa Rica, reconoció el trabajo de Andina Link como aliado estratégico para el debate de la TV digital. 'En menos de un año, esperamos que Costa Rica tenga el encendido digital'.

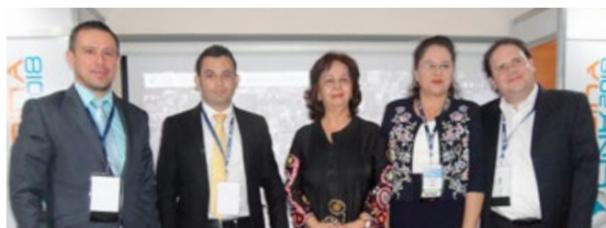
'Costa Rica lleva diez años de apertura de las telecomunicaciones, ya es una industria madura y el usuario ha sido el principal ganador. El regulador debe potenciar el ascenso de la industria, que se ha convertido en el nuevo motor de la economía', dijo Vega.

Además, compartió las cifras de un mercado que generó más de 800.000 millones de colones de ingresos y empleó a más de 12.000 personas en 2017. La TV paga superó los 800.000 suscriptores y 148.000 millones de colones. El 67% del mercado pertenece al cable, mientras que el 29% es TV satelital y el 3%, IPTV.

Foro FICA

El primer panel del foro, que tuvo como tema central la Internet de las Cosas, contó con delegados de los operadores más importantes de Costa Rica. Participaron **Claro**, **Tigo**, **Cabletica**, **ICE** y **ESPH**, junto a **Gilbert Camacho** de la Sutel. Entre los desafíos que mencionaron los integrantes del panel, remarcaron la protección de datos y el respeto a los derechos de usuarios.

Jose Luis Navarro Vargas, de la Dirección Relaciones Regulatorias del operador estatal ICE, señaló: 'Con la legislación del 2008 tuvimos que aprender a convivir en un entorno



Roy Salazar, Yhon Franco Betancour, Director de Comunicaciones del Canal Telecafé de Colombia; Saray Amador; Iary Gómez, Gerente General de Extra; y Gabriel Levy



El panel sobre modelos regulatorios para la masificación de la Internet de las Cosas, con Claro, Tigo, ICE, Cabletica, ESPH y la Sutel



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.



Andina Link Costa Rica 2018: Sumar servicios es la clave para subsistir

de competencia. La apertura llegó tarde a Costa Rica, la ley es nueva y abre posibilidades al IoT, aunque la regulación suele ser superada por la realidad, y no está blindada. Se requiere de una reconversión mental'.

Por su parte, **José Gutiérrez**, gerente de nuevos negocios y relaciones regulatorias de Cabletica, afirmó: 'Tenemos que dejar de hablar de neutralidad de la red para empezar a hablar de neutralidad digital. Hay que pensar una regulación que permita a los operadores seguir monetizando. Ciertas normativas generan brechas con los operadores que tienen sus plataformas fuera del país'. Además, remarcó que el IoT tiene temas que faltan definir, como la estandarización, privacidad y escalabilidad de los servicios.

Costa Rica se caracterizó por ser uno de los tres primeros países del mundo en ser electrificados y, antes de la apertura, contaba con una red de cobre que permitía llegar con el servicio de 98% de la población. 'Hoy no podemos llegar a los mismos niveles de penetración de las telecomunicaciones', remarcó **Norman Chaves**, de Tigo.

Y agregó: 'Los operadores privados tenemos la mejor intención para cubrir con servicios el territorio, pero si no contamos con la autopista para llegar no podemos demostrar que las inversiones sean factibles. Tenemos que revisar los temas de interconexión'.

Políticas públicas

En otro panel, se discutieron políticas públicas para promover el acceso y desarrollo de la Internet de las Cosas. **Edwin Estrada**, viceministro del Micitt, dijo que la infraestructura es uno de los grandes retos de Costa Rica. Remarcó que en el país el 98% de



Todo el contingente de cableoperadores de El Salvador, junto a Rigoberto Diaz Araujo, del regulador local, Siget

los hogares tienen televisión, en promedio dos por hogar y que el 29% sólo accede mediante la TV abierta gratuita en zonas rurales. 'Es tarea del poder ejecutivo crear el entorno habilitador para que las personas tengan acceso a la tecnología de TV digital y a Internet', remarcó.

Por su parte, **Manuel Ruiz**, de la Sutel, dijo que el rol de la entidad es regular y ser autoridad de competencia y administrar el fondo de telecomunicaciones, Fonatel. Además, vela por la eficiente administración del espectro y elabora informes técnicos y valoraciones de los canales transmitiendo a prueba en digital para el desarrollo de la TDT. El Fonatel se emplea en planes de telecomunicaciones e Internet para las zonas sin cobertura y en el programa Hogares Conectados para llegar con tecnología y conectividad a los hogares más vulnerables.

Maryleana Méndez, ex miembro de Sutel y actual consultora, elaboró un panorama actual de Costa Rica y remarcó que tanto la TV paga como el acceso a Internet de banda ancha han crecido, mientras que el acceso a OTT y VOD permanece como



Antonio Alexandre García, de Teleplus Digital; Carlos Garino Díaz, de Innova; Gilbert Camacho, de Sutel; Luz Marina Arango; Edwin Estrada, del Micitt; Maryleana Méndez y Manuel Ruiz, de Sutel

un segmento Premium de baja penetración. Sin embargo, remarcó que en el país hay más de 190 plataformas disponibles, 230.00 películas y 49.000 series en bibliotecas VOD. Además, la televisión paga en vivo por streaming es una opción disponible.

Dijo también que el consumo promedio de Internet frente al de televisión es levemente inferior, pero que esa cifra se revertirá para 2020, y que la brecha se agranda a nivel generacional con el público de 18 a 34 años consumiendo apenas dos horas de televisión, frente a las siete horas de los adultos mayores. La TV paga frenó su crecimiento, mientras que la TV abierta como único acceso a contenidos audiovisuales decreció un 5%.

'Todo el ecosistema audiovisual requiere de políticas públicas para estimularse. Hoy hay oportunidad en tecnologías novedosas que ya están muy cerca. Es necesario balancear las reglas, que son disímiles para los operadores de TV paga tradicionales frente a los OTT, que no tienen reglas o pagan impuestos tímidos en algunos países. El consumidor está ávido de acceder a contenidos de alta calidad y es necesario también proteger a las audiencias, a los menores', finalizó Méndez.



Mainor Barquero Gamboa, de Coopealfaroruz; Guadalupe Haug Mata, de Coopesantos; María Eugenia Ugueto, de Agrotendencia; Oiver Franck Murillo, de Coopelesca; Gerardo Gutiérrez, de Coopeguana-caste; y Johnny Quesada, de Coopesantos

Visit Technetix at Expo 2018:
Booth 2443

technetix



DBX PLATAFORMA DE ACCESO MODULAR

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

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

SCTE-158E CABLE-TEC
EXPO

ATLANTA, GA
OCTOBER 22-25

LISTEN | INNOVATE | DELIVER

info-usa@technetix.com • 1.866.956.5608 • technetix.com

Obix presentó nuevo desarrollo para OTT

Creado junto a CryptoGuard

Obix estuvo en Andina Link donde destacó la solución desarrollada junto a **CryptoGuard** para asistir a los cableoperadores en su incursión al OTT. **Gonzalo Blanco**, afirmó que la empresa está avanzando en la implementación de esta solución con proyectos en Costa Rica, República Dominicana y México, además de los del Cono Sur, destacando el crecimiento en Brasil, Argentina, Colombia y Perú.

Obix y CryptoGuard desarrollaron en conjunto una solución completa, que permite al operador que ya cuenta con el contenido, lanzar en poco tiempo una plataforma OTT de fácil implementación y bajo costo de mantenimiento.

‘Ofrecemos un sistema completamente integrado desde el



transcoding hasta la publicación, incluyendo seguridad y gestión. Está disponible tanto para operadores como para los dueños del contenido’, agregó.

‘Todos necesitan OTT, más allá del grado de desarro-

llo. Con nosotros, el cliente obtiene la confiabilidad de una empresa europea como CryptoGuard, con el soporte local regional de Obix y disponibilidad a toda hora. Y lo más importante, contamos con un equipo experimentado’, remarcó el ejecutivo.



Tobias Nystrom y María Nelly Vásquez, de CryptoGuard; con Gonzalo Blanco, Agustina Roqué y Javier González, de Obix

Además, Obix trabaja su sistema tradicional completo para digitalización. Además de CryptoGuard, trabaja con **Crenova** y **Teleste**, apuntando a operadores medianos y grandes. Los objetivos de crecimiento están en Brasil, principalmente en OTT, y Perú, ‘mercado de gran estabilidad’, según definió Blanco.

Network Broadcast acompaña al cableoperador en su despliegue de OTT

Network Broadcast lleva más de 35 años trabajando en Latinoamérica y da servicios a más de 240 operadores, aportando soluciones end-to-end y una visión global del negocio.

En el marco de Andina Link, **Alejandro Cubino**, presidente de Network Broadcast, habló del cambio del consumo de video en el hogar, con la aparición de nuevos paradigmas y un nivel que cambia según la edad del usuario, donde los adultos eligen todavía la oferta de su proveedor de TV paga, pero los adolescentes le dan la espalda para utilizar aplicaciones.

‘El operador debe adaptar su producto al cambio de los hábitos de consumo, o se perderán grandes grupos de consumidores. Hay que entender al usuario y ofrecerle el contenido específico que quiere ver’, explicó. En este sentido, mencionó temas como la publicidad dirigida, que debe apro-



vecharse para llegar al consumidor con lo que necesita, basado en los datos de visualización.

La solución de la marca se presenta en dos niveles de negocio, permitiendo montar contenidos OTT de otros proveedores en una plataforma propia, donde con el motor de búsqueda se puede navegar entre todos los contenidos, o bien acceder a cada aplicación por separado.

‘Cada operador busca una solución que se adapte a todos los dispositivos posibles, el sueño de todos es no tener que utilizar un set-top-box. El contenido OTT es uno más de todos los que cada operador adquiere y hay que nuclear todos los contenidos que puedan interesarle al cliente, incluyendo juegos’.

