

CRACKLE

A Sony Network

EL SERVICIO SVOD DE SONY HECHO A LA MEDIDA DE NUESTROS SOCIOS

ABSENTIA
UNA SERIE ORIGINAL DE CRACKLE

MENTES
CRIMINALES

PIRATAS
del CARIBE

HOTEL
TRANSILVANIA



GRAN SELECCIÓN DE TÍTULOS:
PRODUCCIONES ORIGINALES, SERIES EXITOSAS Y
PELÍCULAS TAQUILLERAS

FÁCIL ACCESO:
+ 17 PLATAFORMAS DISPONIBLES E INTEGRACIÓN
EN SERVICIOS PLAY/OTT

ATRATIVO MODELO COMERCIAL:
FLEXIBILIDAD EN RETAIL Y BUNDLES

CONTÁCTANOS YA: DISTRIBUCION@CRACKLE.COM

WWW.CRACKLE.COM

JUNIO 2018 | AÑO 27 | # 329

Prensario Internacional

www.prensario.tv

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING

EDICIÓN ESPECIAL DE
MÉXICO

CONVERGENCIA
2018 show.mx

WORLD TRADE CENTER - CIUDAD DE MÉXICO

INFORME POST

 **nextv Series**
ARGENTINA 2018 • BUENOS AIRES

DISTRIBUCIÓN

 **nextv Series**
COLOMBIA & ANDEAN 2017 • BOGOTÁ

We have 29 years of professional experience in CATV equipment manufacture.



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



WR-1004N-MLD-GD (CMTS Standard Type)
It can be equipped with 2 forward path optical receiving modules, 2 return path optical transmitting modules, 1 Ethernet sntp transponder module and 2 power modules at most.



1.2GHz 1550nm&1310nm CATV Optical Transmitter : WT-1550/WT-1310
External Modulated Optical Transmitter: WT-1550-EM series
SBS is from 13dBm to 19dBm.



CATV Optical Communication Platform: WOS-4000



64 Ports Gpon/Epon OLT



GEPON ONT WGP/WEP3200 series



FTTH Optical Receiver : WR-1075-MB series



FTTH Optical Receiver : WR-1082 series



VISÍTENOS EN CONVERGENCIA

Economía creativa

DW presenta proyectos innovadores en América Latina, empresas con gran impacto económico y social. Conozca los startups que pueden cambiar la vida de las personas y la economía de una sociedad.

Consulte emisiones en dw.com/economiacreativa

Edición Especial de México y Convergencia Show

Con la cobertura de NexTV Series Buenos Aires

Por 19º año consecutivo, publicamos nuestra tradicional Edición Especial de México, que busca abarcar todo el universo de esta industria en la República Mexicana.

Aparecen así reporteados todos los máximos ejecutivos de todos los operadores líderes del mercado de TV paga como Sky, Izzí, Megacable, StarTV y el crecimiento de la cámara de independientes, ATIM, con Salomón Padilla.

Como decimos en el informe principal, ya como mercado número uno de Latinoamérica en cantidad de suscriptores por encima de Brasil, queda por definir todavía lo que va a pasar con el cambio del título de concesión de Telmex (América Móvil), que ya tiene a ClaroVideo creciendo como OTT y a Movistar Play con su marca única en toda la región para TV paga, OTT y DTH que acaba de sumar a Netflix.

ConvergenciaShow, tercera edición

A tres años de la desaparición de la Expo Canitec con toda su opulencia, la Edición Especial de México se distribuirá en la

ya consolidada expo **ConvergenciaShow.mx** en el WTC de CDMX. Nacida de la convención de **ATIM** ya tiene vida propia con la organización de **Newsline Report de Rafael Val**.

Es totalmente necesaria una expo de TV paga en México donde se requiere un lugar para discutir y para hacer negocios. No compartimos que la consolidación de mercado no permite una expo; por el contrario, en tiempos de tanto cambio, con un 20% del mercado mexicano en manos de operadores tier 2 en adelante, el crecimiento de los OTT con nuevos jugadores, el sostenido éxito de los DTH y el avance de los sistemas nuevos e independientes a la fibra óptica y FTTH, hacen que sea más necesaria que nunca.

Informe NexTV Series

Las nuevas tendencias también se trataron directamente en el seminario NexTV Series South America, realizado en Buenos Aires con organización de **Dataxis** y que, por su valor, también incluimos la cobertura aquí sin alterar el foco en México.

Special Edition Mexico

This 19th Special Edition Mexico embraces the whole local Pay TV and telecommunications universe. Three years after the expiration of Expo Canitec with its opulence, this edition will be mainly distributed at the consolidated ConvergenciaShow which is taking place at the WTC in Mexico City.