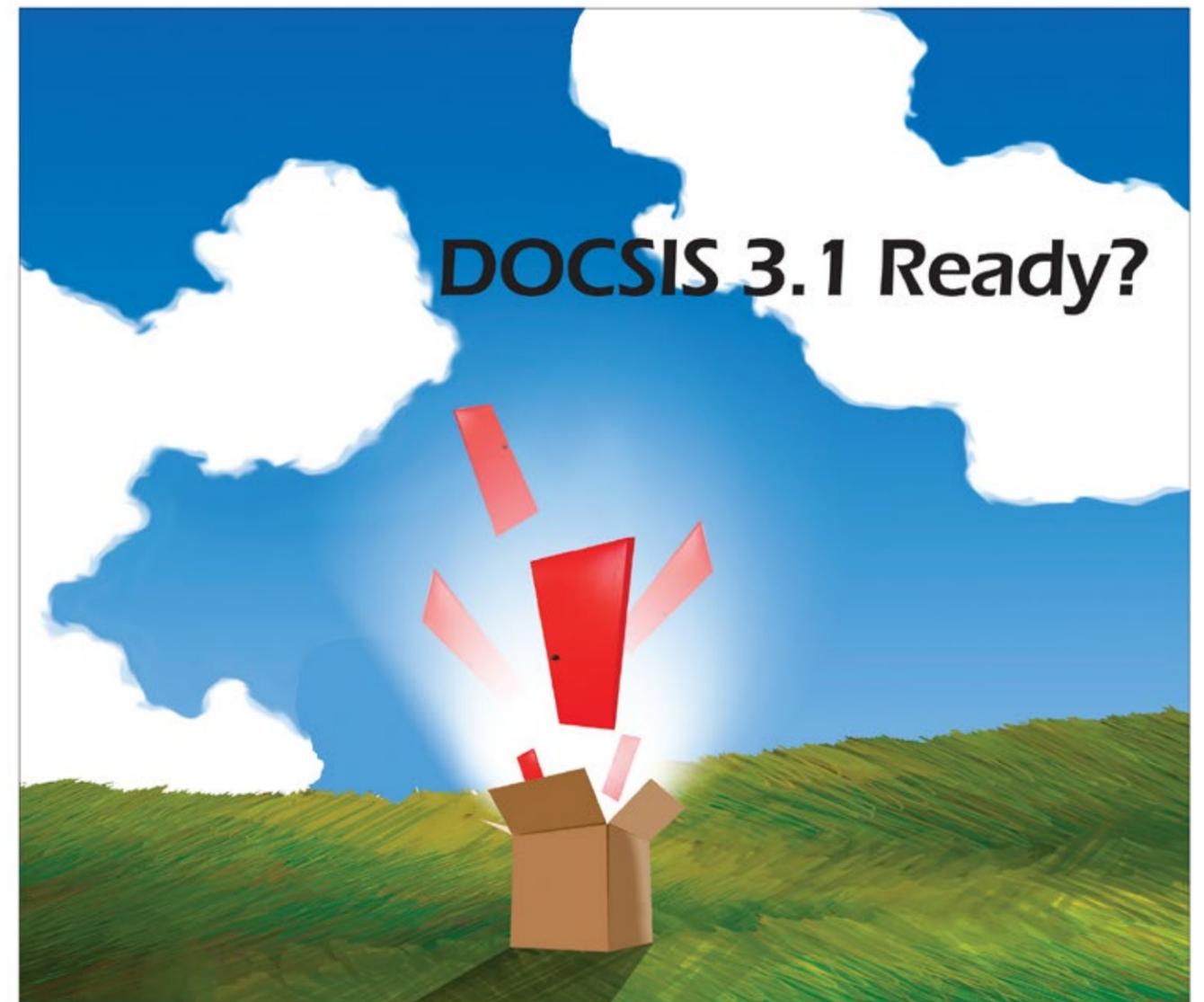
Respecto a la infraestructura, Cubino comentó que el ideal es que todos los clientes desplieguen fibra óptica, pero que en la realidad es necesario un trabajo de ingeniería para sumar, migrar e implementar cada



Gonzalo González y Alejandro Cubino, de Network Broadcast, y Pedro del ICE

plataforma sin causar un impacto negativo. Esto requiere el análisis por operador y por ciudad para adaptar la solución de manera adecuada. Además, se suman los requerimientos de seguridad de cada programador y que la plataforma debe soportar.

Concluyó: ‘Somos optimistas hacia el futuro del negocio para aquellos operadores bien posicionados que muestran perspectivas adecuadas. No así con los que se han estancado y no quieren invertir; es difícil que logren tener continuidad en estos casos’.



Antronix Milenium and retrofit multi-taps provide industry leading network performance upgrades to take your system into tomorrow. Our faceplate swappable housings and our patented E-Option network conditioning plug-ins make increasing bandwidth a breeze.

Adaptable. Innovative. Let us show you.



ANTRONIX

440 Forsgate Drive, Cranbury, NJ 08512 • 609-860-0160 • www.antronix.com

Por David Atman, presidente, Lindsay Broadband

Lindsay: Un UPS que cambia el juego

Nuevo LBP-UPS-F

Lindsay Broadband presenta el LBP-UPS-F, una nueva fuente de alimentación ininterrumpida diseñada para redes de fibra óptica RFOG. Esta nueva generación de UPS, la más pequeña disponible hoy en la industria, tiene un diseño que le permite extender la vida útil, mejorar la performance, ganar mayor confiabilidad, todo con instalación y servicio más fáciles y a menor costo que cualquier otro UPS en el mercado.

Los profesionales de la televisión por cable revelaron altos niveles de frustración con los numerosos problemas inherentes a los UPSs estándar. Las unidades UPS eran voluminosas y difíciles para trabajar durante la instalación y las llamadas de servicio; la vida útil y el tiempo de ejecución de la batería eran demasiado cortos, el diseño pobre resultaba en problemas de conectividad y las baterías se agotaban demasiado rápido. Como resultado, los cableoperadores veían el costo de vida útil de las unidades UPS subiéndose fuera de control.

El LBP-UPS-F está diseñado con componentes larga vida, de instalación y servicio más fácil, que entrega energía confiable y cuesta menos que las soluciones convencionales. El LBP-UPS-F está diseñado alrededor de la batería de ion de litio y está diseñada para ofrecer un respaldo de ocho horas de batería con 400ma de carga.

Vida más larga

Complementando y extendiendo las baterías de litio que de por sí tienen larga vida, el LBP-UPS-F ofrece un nuevo enfoque a la carga de batería con su innovadora tecnología de posicionamiento termal, que emplea un termistor controlado por microprocesador para decidir cuándo cargar las baterías.

Normalmente, las unidades se montan dentro de los armarios eléctricos, garajes o áticos de los suscriptores, donde las temperaturas pueden fluctuar hasta en 100°C. Otros cargadores de UPS que suelen utilizarse simplemente continúan cargando la batería como si estuviera a 25°C continuamente, aplicando una carga de voltaje constante sin importar las condiciones ambientales. Este tipo de carga de línea plana reduce la vida útil de la batería, que últimamente les está generando a los cableoperadores más costos en servicio y repuestos. La sobrecarga de estas baterías causa calor, fallas de la batería y en casos extremos puede causar la fusión del UPS.

Instalación más flexible

Alejándonos de las voluminosas soluciones de baterías de ácido acidado permite al LBP-UPS-F de Lindsay asumir un factor de forma pequeño de 78 X 156 X 44 mm y solo 0,45kg completo con entrada y salida de acuerdo a



David Atman, presidente de Lindsay



El Nuevo LBP-UPS-F de Lindsay

las normas de SCTE para conectores f; este innovador UPS puede instalarse virtualmente en cualquier lado.

Resultado: Su negocio, su dinero

El LBP-UPS-F está diseñado para ayudar al operador a mejorar sus operaciones de negocio y reducir sus costos. Entonces deberían plantearse los siguientes interrogantes: ¿Cuántas baterías reemplazó su empresa en el último año? ¿A qué costo? ¿Le gustaría recuperar al menos la mitad de su dinero?

Si el operador gasta demasiado en reemplazos de batería y técnicos a domicilio, y si le gustaría ahorrar tanto como el 50% de los gastos operativos relacionados con el UPS, Lindsay Broadband podría tener la solución.

CommScope: Soluciones para la convergencia

CommScope es una empresa comprometida en el apoyo de sus clientes en la era de transformación que atraviesa, brindando soluciones innovadoras y experiencia en el camino de la fibra óptica.

Eduardo Jedruch, Sales Manager para Latinoamérica, dijo: 'Latinoamérica está experimentando una demanda increíble de conectividad de fibra vinculada a las implementaciones de Fiber-To-The-X (FTTx), que muestra tasas de crecimiento impresionantes

para los hogares pasados. Con un aumento del 21% en FTTH año tras año, la región es uno de los ecosistemas de fibra más activos del mundo'.

'Con ese fin, la convergencia es una de las principales prioridades para los operadores. Los usuarios desafían a los operadores a ofrecer no solo más capacidad de ancho de banda sino también más fiabilidad, simetría y latencia. La fibra es el facilitador para cumplir con estos nuevos niveles de servicio', resumió Jedruch.



Eduardo Jedruch

Innovador Amplificador MDU



42/54MHz



85/102MHz



204/258MHz

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

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

Características:

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

To learn more about Lindsay high bandwidth multiple dwelling amplifiers contact us today at: contactus@lindsaybroadbandinc.com

Standards-compliant and Lindsay TOUGH

Tough Wireless, Optical and RF Solutions.

LINDSAY
BROADBAND

TOUGH TECHNOLOGY.

www.lindsaybroadbandinc.com

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

Tecnored: Inteligencia y desarrollos para las telecomunicaciones

Tecnored participó una vez más en el Encuentro Regional de Telecomunicaciones que se realizó en la ciudad de Rosario. 'Nos especializamos en generar y proveer servicios, inteligencia y desarrollos para las telecomunicaciones', destacó **Juan Señor**, gerente de ventas de la empresa.

Durante la convención, Tecnored apuntó a reforzar la presencia de la marca en la región, apoyando a los cableoperadores con una amplia oferta para la construcción de redes con el diferencial de ofrecer una garantía de diez años y una generosa financiación, en una época donde el crédito en Argentina no es tan accesible.

'Hace un mes incorporamos **Juniper** a nuestro portafolio, lo que nos permite actualizar la demanda de ancho de banda que tanto requieren los operadores', añadió el ejecutivo.

'Estamos pasando por una época donde los operadores se están animando a hacer proyectos, hoy ya es una realidad que no se circunscribe solo a los grandes operadores, los pequeños y medianos saben que para

competir sus redes deben estar preparadas y muchos nos están solicitando presupuestos y tenemos varias instalaciones en curso', agregó **Gustavo Rusi**, del área de preventas.

'Vemos que sigue predominando la tecnología GPON, donde somos muy fuertes y la gente está demandando además de buenos precios, tecnología de avanzada y soporte y es algo que inclina nuestra balanza hacia nuestra empresa ya que siempre estamos buscando acercar la mejor oferta disponible en el mercado. Aportamos mucho más que instalaciones, a lo largo de los últimos 15 años hemos atendido a toda clase de clientes, así que conocemos todo tipo de necesidades', resumió Señor.

'Somos desarrolladores de soporte para empresas y entidades proveedoras de servicio ISP. Brindamos desde servidores hasta distribución y conectividad. Tecnored brinda, conjuntamente con la puesta en marcha del sistema a sus clientes, un servicio de soporte técnico de alta intensidad, enfocado en que las entidades proveedoras de telefonía /



Juan Señor y Gustavo Rusi, de Tecnored

Internet puedan dar a sus abonados un servicio más eficiente. También brindamos la oportunidad de que las cooperativas ofrezcan a sus usuarios, múltiples servicios de valor agregado'.

Desde hace 14 años la empresa viene trabajando en el sector, con más de 90 clientes que ya han contratado los productos y servicios. En este momento se encuentran en plena expansión haciendo y evaluando proyectos para países dentro de Latinoamérica, como Ecuador, Brasil, Chile, Bolivia y Perú. Actualmente son distribuidores de Furukawa (fibra óptica), 3M (accesorios de plantel de redes de fibra) y CDATA (equipos para FTTH) y HUATAI equipamiento de TV para redes PON y la reciente incorporación de Juniper.

Technetix designa a Sandy Howe como EVP y Presidenta para América

Technetix anunció el nombramiento de **Sandy Howe** como EVP y Presidenta para América. Con 25 años de experiencia global en el sector de las telecomunicaciones, tecnología y vídeo, Howe comenzó su carrera como ingeniera de ventas y rápidamente pasó a roles de liderazgo en ventas, desarrollo de mercados estratégicos y marketing global en compañías como Arris y Cisco. Recientemente, fue SVP y gerente general de la división de Productos de Consumo en Arris.

'Sandy Howe es una defensora de los clientes. Como compañía, trabajamos junto con nuestros clientes para su éxito y con la experiencia de Sandy en construir esas relacio-

nes sólidas, así como su experiencia técnica y visión comercial, ella es la líder que impulsará a nuestro equipo para obtener resultados', dijo **Paul Broadhurst**, CEO de Technetix.

'Ser capaz de atraer a los mejores talentos como Sandy demuestra el compromiso de nuestra empresa de servir a nuestros clientes en el mercado americano y garantizar el liderazgo de ser los mejores', completó.

Por su parte, Sandy Howe señaló: 'Me uno a Technetix debido al liderazgo, la experiencia del equipo y las posibilidades que veo en la organización, gracias a sus tecnologías avanzadas. Los operadores actuales de redes de cable se enfrentan a dos desafíos principales: velocidad y capacidad. Technetix



Sandy Howe

tiene las soluciones técnicas y la experiencia demostrada para ayudar a sus clientes para superar estos desafíos. Estoy convencida de que desde nuestra base de operaciones en USA, Technetix puede convertirse en el asesor clave y socio de confianza en la región de América, del mismo modo en que trabajamos en Europa con operadores líderes como Liberty Global'.



DUBAI
INTERNATIONAL
CONTENT
MARKET

9-10 December 2018

Jumeirah Beach Hotel | Conference Centre

DICM 2018
PRESENTS
PLUG & WORK

DUBAI INTERNATIONAL CONTENT MARKET
Deliver your Inspiring Content to MENA
mycontent.ae

Domus lleva Lumicore a Latinoamérica

Con más de tres años en Estados Unidos, **Domus** es el representante y distribuidor de las soluciones de fibra óptica de **Lumicore** que ahora busca crecer en Latinoamérica y posicionarse como un referente importante en la provisión de fibra óptica y sus complementos.

Con este objetivo, la empresa estuvo representada por **Daniel Umansky** y **Darío Schiaroli** en Andina Link, APTC de Lima, y en junio en ConvergenciaShow para seguir llevando su experiencia y servicios de calidad a toda la región, y ahora estará en Jornadas Internacionales.

La empresa se enfoca en la comercialización de Lumicore a partir de una estrategia enfocada en precio, servicio y calidad. 'Tenemos precios competitivos y ofrecemos una pronta respuesta y entrega de productos.



Además, ofrecemos una calidad acorde a los mayores estándares de la industria, siguiendo las recomendaciones ITU/Telcordia, pero a precios muy convenientes', explicó Umansky.

'Complementariamente, la participación en ferias internacionales nos permite hacer conocer los productos y tomar contacto directo con los usuarios finales', remarcó Schiaroli.

Sobre sus perspectivas en la región, destacaron: 'Estamos convencidos de que ha comenzado un nuevo ciclo tecnológico en Latinoamérica; en los diversos países de la región se está aprovechando la baja de costos



Dario Schiaroli y Daniel Umansky, con el equipo de Domus, en Convergencia

de las nuevas tecnología y la migración no tiene vuelta atrás'.

Sobre su participación en Convergencia, los ejecutivos señalaron: 'México es un referente regional para los países de habla hispana y, a pesar de ser nuestra primera experiencia en este país, confiamos tener al igual que en Colombia y Perú una importante receptividad'.

Promptlink: Nuevo banco de prueba para CPEs

Y herramienta de monitoreo integral de redes HFC

Continuando con su constante presencia en los eventos de la región, **Promptlink** vuelve a Jornadas Internacionales para presentar el nuevo banco de pruebas de equipos CPE, y lanza además su nueva solución de monitoreo proactivo de las redes HFC.

La tradicional plataforma **CMTP** de Promptlink para el diagnóstico completo de equipos de datos y telefonía ha evolucionado a la nueva versión **CMTP-v2**, que realiza pruebas en paralelo de todos los equipos, simultáneamente. Esto logra hasta triplicar la capacidad de producción diaria con respecto al anterior modelo **CMTP**.

Por otra parte, el banco **Set-Top-Box Test Platform (STBTP)** para diagnóstico de decodificadores digitales de TV, es ahora ofrecido en diversas configuraciones, permitiendo efectuar una inversión escalada,



comenzando con una configuración mínima que puede expandirse conforme al crecimiento de la demanda de revisión y recuperación de equipos.

Los bancos de prueba **CMTP-v2** y **STBTP** de Promptlink están siendo crecientemente adoptados por los principales cableoperadores en todo el continente, y también cada vez más por laboratorios externos de pruebas y reparaciones, para optimizar sus procesos de logística reversa y remozamiento de equipos recuperados del campo.

Promptlink continúa mejorando también sus herramientas de software para el monitoreo integral, el aprovisionamiento y la gestión de firmware en redes de video, voz y datos sobre cable.



David Mosquera

Su sistema de monitoreo **CPM -Cable Plant Monitoring** incorpora ahora, como módulo opcional, la nueva funcionalidad para el mantenimiento proactivo de la red: **Proactive Network Maintenance (PNM)**. Así, el **CPM** se vuelve una herramienta aún más poderosa y completa, que permite un eficiente monitoreo proactivo y reactivo de todos los elementos de la planta de cable, desde el **CMTS** hasta el equipo **CPE** del usuario.



USTED. NOSTROS. JUNTOS.

Haciendo que la
Comunicación
suceda.



Más
Información:

www.ptsupply.com



Llámenos
Us:

1-800-238-7514



Email
Us:

marketing@ptsupply.com

HiTecno suma nuevos productos en GPON para FTTH

HiTecno representa y comercializa los productos de **Hitron Technologies**. Trabaja con las configuraciones de cablemodem en D3.0 en 8x4, 2x8 y D1.0 todo con MTA y WiFi 2,4 y 5,8 Mhz. 'La calidad ha llevado a HiTecno a distinguirse en el mercado', afirmó **Darío Barab**, CEO de HiTecno.

'El 2018 nos encuentra sumando nuevos productos de excelente calidad y eficiencia, en GPON para FTTH, desde OLT y ONU, hasta los pasivos de red. Hemos incorporado nuevas líneas de financiación propia a 120 días y otras líneas de seis meses en pesos sin interés y hasta 36 meses con tasas preferenciales en pesos', detalló el ejecutivo.

'Casa Systems integró, hace muchos años, HiTecno a su red mundial de distribución y comercialización de sus CMTS, los que ofrecen una opción para cada necesidad y se configuran para permitir el crecimiento del ancho de banda que acompaña las necesidades del operador, con placas y



licencias y la introducción del Remote Phy y el DPoE que convivirán junto a las plataformas de Docsis 3.0', explicó Barab.

'También hemos sido elegidos por EFFIGIS-CPAT para la representación de su sistema continuo de monitoreo de fuga e Ingress. El sistema CPAT-Flex permite al operador mantener las redes HFCLibre de interferencias. Detecta automáticamente los puntos de fuga de RF en alta y baja frecuencia y los puntos de ingreso de ruido al retorno'.

'Estos eventos se grafican en el mapa de alarmas en tiempo real, con un sistema intuitivo que simplifica la emisión de ticket de reparación y la administración del proceso de reparación y soporte, reduciendo los tiempos y los costos de mantenimiento operativo de la red en al menos 30% y, al controlar el ingreso de la LTE y TDA en la directa y del ruido en el retorno, permite una correcta certificación de obra, en las redes; incrementa la eficiencia del sistema', completó.



Darío Barab

'Somos distribuidores de ATX Networks, los ya reconocidos productos como solución de gestión de RF y óptica, que facilitan la organización del headend y de los Hubs proveyendo un soporte que simplifica el conexionado. Generando señales más limpias que garantizan el funcionamiento óptimo de toda la red sin requerir grandes inversiones'.

'Dentro de ATX, se destacan los productos SignalOn y Maxnet que ofrece conectores F y BNC, la solución Maxnet II con conectores minicoax que son soluciones de administración de RF, y UCrypt, que admiten una cantidad de formatos de ingesta, salida y seguridad, que son líderes en la industria'.

Eutelsat despliega solución de Nagra para su OTT

Eutelsat ha elegido la solución *OpenTV Signature Edition* de **Nagra** para impulsar su plataforma OTT **Eutelsat Cirrus**.

Aprovechando la poderosa plataforma OTT de Nagra, la solución fue personalizada para Eutelsat, buscando satisfacer las necesidades de la oferta híbrida de satélite y OTT, *Eutelsat Cirrus*. Cirrus está disponible como un servicio para los clientes de banda ancha de Eutelsat TV. El anuncio también marca el primer despliegue de un Open TV Signature Edition integrado.

'En Eutelsat hemos elegido Nagra porque era claro que su OpenTV sería indicada para satisfacer los requerimientos de nuestros clientes. Se trata de un servicio sofisticado con capacidades de avanzada que pueden evolucionar continuamente para responder a las demandas de sus usuarios', dijo **Bruno Cattán**, Director



para Terminales y Soluciones. "

Por su parte, **Holger Ippach**, SVP de la Unidad de Producto UEX en Nagra, remarcó: 'Estamos encantados de haber sido elegidos por Eutelsat para

impulsar la nueva plataforma Cirrus de Eutelsat a través de nuestro OpenTV Signature Edition. En la elección de Nagra, Eutelsat encontrará un socio tecnológico fuerte y comprometido a largo plazo para una solución que fue diseñada a escala a partir de múltiples inquilinos en diferentes geografías'.

Como solución "todo en uno", OpenTV Signature Edition trae lo mejor del contenido



Eutelsat Cirrus

de TV satelital lineal y servicios de streaming para los consumidores mediante una interfaz de usuario simple e intuitiva apuntada para una poderosa plataforma OTT. Está diseñada para asistir a las empresas que ingresan al mercado OTT, así como también a los operadores de TV paga tradicional buscando complementar sus servicios satelitales existentes, con servicios OTT irresistible.



MEJORES SOLUCIONES, UNA MEJOR MANERA



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



JAIME REY

Territory Manager - Mexico, Colombia, Central America, Caribbean & Venezuela
jaime.rey@perfect-vision.com | 1.786.479.1201

HERNAN MANSILLA

Territory Manager - Southern Cone
hernan.mansilla@perfect-vision.com | +54 9 11 5056 8402

DREW MARTIN

General Manager - Brazil
drew.martin@perfect-vision.com | 1.501.813.9062



www.perfect-vision.com
1.866.470.0887 | +1.501.955.0032

BCD, en la evolución a FTTH y Docsis 3.1

BCD estuvo en el Encuentro Regional de Telecomunicaciones, donde **Nicolás Molinari**, director de marketing y ventas, destacó que ha sido un buen año con buenas instalaciones, aunque sin proyectos grandes, aunque aclaró que el mercado local se está reactivando.

Este año, la empresa se concentró en Argentina y avanzó con su meta de expansión regional, con foco en Brasil, Colombia y Chile'. Remarcó que hay un segmento importante de la industria mirando al FTTH. 'Tenemos un equipo de ingenieros abocado a la demanda de Internet', agregó.

BCD

BCD destaca sus desarrollos propios para tener mayor versatilidad en la región. 'La idea es mostrar nuestras soluciones de monitoreo de redes y aprovisionamiento y los desarrollos con clientes; 200.000 abonados ya tienen implementada la solución que está en etapa de desarrollo'.

En Jornadas, exhibirá como siempre las soluciones de **Arris**, marca de la que es el principal reseller en Argentina, y **Calix** en funcionamiento. Sobre las expectativas para el próximo año, remarcó: 'Que los operadores que se queden en Docsis aumenten la capacidad del cablemodem y que



Aldo Sicari, Gabriel Lopez y Nicolás Molinari, de BCD

los que van a fibra que migren masivamente los servicios de datos a redes ópticas. Contamos con toda la línea de cables ópticos de Sumitomo, que es muy competitiva y esperamos que siga creciendo'.

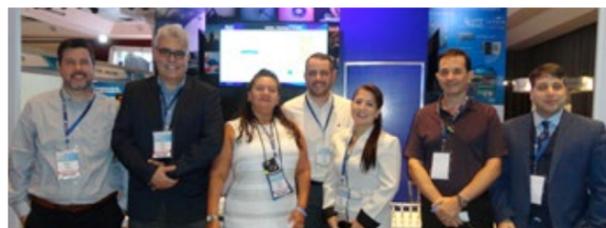
Veas presenta su nueva plataforma de inserción de comerciales

Y lanza al mercado su imagen corporativa renovada

Veas presentó su nueva imagen corporativa, junto con el lanzamiento de su línea de productos de vanguardia para Ad-Insertion, creada especialmente según las necesidades del mercado latinoamericano. Siguiendo su línea de innovación para adaptarse a los cambios y evolución del mercado, la empresa busca adaptarse a la creciente demanda de consumo de contenidos digitales renovando la forma en la que se hace inserción de publicidad (DPI) por medio de canales de TV paga.



Jorge Gandulfo



Diego Zachman, Raúl Orozco, Ángela Rodríguez, Alejandro Palma, Karol Portuguez y Andrés Capdevila, de AMT, con Jorge Gandulfo, de Veas en Andina Link 2018

Jorge Gandulfo, CTO de VEAS comentó: 'Para mantenernos en la tendencia de las plataformas digitales de video, audio y datos, nuestros desarrolladores están trabajando en una plataforma integral denominada *Veas AD* que permite una transición orgánica hacia los recientes métodos de monetización de servicios de entretenimiento disponibles, integrando DPI, OTT, Mobile Ads, Digital Signage y radio, por medio de implementaciones de software (Saas) y en la nube (Cloud), integrando hardware y software a través de los más altos estándares como los protocolos

VEAS

SCTE30, SCTE35, SCTE104 actualizando también la plataforma existente de DPI hacia redes HFC, IPTV y también OTT'.

Junto con esto, Veas integra también servicios de valor agregado como Generador de Caracteres (CG), Playout y Webcasting.

Una característica que ha afianzado la fidelidad de los cable operadores que cuentan con sus productos, es el acompañamiento integral en la instalación, capacitación del staff humano y soporte técnico, de la mano de Advanced Media Technologies (AMT), su distribuidor y partner estratégico en LATAM,

que da a sus clientes una gama de servicios comerciales y de post venta de excelencia.

Los cableoperadores están encontrando nuevos modelos de negocio a partir de la evolución de la tecnología, y encuentran en los clientes corporativos un camino de crecimiento, ofreciendo productos que complementan a lo que se ofrece al mercado residencial en términos de redes. Sistemas como el *Digital Signage* de Veas son ideales para los operadores que avanzan en este terreno.

Veas estuvo en Andina Link Centroamérica y ahora irá a Jornadas y a la SCTE de Atlanta para seguir comunicando sus novedades para cableoperadores.



Televisión Digital

Soluciones llave en mano para sistemas de CATV y DTH

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



REPRESENTA Y DISTRIBUYE
ACS INDUSTRIAL Y COMERCIAL

Tel. Paraguay: +595-21-334302

Tel. Argentina: +54-11-6385 0281

info@acsicsa.com

www.acsicsa.com

GOSPELL CHINA

Oficina Principal

Tel: +86 13113672858

zhouyong@Gospell.com

www.gospell.com

IBC 2018: Servicios multiplataforma y tecnología en la nube

Fuerte presencia latinoamericana en la feria de Ámsterdam

Del 13 al 18 de septiembre, se realizó una nueva edición de la IBC en el Centro de Convenciones RAI Ámsterdam. Es la principal feria mundial que, a diferencia de la NAB que es más broadcast, presenta una propuesta integrada con la tecnología para distribución de video. Esto la potencia ahora con los diferentes sectores de la industria que conviven en esa función, como son TV paga, IPTV y OTT.

Keith Underwood, responsable de las conferencias de IBC, dijo en la inauguración que 'la diferenciación puede vencer a la escala'. Luego, se destacaron Tim Davie, CEO de BBC Studios, que dijo que la empresa está enfocada en contenido británico Premium y que el contenido broadcast es un jugador global 'big small'.

Por su parte, Peter Salmon, Chief Creating Officer de Endemol Shine Group, habló de cómo crear contenido para la nueva generación conectada. Neal MOhan, Chief Product Officer de YouTube, habló de experimentar el futuro del entretenimiento, y dijo que su



Gabriel Besabe, VP Global Operations de Turner



Clive Mumby, de Shotoku; y Eduardo Bayo, de Artear

core seguirá siendo la publicidad más allá del gran crecimiento de sus sistemas de suscripciones. Netflix dio una conferencia a cargo de María Ferreras Y también la del Nuevo capítulo del crecimiento de Netflix que dará María Ferreras, de la parte de EMEA del OTT.

Multiplataforma, nube y servicios inteligentes

Durante toda la expo, se pudo ver cómo se lleva adelante el desafío multiplataforma del negocio. Esto, como había dicho Jossi Fresco de Verizon Digital Media Services en SET Brasil, con foco en la experiencia del usuario con customización avanzada para una mayor monetización, que sigue siendo una de las cuentas más pendientes más allá de cobrar suscripciones a los OTT.

Esto se complementa con el fenómeno de soluciones en la nube, con flujos de trabajo para operadores y broadcasters. Allí, se destacan empresas líderes como Grass Valley, Imagine, o Nagra, que habló de ser inteligentemente digital y presentó soluciones para evitar la piratería ya no sólo para STBs sino también para los OTTs.

Por su parte, Verimatrix dejó sus seminarios pero dio un cóctel para clientes de todo el mundo en el IBC Pub junto a AWS Elemental. Hasta Sony lanzó su división de Servicios Inteligentes para incrementar esta tendencia.

Concurrencia latina

La concurrencia de Latinoamérica suele ser menos masiva que la NAB, pero siempre es precisa en cuanto a la calidad de ejecutivos y de broadcasters, a la par de los mejores integradores, desde México a Argentina.

Esa certera presencia se potenció este año para seguir avanzando en ese desafío multiplataforma que fue central en la IBC.



Mario De Oliveira, de Nuevo Siglo Uruguay; David Factor, de Colsecor; y Martin Aizpiroz, de Bold



Francesco Di Ambroggio, Gianfranco Dazzarolla y Mario Sepúlveda, de TVN Chile

Y la competencia entre todas esas nuevas plataformas genera una gran demanda por contenido original que hay hoy en la industria y lo mismo en Latinoamérica, por lo que también es necesaria la compra de equipos más eficientes y con tecnología de 4K tanto en NAB como IBC.

Los grandes broadcasters están lanzando sus propias plataformas digitales como el caso de TV Globo, el Grupo Televisa con Izzit Telecom o TV Record de Brasil, con la recientemente lanzada PlayPlus. José Marcelo Amaral, de Record, dijo que tiene alianzas con ESPN o Disney pero no será sólo para sus propias librerías sino que está abierto a todos los OTTs que quieran ser parte.

Al igual que Record, Globo desarrolló un hybridcast, según confirmó Raimundo Barros; es también una forma de personalizar

Lo que necesitas para tomar mejores y más rápidas decisiones tecnológicas



Líder mundial en fabricación de CMTS. Modelo C100G y C40G, más pequeño (6RU), con DOCSIS 3.0 y 3.1 de apoyo, en las configuraciones que necesites. Placas DS / US, Licencias y Soporte Técnico.



Hitron Technologies, Cable Modems en configuraciones D3.0 8x4 y 24x8 c/WiFi eMTA 2,4 y 5,8 Mhz.



OPTIVO

OPTIVO es una Plataforma Óptica gestionable por IP, compacta, de muy poco espacio y con gran ahorro de energía. Tx 1550 nm, EDFA 1550 nm y mucho más.



Plataforma: Tx y Rx Modulares 1310 nm – 1550 nm. 16 Módulos – Fuente Redundante

Nodos Ópticos: Nodos ópticos de 2/4 salidas independientes con diodo Ortel, Micronodos para RFOG. 1Ghz de 4 Salidas. 48/54 dBmV con retorno DFB 1 o 2 mW / Opciones Low-Mid-High Split



CPAT – FLEX es un Sistema de Monitoreo que detecta automáticamente los puntos de fuga de RF en alta y baja frecuencia y los puntos de ingreso de ruido al retorno, mejorando así la administración del proceso de reparación y mantenimiento de redes, reduciendo los tiempos y los costos de mantenimiento operativo de la red en al menos 30%. Certifica sus redes con 100% de seguridad.



La mejor solución de gestión de RF y óptica que facilita la organización del Headend y de los Hubs simplificando el conexionado. Plataforma MAXNET con conectores F y BNC (divisores, combinadores, DC, filtros, amplificadores y más), y MAXNET II con conectores Minicoax.



ELECTROLINE, Productos para HFC (Soluciones Inalámbricas, Plataforma de Transmisión), FTTH, PFOG y PON.



Soluciones en equipamiento GPON, Plataformas, Servicios y más.



Placas DS/US C4/C4c Cable Modems D3.0 con y sin WiFi. Proveemos toda la línea de Productos ARRIS. Solicite Presupuesto

Comercializamos TODA la línea de productos de la empresa ARRIS



Sistema de monitoreo IP de parámetros ambientales para Headend. Controla con mensajes SMS, Mails y llamadas telefónicas de aviso. Incluye: Sensores de Temperatura, Detectores de Humo, Agua, Corte de Corriente Eléctrica, Aperturas de Puertas y Más.



FINANCIACION: Propia y líneas especiales desde 6 a 36 meses en pesos.



Av. Costanera Rafael Obligado 4899 - 1428 - CABA - Argentina
Email: ventas@hitecno.com.ar
Tel: 54-11-4706-0070 - Web: www.hitecno.com.ar

IBC 2018: Servicios multiplataforma y tecnología en la nube

el contenido que viene en estas nuevas plataformas que buscan competir en definitiva con Netflix como cualquier OTT. Con esos lanzamientos, los grandes broadcasters confluyen con las que también desarrollan los operadores de cable, entre muchos ejemplos pero a gran escala Megacable de México con XView o Telecom/Cablevisión en Argentina con Flow, que también están presentes aquí.

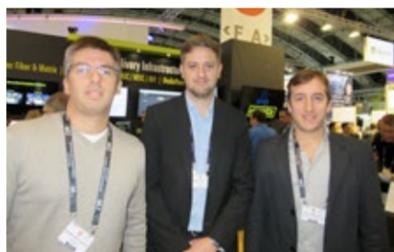
Otro cliente que volvió a sobresalir en Ámsterdam fue Multimedios de Monterrey de México con Guillermo Franco a la cabeza de un equipo de ocho ejecutivos, el que con su cadena nacional es uno de los principales clientes para muchos fabricantes.

También estuvo Gabriel Basabe, que acaba de ser promovido como nuevo VP Global Operations de todo el grupo Turner, y que está decidiendo directamente sobre Chilevisión, el CDF de Chile que acaba de comprar, la operación en Brasil y en Argentina dos proyectos importantes de orden internacional.

Finalmente, Mario Sepúlveda de TVN de Chile adelantó que el canal abrió su área de servicios de playout y transporte de señales para aprovechar su estructura y reducir costos. Su telepuerto incluso tiene proyección internacional.

Conclusiones

La IBC estuvo lejos de las novedades sorprendentes, la parte habitualmente impactante de Future Zone estuvo repetitiva, incluso la de 8K de los japoneses. Una de las mayores atracciones fue el gran Crystal LED Display en el stand de Sony en su casi



Maxi Cabrera, de Torneos; Fernando Mochulski, de BVS; y Pablo Mascitelli, de Torneos

exclusivo Hall 13. No se jugó en los stands con los cascos de Realidad Aumentada ni hubo drones volando por allí, como venía pasando en otras ferias.

En cambio, tuvo la concreción de lo que se venía especulando los últimos años en las materias que ya destacamos de lanzamientos multiplataforma y OTT, con lanzamientos realizados en los clientes y proyectos por venir más allá de las crisis económicas en algunos países como Brasil o Argentina.

Un tema importante que si también se fue imponiendo en la IBC en reflejo del mercado fue el Android TV para las nuevas cajas que soporten OTT. Se supone que el mercado va para allí pese a eso claramente, si bien muchos operadores tienen sus reservas.

Guillermo Páez de Telecom destacó que el lanzamiento de Cablevisión Flow puso al MSO en otra liga siguiendo la vara alta de calidad y desafíos consecutivos que en su momento ya había fijado el CEO, Carlos Moltini. Otro operador con reservas fue Mario de Oliveira de Nuevo Siglo de Uruguay, que dijo que al ser operador y no telco es lo que frena a seguir la tendencia general, pues los que tienen su apuesta al contenido y contenido tienen mayores reservas en caer en esas únicas manos.

Premios y despedida

El domingo fue día de los grandes premios, que se entregan en la IBC en el almuerzo ante gran público presente. Del lado de los clientes los premiados fueron Eurosport en Innovación y Content Creation; en Content Everywhere RTE, en Technical Paper BBC R&D y también en el premio especial. Justamente, de las últimas charlas importantes se destacó la de Ralph Rivera de Eurosport, que tiene un acuerdo de 12 años y 2billones con el PGA Tours para llevar al deporte a un nuevo nivel dirigido al Super Fan. Agregó además que el éxito digital es un proceso, y no una web o una app.

Es importante destacar la labor de los



El equipo de Encompass y Disney



Marcelo Manque, de Mega Chile; Humberto Sarabia, de Ross; y Saúl Ureta, de Mega



Mauricio Vasconcellos, de TV Globo; Guilherme Silva, de Glookast y Julio Mario Lima, de TV Globo



Millicom con Mauro Bonomi de Minerva y Lionardo Giono de Pontis

distintos integradores de soluciones, que se vieron más que nunca por todo el evento. Entre ellos los de Argentina, Brasil y en particular de México, donde Teletec está armando una red de operaciones en otros países como Perú. Todo queda con muy buenas expectativas para tener otra importante concurrencia para la IBC el año próximo.



LA CONEXIÓN CORRECTA PARA SU RED INTELIGENTE

Desde la cabecera a través de la red troncal de fibra hasta el suscriptor; nuestras soluciones aumentan el retorno de la inversión en las redes de fibra al abonado [FTTx]. Es hora de que ALUMBRE su red con un espectro completo de productos y soluciones para su red FTTx.



- Fiber Cables
- Multiclosure
- Test and Measurement
- Splitters and Accessories

www.lumicoregroup.com
info@lumicoregroup.com



Viditec: Todo lo nuevo en 4K HDR

En Jornadas Internacionales

En Jornadas Internacionales, el integrador argentino Viditec estará presentando tecnologías HDR sobre 4K y una nueva solución para la creciente necesidad del mercado en modulación y procesamiento de señales de video en alta definición para distribuir sobre redes digitales de fibra o análogas.

Para tal fin, Viditec se apoya en empresas como Wellav-Sencore, Blackmagic Design y Sony Broadcast entre las más de 50 que componen su portfolio tecnológico. En esta oportunidad el visitante podrá tomar contacto con la nueva plataforma digital modular de extremo bajo costo CMP-100 de Wellav-Sencore que le permitirá al cable operador obtener una grilla ISDBT de alto rendimiento con muy poca inversión evitando el uso de cajas decodificadoras.

Desde el punto de vista de la producción, Sony mostrará sus cámaras 4K de última generación y bajo costo, mientras que Blackmagic seguirá ganado adeptos en materia de switchers y conversores de video. Además de mostrar el nuevo monitor de 4K.

Eduardo De Nucci destacó el trabajo que viene haciendo a pesar del contexto económico actual en Argentina: 'El nivel de actividad bajó un poco, los proyectos grandes se dilataron, pero lo importante es que no se ha detenido la actividad. La generación de contenidos es independiente de Argentina, el macro sigue siendo demandante. Hay un potencial de trabajo importante en un entorno complejo'.

'Un área en la que nos estamos destacando es en la de servicios, recientemente hemos desarrollado proyecto y aportado ingenieros para varios emprendimientos, uno muy importante es para los Juegos Olímpicos de la Juventud, donde tenemos 60 personas trabajando para coordinar los distintos servicios que se ofrecerán desde el centro de deportes, desde lo que

es distribución de contenido IP, al Back up y archivo digital, pasando por el control de la red', agregó Eduardo

'Para Jornadas tenemos una oferta muy interesante, vamos a mostrar un Head-End IP con el cual ya hemos cerrado algunos negocios pero que es muy disruptivo por precio, prestaciones y facilidad y rapidez de puesta en funcionamiento', resumió De Nucci.

'Más allá de Capex y las novedades que estaremos presentando seguimos apostando por el desarrollo de nuevos canales y nuevos negocios si bien seguimos actuando fuerte en el área de gobierno, educación y corporativo, también volvimos a trabajar en digitalización de TV, un negocio que estuvo detenido en los últimos años, pero que ahora está comenzando a caminar nuevamente' sumó Eduardo.

'Si bien seguimos explorando nuevas áreas de negocios la producción 4K y HDR seguirá siendo el principal driver de la industria, tanto para Broadcast, como para Cine y Publicidad, la nueva generación de cámaras de Sony, como la Venice o la F55 y los monitores 4K, están marcando la cancha y la industria nos acompaña, los principales clientes, Telefe, Artear, Non Stop, por marcar algunos, incorporaron nuevas cadenas de cámara F55 y HDC 4300 upgradeado su área de producción. Alfa Visión compró 2 cámaras Venice, la producción está andando muy bien y eso ayuda a las ventas'.

Sony en Viacom

'Un caso interesante es el de Telefe Viacom que adquirió cámaras PMW-F55 para varias de sus producciones. 'La idea a futuro es hacer todo lo que es ficción con la F-55. Los principales motivos son obviamente la resolución UHD, pero por sobre todo por la calidad, grabamos en 4K aunque luego se edite en HD, ya que al aire sale en HD. Hemos hecho contenidos para el exterior y



Eduardo de Nucci



Manuel Perez, Alejandro Mena y Guillermo Niemetz, de Viacom



La F55 en plena producción en los sets de Viacom

recientemente hemos sumado programas de estudio como "La culpa es de Colón", por ejemplo. La realidad es que todo tiende al 4K. Hoy tenemos 12 cámaras. Rentadas en primera instancia por unos meses hasta CAPER, y luego avanzar con la compra', señalaron Manuel Perez (ingeniero BRO), Alejandro Mena (jefe de cámaras) y Guillermo Niemetz (ingeniero BRO), de Telefe.

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

SCTE · ISBE
CORPORATE ALLIANCE
PARTNER

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

EKT presenta sus nuevas soluciones en Jornadas

Luego de destacarse en IBC de Ámsterdam

EKT está teniendo una activa participación en los eventos de la industria, tanto en TV paga como en Broadcast. Es así que este mes participó en la IBC, donde fue reconocida con el IBC Innovation Award for Content Everywhere por su solución creada junto a Freesat para la corporación pública de radiodifusión de Irlanda, RTÉ.

La marca tuvo un gran destaque en la expo convención de Ámsterdam, donde realizó una original fiesta que empezó con un show de bailarinas para terminar con un carro que emulaba un barco vikingo y recibió a todos sus partners y clientes amigos de EE.UU., Asia, Europa y Latinoamérica.

Y ahora viene a Jornadas Internacionales en Buenos Aires, para presentar sus nuevas soluciones en el mercado, como la plataforma completamente customizable, que permite a los operadores y middleware diseñar cualquier servicio para todo tipo de contenido entregado a la televisión del hogar.



Para esta solución, EKT se unió a Access, DTVKit y HiSilicon. La plataforma STB universal diseñada por estas empresas ha sido desarrollada para responder a la creciente personalización y experiencias de consumo mejoradas asociadas con el mundo de distribución multiplataforma y multidispositivo.

Richard Smith, CEO de EKT, dijo: 'La base para nuestra nueva plataforma de distribución STB era resolver el problema de que una nueva implementación generalmente significa encerrarse durante los próximos cinco a diez años con un conjunto fijo de proveedores. La plataforma universal es una solución altamente personalizable que simplifica la creación y administración de servicios para cualquier middleware, cualquier contenido y cualquier dispositivo. Esto provee a los operadores con un know-how único de las sutilezas y elementos



EKT, anfitriona de una fiesta en el barco-coche Vikingo, en la IBC



Jill Mulder recibe el premio de IBC por su desarrollo para RTE

necesarios que deben combinarse para crear un servicio unificado y altamente customizable con set-top-boxes a prueba de futuro.

LatinoTCA: Nuevo sistema de gestión integral con facturación

LatinoTCA anunció el lanzamiento de un producto novedoso en gestión de usuarios para sistemas de provisión de Internet. Desarrollado globalmente para todas las filiales de la compañía, responde a las crecientes demandas de servicios de comunicaciones y contenidos multimedia.

El actual entorno de las redes de datos indica que no sólo la cantidad de conexiones ha aumentado, sino también la demanda en términos de velocidad. Esto ha llevado a la implementación de nuevas tecnologías en redes, propiciando el desarrollo de las redes FTTH y EOC.

El problema mayor, radica en que no todas ellas poseen una misma modalidad

de configuración, dificultando la mejora continua de la red e incrementando los costos del proveedor, teniendo que modificar continuamente la modalidad de capacitación sobre el personal, la carencia de interoperabilidad de las marcas y el costo

El uso de sistemas de gerenciamiento permite superar dicha dificultad adentrándose a la configuración de múltiples hosts o terminales de la red de una manera autónoma y predeterminada. Este tipo de sistemas utiliza el modelo MVC (Modelo de Vista de Controlador), arquitectura de software que permite separar en bloques la

lógica del sistema de la interfaz del usuario.

Este año, Latino TCA presenta dos nuevos productos que hacen que Phantom sea absolutamente el único líder en su segmento. Un sistema de facturación que permite tener control sobre lo que sucede en la red, en la facturación y las cobranzas; que vincula libremente automatizando funciones de cambios sobre el usuario, como nuevos productos, cambios en velocidades y hasta cortes.

El segundo producto es una App que se descarga desde el Google Store y permite un seguimiento de las instalaciones y lleva un registro de ellas. Permite al instalador facilitar el proceso de alta y registro, como así también reducir el tiempo de instalación.



REDES DE FIBRA ÓPTICA
AL HOGAR
PARA CIUDADES INTELIGENTES

¡ CONCRETE SUS PROYECTOS CON TECNORED !

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

Chile - Santiago
 Doctor Manuel Barros Borgoño 71 of. 806 Providencia
 ventas@tecnoredsa.cl
 +56 2 2246 3291
 www.tecnoredsa.cl



Arris CALA Executive Leadership Forum 2018

Tendencias tecnológicas que están cambiando la industria

Arris realizó en Miami la cuarta edición del CALA Executive Leadership Forum, que se enfocó en las nuevas tecnologías y conectividad. **Marcos Takanohashi**, SVP de ventas para CALA, señaló que la industria está atravesando por una gran transformación, nunca antes vista, con la tecnología conectando personas y lugares cada vez con una mayor velocidad. ‘Estamos en la era de la conectividad Gigabit’, afirmó.

Según **Hugo Ramos**, CTO de Arris, estas velocidades y estos avances son diferentes si se piensa en territorios. En Estados Unidos y Europa, desde hace dos años comenzó a implementarse el 1 Gigabit/segundo, mientras que para la región de CALA (Caribe y América Latina), se espera que llegue en 2019. ‘El consumo está cambiando, requiriendo menos latencia y más calidad. Esto hace que se requiera una mayor velocidad de conectividad tanto en el hogar como fuera de él. La premisa se volvió alcanzar una totalidad de cobertura wireless en los hogares’.

Para el ejecutivo, los desafíos en la región son varios: Por un lado, el 80% del mercado no está siendo atendido, por otro, es necesario ‘reinventar la casa’, tanto por sus estructuras, que en muchos casos generan una pérdida de la recepción de Internet, así como por la alta concentración de departamentos en algunas ciudades, generando interferencia’. Otro de los problemas está directamente asociado con la piratería, que en países como Bolivia o Nicaragua alcanza el 26% o 23%.

Por su parte, **Tom Cloonan**, CTO Network Solutions, hizo una proyección técnica sobre los desarrollos capaces de aumentar

las velocidades y el uso de las fibras a 2030. Para Cloonan, en los últimos años el desarrollo de la fibra ha ido profundizándose, pero aún hay mucho por desarrollar. ‘¿Cuánto más profundo puede ser?

Depende de la capacidad requerida de BW, pero también de los costos aceptables. Una fibra más profunda requiere un aumento en la capacidad de ópticas, de las operaciones para “tirar” dichas fibras y también reducir los valores de números de suscriptores’.

De acuerdo con **Mark Davis**, de la recientemente adquirida **Ruckus**, se calcula que en 2012 cada hogar contaba con 10 dispositivos conectados, en 2017 se pasó a 25, y se espera que sea del doble a 2022. Esto, ha tenido un impacto directo en la capacidad y el consumo de video, donde el 56% del consumo correspondía a celulares y equivalía a 15 exabytes, mientras que en 2023, con el aumento de la calidad y cantidad de dispositivos, el consumo será de un 73%, llevando de esos 15 exabytes a 107 por mes.

En lo que respecta al gigabit, muchos de los conferencistas coincidieron en que, en la región, todavía no tiene el potencial que de otros mercados como Europa o EE.UU. ‘Comenzará a desplegarse en 2019 pero no creemos que de aquí a 5 años el acceso supere el 5% del mercado’, señaló **Carlos Blanco** de Dataxis.

Otro de los desafíos, según explicaba **José Quintero**, de **Cable & Wireless Panamá**, está directamente asociado con la necesidad de acercar el contenido y las estructuras al usuario y las networks, para reducir la latencia –otra de las claves en lo que a experiencia de usuario refiere.

‘Para Arris, la velocidad, la conectividad y la experiencia de usuario es un factor clave, pero también hay otros ejes en los que trabajamos como la visibilidad, desarrollando herramientas que permitan al usuario con-



El panel integrado por Carlos Blanco, de Dataxis; José Quinteros, de C&W Panamá; Steve Harris, de SCTE; y Christophe Eyquem, de Millicom



Emilio Chalita y Dan Whalen, de Arris

trolar la información de dicha conectividad, y la Seguridad, algo que con el crecimiento de las IoT dentro de los hogares se ha convertido en una preocupación’, completó por su parte **Germán Iaryczower**, y destacó el lanzamiento de **EasyMesh**, herramienta que busca transformar la conectividad hogareña.

Para muchos, la aparición de los servicios OTT como **Netflix** y otras plataformas de streaming, son un factor fundamental, que, no ha dejado de lado a la TV paga, sino más bien sumado tiempo de consumo de video. En lo que a TV sets respecta, el tiempo se ha mantenido, pero la cantidad de suscriptores alcanza el 0,03% anual.

Sin embargo, a lo largo de toda la jornada, uno de los conceptos más importantes fue el de la “data”, no solo como herramienta sino como una moneda valiosa. Los usuarios cada vez son más activos, y cada vez buscan algo más simple y hecho a medida, y entender cada necesidad, puede ser una ventaja. ‘Estamos en un momento de redefinir la agregación de contenido. Los consumidores quieren nuevos modelos y los operadores deben ser la cara de los contenidos de otras plataformas’, enfatizó **Jonathan Ruff**, de Arris.



Germán Iaryczower

LATPOWER

EXPERTOS EN ENERGÍA



Brindamos soluciones de energía para empresas de toda Latinoamérica, ofreciendo productos de calidad con el mejor asesoramiento del mercado.

ARGENTINA BRASIL CHILE COLOMBIA

www.latpower.com



Arris recibió a más de 60 ejecutivos en su cuarto foro anual de liderazgo

Marcos Takanohashi, SVP de ventas para CALA, y Hugo Ramos, CTO, ambos de Arris, dieron la bienvenida a los más de 60 ejecutivos que participaron en la cuarta edición del Executive Leadership Forum, el 22 y 23 de agosto en Miami.

El evento busca posicionarse 'no como un espacio de marketing de soluciones de la marca, sino como un espacio donde la gente que toma decisiones pueda compartir sus preocupaciones sobre el futuro de la industria', explicó Takanohashi.

Para los ejecutivos, existen algunas tendencias muy claras en lo que respecta a la evolución de la tecnología aplicada al video: por un lado, todos los operadores y jugadores de la industria buscan facilitar el contenido a los consumidores, generando un espacio para interactuar con los clientes.

'Hay muchos cambios en los hábitos de

consumo, no sólo por el contenido en sí, sino también por el acceso a nuevas aplicaciones, televisores más baratos y nuevas formas de experimentar dicho consumo'. Por el otro, empieza a haber un cambio también en el consumo internet, con una velocidad de 1 gigabit (1 millón de bits por segundo), y esto afecta a un consumidor cada vez más activo, como remarcaron.

Pero no todos los cambios son iguales en todo el continente, ni dentro de cada región en particular. Si bien Estados Unidos ha sido pionero frente a otros países de América, con un nivel de desarrollo tecnológico que supera en dos o tres años al resto, tanto Ramos como Takanohashi son optimistas frente a la realidad de la región CALA: 'Estamos viendo algunos casos más disruptivos que se adoptan más rápido a los cambios, controlando la experiencia del usuario desde la casa, como



Marcos Takanohashi y Hugo Ramos, de Arris

en el caso de Flow en Argentina'.

'Muchos cableoperadores sienten que tienen que entrar en la casa, pero la penetración de sus ofertas digitales o de banda ancha son limitadas. Para entender cada realidad y cada problemática y para entender la importancia de ser flexibles en el crecimiento y los cambios de transmisión que conllevan a una experiencia más placentera, es que estamos aquí presentes', finalizaron.

Telecom Argentina apuesta a mejorar la experiencia de Flow

Guillermo Páez, Director Content Delivery Platform de Telecom, hizo un balance de la empresa desde el lanzamiento de la plataforma de TV Everywhere en Argentina, Flow, en el marco de la cuarta edición del CALA EFL de Arris.

'En 2012 entendimos que era importante investigar una nueva estrategia digital, de la que YouTube y Netflix formaban parte. Invertimos más de 10 millones de dólares en investigación y desarrollo, incluyendo pruebas, viajes y estudios, con el objetivo de contar con todas las soluciones que requería un servicio así desde el primer momento', remarcó Páez.

Con la flexibilidad como motor clave, en 2016 se puso en marcha Flow, que hoy es su principal servicio de TV Everywhere. 'Cuenta con cobertura de Live TV y VOD, Cloud DUV, Startover, Reverse EPG, y Pause Live TV entre sus principales opciones, tanto en

Flow Box (set top box desarrollado por Arris + OTT) como en la App Flow (solo OTT)'.

Y desde su lanzamiento, el crecimiento fue constante: en 2016 la empresa finalizó con 115.000 suscriptores al servicio Box y 50.000 en la app, mientras que espera completar el año con 787.000 y 495.000, respectivamente.

Agregó el ejecutivo que hoy, el 42% del consumo del servicio corresponde a no lineal, siendo el catch up la principal modalidad (26%), seguido por el VOD (24%), el Search (16%), el Startover (12%) y el Recording (2%). Actualmente, la marca se encuentra en un desarrollo beta para SmartTV, y para el próximo año apuesta a trabajar con clientes como Apple TV, además de un nuevo feed 'más dinámico y amigable'.

Respecto de los desafíos técnicos y de crecimiento, Guillermo Páez dijo: 'En



Luciano Lazzari, de Arris, junto a Guillermo Páez, de Telecom

esta industria los conflictos técnicos son fáciles de resolver, en algún momento se encuentra la respuesta. Pero si hablamos de problemas de negocios, esto es más complejo. No vemos a las OTTs como amenazas. Conocemos a nuestros consumidores y brindarles contenidos de terceros es a lo que nos hemos dedicado por años. Por eso aún no pensamos en un servicio de OTT propio, sino más bien en seguir explorando nuevas formas de mejorar la experiencia'.

Set Top Boxes - Digital Headend - Soluciones OTT



Soluciones integrales de video y television para cableoperadores e ISPs.

¡Estamos en LATAM en el mismo idioma y horario!

Argentina: +541152175909
 Peru: +51 1 641 1238
 Colombia: + 57 2 891 2472
 Costa Rica: + 506 4 000 6944
 Brasil: +551131817392



www.obix.tv info@obix.tv

Pontis: Gran crecimiento con broadcasters

Nuevo acuerdo con el Grupo Clarín en Argentina

Leonardo Gioino, Presidente & CEO de **Pontis Technologies**, destacó que la empresa sigue trabajando fuertemente, y que la maduración del OTT y el streaming en vivo, al que siempre ha apostado, le permitieron duplicar la facturación en los últimos tres años.

La clave es la integración de soluciones donde **Verizon Media Services** es un gran abridor de puertas, por ser superior al resto de las redes de distribución de contenidos. Verizon les permite a los clientes desarrollar una plataforma propia con procesamiento de video en la nube para lanzar un producto OTT, tener sus aplicaciones e integrar dispositivos; es aquí donde aparece Pontis.

Detrás de ese trabajo se pudo entrar junto a broadcasters y programadores Tier 1 con aplicaciones, infraestructura,



venta de dispositivos y servicios profesionales. Esa evolución hizo que haya cambiado un poco su negocio, ya que antes se enfocaba mucho en TV paga y eso migró a OTT permitiendo operar con broadcasters de todo tipo.

Gioino destacó también a **Amino** en la evolución de dispositivos, de STBs a los primeros lanzamientos de **AndroidTV** para operadores de TV paga, donde el ejecutivo pronostica un gran crecimiento.

Desde 2017, también trabaja en la evolución a 4K en las cabeceras de varios operadores de TV paga de la región en países como Argentina, Brasil y Ecuador. También hay instalaciones en México, donde trabajó con **Multimedios** para el lanzamiento de Costa Rica.

En Argentina, Pontis Technologies desarrolló la red Wi-fi de carrier grade para el



Leonardo Gioino y Jossi Fresco de Verizon, en NexTV Series de Buenos Aires

operador móvil virtual de **Catel**, la asociación argentina de cooperativas liderada por **Ariel Fernández**, en un importante acuerdo con **Movistar**. Fue un despliegue nacional en más de 40 ciudades y está trabajando también con la cámara de los ISPs. Acaba de cerrar un acuerdo con el **Grupo Clarín** para sus plataformas digitales, en un proyecto también a nivel nacional del que pronto se conocerán detalles.

VideoSwitch

DIGITAL INNOVATION

More than 50 million people enjoy our work
We Create Technology

ENCODER H.264 ECD-3000 <small>Entradas SDI, HDMI y CVBS Salidas ASI e IP</small>	REMULTIPLEXOR DMUX-1000i DMUX-2000i <small>Norma ISDB-Tb</small>	EPG SERVER EPG 10i <small>DVB / ISDB-Tb</small>	DVB-SUB DVB-TXT OCR-1000 <small>Convertidor de Subtítulos por reconocimiento óptico de caracteres (OCR)</small>
---	---	--	--

VideoSwitch DIGITAL INNOVATION

Uspallata 3579 (C1437JCS) Buenos Aires, Argentina (+54 11) 4911 5551

www.VideoSwitch.tv

SUMITOMO ELECTRIC

GAMA COMPLETA DE CABLES ÓPTICOS

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

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

CABLES Y ACCESORIOS PARA FTTH

- CABLES DE DROP ÓPTICO DE EXTERIOR Y LOW FRICTION
- CONECTORES ÓPTICOS DE MONTAJE EN CAMPO
- CAJAS ESTANCAS DE DISTRIBUCIÓN ÓPTICA TIPO DOMO PARA SPLITTEO Y EMPALMES
- CAJAS TERMINALES CONECTORIZADAS PARA FTTH

| STOCK PERMANENTE |

BCD[®]
Innovación & Tecnología

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

HTTP://
BCD.COM.AR

Grey Juice Lab: 'Las generaciones digitales nos enseñan a romper paradigmas'

'Este ha sido un año de evolución para Grey Juice Lab. Por un lado, afrontamos el desafío de la reconversión de varios clientes hacia nuevas plataformas tecnológicas, con todo el trabajo operativo que esto implica debido a la adecuación de los archivos de video y nuevos formatos de metadata, con **Cablevisión Flow, ICE y Millicom** en todas sus operaciones. Y por otro, el **Grupo Telefónica** ha decidido confiar nuevamente en nosotros, renovando sus acuerdos de TVOD para Argentina y Chile e incorporando a partir de enero 2019 a Movistar México'.

Damián Craimowicz, director regional, describió el momento de la compañía en la región y añadió: 'Esta evolución a la que hacemos mención no puede ser posible sin la colaboración de nuestros partners de contenidos, tanto los estudios Major como proveedores independientes, quienes entienden que deben adecuar rápidamente sus requerimientos a los negocios digitales actuales para ayudar a los operadores a generar negocio de la forma más rápida posible y a permanecer a largo plazo'.



'Siempre estamos buscando nuevas tendencias a nivel global más allá de los éxitos de taquilla y las series más populares. Y lo que vemos que causará furor en los próximos años serán los eSports. Las nuevas generaciones digitales nos están enseñando a romper paradigmas. Las viejas formas de consumo seguirán existiendo, pero la nueva ola viene con una fuerza arrolladora'.

Sobre eSports, agregó: 'Canales lineales y plataformas OTT con transmisión en vivo de eventos de gaming, biopics de los "gamers" como nuevas estrellas del deporte virtual, competencias profesionales son sólo la punta del iceberg de lo que se viene. Nosotros ya estamos generando acuerdos para que nuestros clientes puedan disfrutar de este nuevo mundo'.

'En otras regiones estamos viendo servicios AVOD que están emergiendo con fuerza con una oferta dirigida a consumos más cortos, impulsivos y enfocados en el entretenimiento. Creemos que un producto con estas características bien desarrollado, con buen contenido y un modelo de negocio



Damián Craimowicz, director regional de Grey Juice Lab

interesante para operadores y proveedores de contenido puede dar lugar a un proyecto menos costoso e igualmente atractivo'.

Las expectativas para Jornadas se relacionan con generar nuevos acuerdos que le permitan añadir cada vez mayor valor a sus clientes. Craimowicz: 'Sabemos que el escenario competitivo para un operador con VOD no es el mejor. Los grandes OTT tienen presupuestos imposibles de ejecutar por operadores locales o incluso regionales. Nuestro rol en este contexto es el de aportar creatividad desde el contenido para ayudar al operador a competir o complementarse de la manera más inteligente posible. Creemos que los eSports apuntan a este objetivo, aportando innovación, frescura y apertura a nuevos públicos'.

Verimatrix lanzó Viewthority

En el marco de IBC, **Verimatrix** presentó **Viewthority**, una nueva plataforma de distribución de contenidos que provee una conectividad mejorada entre los proveedores de contenido y los operadores de servicio de video.

Distribuida en modalidad PaaS (plataforma como servicio, por sus siglas en inglés), esta solución permite optimizar los flujos de trabajo de extremo a extremo y automatiza los reportes de analítica de video. La plataforma, construida sobre la base de Amazon Web Services (AWS), está diseñada para reducir el costo y la complejidad en los procesos de distribución de contenido, resultando en



una competitividad mejorada y permitiendo nuevos modelos de negocio.

Viewthority centraliza los flujos de trabajo de contenido y seguridad a través de una plataforma en la nube común con un único punto de integración, donde ambas partes ganan una eficiencia de distribución significativa. Esto resulta en la

reducción de los procesos de flujo de trabajo y en un cceso en tiempo real a la data de video y analíticas, sin precedentes.

Tom Munro, CEO de Verimatrix, comentó: 'Basado en nuestra experiencia y hablando con los líderes en este campo, se hizo evidente que la conexión eficiente de una biblioteca de con-



Tom Munro, CEO de Verimatrix

tenido centralizada a una red de operadores de servicios de video globales resolvería muchos de los desafíos actuales de la distribución de contenido. Decidimos utilizar AWS para su infraestructura global, así como las robustas redes de AWS y los servicios de distribución de contenido, que fueron críticos'.



¡ DALE A TU CLIENTE LA EXPERIENCIA 4K CON LA ÚLTIMA TECNOLOGÍA, LIBRE DE CODIFICADORES !

TELESTE

La cabecera mas versátil e inteligente



**4K
ULTRA HD**

IPTV



WWW.LATINOTCA.COM



PerfectVision se consolida en Latinoamérica

Representado en Argentina por Anixter

El 2017 y lo que va del 2018 han sido años de consolidación para **PerfectVision** en el mercado de Latinoamérica. 'Además de estrechar nuestras relaciones comerciales con los más importantes MSOs de servicios a través de redes HFC y de servicios satelitales, nos hemos aliado con importantes distribuidores en diferentes regiones de Latinoamérica', afirmó **Andrés Rapetti**, Director de Ventas para Latinoamérica.

'En el mercado argentino, continuamos creciendo de la mano con nuestro distribuidor **Anixter Argentina** en el desarrollo de productos acordes a las nuevas exigencias en la industria del cable y en general de las



telecomunicaciones', agregó. 'Nuestro portafolio de elementos pasivos contempla desde soluciones para redes de fibra óptica (cables de fibra, accesorios y herramientas), soluciones de redes DTH, que van desde elementos activos y pasivos para despliegues MDU y cabeceras para edificios, hoteles, centros de convenciones y restaurantes, hasta los ya conocidos para soluciones HFC, con elementos pasivos tanto para distribución (cable .500, TAPS, Conectores) como para Drop de abonado (cable RG6, TAPS, splitter, conectores y herramientas)', completó Rapetti. Además, agregó el ejecutivo, PerfectVi-



Andrés Rapetti

sion acompaña en todas estas líneas con elementos de instalación como grampas, precintos, tornillos, tarugos, pasamuros, silicona, cinta aisladora, brújulas, y mucho más. 'En el 2018, seguiremos siendo fieles a la política que abarca nuestro eslogan: Si no está bien, nosotros lo haremos bien', concluyó.

VideoSwitch realizará seminario sobre TDT

El 23 de octubre, **VideoSwitch** realizará una jornada de capacitación sobre ISDB-T, titulada "El desafío de la integración y medición en la TDT", que tendrá lugar en el Centro Costa Salguero de la Ciudad de Buenos Aires.

El equipo de VideoSwitch, integrado por **Roberto Maury**, Socio Gerente y fundador de VideoSwitch; **Marcelo Indarramendi**, Development Engineering Manager; junto a **Bruno Tariant**, Director de Ventas para Latinoamérica de **Test Tree**, estarán a cargo de las capacitaciones. La jornada comprende contenido teórico y práctico.

La empresa apunta a proveer los conocimientos básicos que permitan comprender la cadena de transmisión de un sistema de televisión digital terrestre en norma ISDB-Tb, así como presentar los distintos equipos que componen una estación de televisión digital y mostrar la función que cumple cada uno. Fundamentarán los conceptos vistos con demostraciones prácticas, realizando mediciones reales.



En primer lugar, se avanzará en una introducción a la TDT, donde se explicarán los conceptos teóricos básicos, destacando las diferencias con los sistemas analógicos. Se explicará el protocolo MPEG Transport Stream y se describirá a nivel conceptual los bloques que componen una estación de TV Digital y ejemplos de estaciones reales.

Más tarde, se profundizará en el tema de codificación, con conceptos como video H.264 y audio en HE-AAC según los requerimientos de la norma ISDB-Tb. Se avanzará con el análisis de los parámetros que se pueden configurar en un Encoder y el efecto de cada uno de ellos en la señal y se hará una demostración de las mediciones de calidad de un Encoder y realización de mediciones



Nuevo seminario sobre ISDB-T

prácticas.

También, se hablará de multiplexación: configuración del multiplexor; presentación del BTS como elemento fundamental en los sistemas ISDB-Tb; mediciones y comprobación de los parámetros configurados.

Y por último, el seminario tratará de modulación y transmisión con el BTS como vínculo indispensable entre el multiplexor y el modulador. También se verá el tema de COFDM, parámetros de modulación, características de la señal; y se explicará el diagrama en bloques de la etapa de modulación y transmisión.

FTTH

1 Gbps AL HOGAR CON KT

DIFERENCIATE CON EQUIPAMIENTO DE ULTRA ALTA VELOCIDAD Y SUMA CLIENTES CON LA ÚLTIMA TECNOLOGÍA



"LÍDER EN SOLUCIONES DE FTTH AHORA EN ARGENTINA"



LATINOTCA.ARGENTINA

(054-11) 52 73 - 2226

INFO@LATINOTCA.COM.AR

WWW.LATINOTCA.COM



NUEVO FORMATO - CONTENIDOS Y TRADE SHOW

CHILE MEDIA & CONTENT summit

SAVE THE DATE

28 y 29 • NOV • 18
Hotel Intercontinental
Santiago
CHILE

#CMC2018

CRECIENDO JUNTO A LA INDUSTRIA

Chile Media & Content es el mercado local y regional de la TV paga y producción de contenidos que viene teniendo un crecimiento exponencial. Con la participación de los principales ejecutivos y tomadores de decisiones de las más importantes empresas de la industria audiovisual, Chile Media & Content será la cita ideal para hacer crecer su red de contactos, beneficiarse con los mejores negocios, ver los últimos lanzamientos y novedades en producción y contenidos y asistir a las más destacadas conferencias y workshops.

DENTRO DE LA FERIA PODRÁN ACCEDER A:

- Los mejores 'Business Matches' que Grupo ISOS Internacional le puede ofrecer de acuerdo con sus intereses.
- Conectar los principales 'Decision Makers' de las empresas, establecer nuevos contactos y agendar reuniones con antelación beneficiándose de nuestra gran red de relaciones.
- Establecer contacto con los principales ejecutivos de las empresas locales e internacionales más destacadas en la producción y programación de contenidos.
- Compartir con los cableoperadores, reguladores y agencias de medios de Chile y la región.
- Participar de una innovadora e interactiva muestra comercial, Conferencias y Workshops especializados.

¡Los Esperamos!

CONTACTO COMERCIAL
Tel: +598 2518 5576
romina@grupoisos.net

PARTICIPE AHORA

INSCRIPCIONES
Tel: +598 2518 5576
noel.cuello@grupoisos.net

ORGANIZA:

GRUPO ISOS
internacional

MEDIA PARTNER:

Prensario
Internacional

+info
www.grupoisos.com

35 años Viditec

WELLAV

CMP 100

PLATAFORMA DIGITAL PARA ISDB-T

NUEVO PRODUCTO



- 16 módulos diferentes
- Fuentes redundante
- Modulador ISDB-T / DVB-C
- Entradas HDMI y AV
- Recepción Satelital DVB-S2

- Redundancia N+1 en entradas
- Redundancia 1+1 en salidas
- 4U Rack de alta densidad
- Extremado bajo costo
- Evita el uso de STB en ISDB-T

Tenemos soluciones llave en mano para estudios de TV, Productoras y Cabezales Digitales consútenos.

Principales Marcas que Comercializamos

sencore

SONY

Blackmagicdesign

TVU

Tektronix

3Way

RIEDEL

1NElastic

Quantum

vizrt

aws elemental

ADVANTECH

Humberto 1° 2889 -Bs As-Argentina
Tel:+54 11-4122-1200/Fax: +54 11-4308-5493
info@viditec.com.ar

viditec

@viditec

viditec.com

Viditec

27° | EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL PROFESIONAL

CONFERENCIAS . WORKSHOPS . DEMOS EN VIVO . MESAS REDONDAS . MASTER CLASSES

CAPER 2018

broadcast • cable • satélite • cine • iluminación • audio

+ DE **100** EXPOSITORES



+ DE **400** MARCAS INTERNACIONALES



+ DE **5700** VISITANTES



+ DEL **70%** INVOLUCRADO EN EL PROCESO DE COMPRA



+ DE **40** ACTIVIDADES ACADÉMICAS



+ DE **35** DEMOS DE SONIDO



AGENDATE

MIE . JUE . VIE

24.25.26 | OCT

BUENOS AIRES • ARGENTINA



consultas@caper.org



www.caper.org



Wire•Tech

Fábrica Argentina de Cables Coaxiales Cables de Fibra Óptica

Provisión de equipamiento para soluciones tecnológicas para operadores de CATV - Datos y Video



Fábrica y Oficinas:
Domingo French 831 - Villa Martelli
Pcia. de Buenos Aires - Argentina
Tel.: +54 11 4709 6650
ventas@wiretechsa.com.ar

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

www.wiretechsa.com.ar

1998

270 pymes

soluciones

servicios

evolución

560 localidades

infraestructura

sinergia

competitividad

inversión

rentabilidad

desarrollo

innovación

trabajo

ecosistema empresarial

2018

20 años

red
Intercable

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

toolbox

LEADERS IN THE DEVELOPMENT
OF OTT PLATFORMS

FAVORITES

ENCODING + DRM

SUBSCRIPTION

PLAYERS

SSO

PARENTAL CONTROL

OTT SOLUTION

CLOUD PASS

UNITY

CLOUD EXPERIENCE

LIVE CHANNELS

MIRROR

toolboxtve.com