Born three years ago after ATIM convention, this show has its own life, with organization of Rafael Val's Newsline Report, and as the Pay TV convention in Mexico is fully necessary.

We understand that a Pay TV conven-

tion for the Mexican market is essential as it is required a space of discussion and networking. We do not agree with the idea that the consolidation of the market does not allow an expo; conversely, in times of so much changes, with a 20% of the Mexican market in hands of Tier 2 operators, the growth of OTT with new players, the sustained success of DTH and the positioning of the new and independent systems going forward the fiber to the home confirm more than ever the relevance of this convention.

Prensario Internacional

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

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

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

México: Mariano Gutiérrez Alarcón
angeles@prensario.com

Chile: Karina Cortés
karina@prensario.com

Perú: Miguel Angel Hurtado
miguelangel@prensario.com

Colombia: Paola Zapata Lozano
paola@prensario.com

Ecuador: Juan Carlos Arias Rendon
juanarias@prensario.com

Paraguay: Prince Soledad Otto
soledad@prensario.com

Uruguay: Santiago Rodriguez
santiago@prensario.com

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

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

©2018 Editorial Prensario SRL
Las suscripciones deben abonarse con cheque o giro a la orden de Editorial Prensario SRL o por débito de tarjeta de crédito. Registro Nacional de Derecho de Autor N° 10878

ENTRETENIMIENTO INTELIGENTE

EN CONSTANTE EVOLUCIÓN



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.



© 2018 Home Box Office, Inc. y HBO Ote 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 Ote Partners o sus afiliados, y está protegido por las leyes de derechos de autor y otras leyes aplicables.



México: Mercado en expansión

Después de un fuerte crecimiento del mercado en 2016, producto en parte del ‘apagón analógico’ ordenado por el gobierno a fines de 2015 y la falta de receptores digitales en 3 millones de hogares, el mercado de TV paga lineal moderó su expansión en 2017 mientras que el de OTT tuvo un gran crecimiento.

México sigue siendo el mercado de TV paga lineal más importante en América Latina, con más de 20 millones de suscriptores, de acuerdo al Instituto Federal de Telecomunicaciones, tras haber superado a Brasil en 2016, pese a la mayor población (213 millones contra 130 millones de México) de este país. Entre los motivos para ello figura la menor cantidad de cadenas de TV de aire –en Brasil hay seis cadenas de alcance nacional y varias regionales– y el menor precio promedio de la suscripción.

La consultora Business Bureau (BB) estima el total en ‘más de 22 millones’ y calcula un crecimiento de 6% entre marzo 2017 y marzo 2018. Para 2022, Business Bureau prevé que la base de suscriptores de TV paga lineal superará los 28 millones, con un crecimiento anual compuesto de 4,31%.

Para Dataxis, el mercado se redujo 0,9% en 2017, quedando en una penetración de 62,3% a nivel nacional y con una participación de 27,5% en el total de América Latina. Debe tenerse en cuenta que las cifras varían en función de lo que cada institución o consultora considere como suscriptor y la fuente de sus datos.

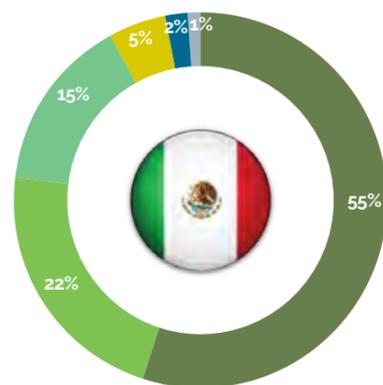
El crecimiento sostenido de los últimos años no ha impedido la formulación de insistentes denuncias de ‘posición dominante’ contra Televisa, que tiene alrededor de un 64% de cuota de mercado en IZZI, pero las evaluaciones muestran que la presencia de Dish como servicio DTH de alcance nacional, la de Megacable con más de 3 millones de suscriptores en numerosas entidades, y la reciente aparición de Star TV como exitoso tercer servicio DTH nacional con presencia ya en 26 estados no permiten confirmar los efectos de tal suposición.

Por otra parte, el gobierno también ha venido demorando la autorización para que América Móvil pueda ofrecer TV paga, lo que implicaría una fuerte competencia a los incumbentes. En el resto de los países de la región, esas situaciones están resueltas (en Uruguay la estatal Antel tiene el monopolio de la banda ancha), pero en México la autorización a la empresa de Carlos Slim sigue pendiente.

En el mercado de la televisión por aire se presenta una situación semejante, con la aparición de Imagen Televisión, tercera cadena privada de aire de alcance nacional, y la licitación de canales o cadenas privadas para ocupar el espectro dejado por la renuncia del grupo Radiocentro a lo que hubiera sido la cuarta cadena nacional. Sigue pendiente, en cambio, la configuración de una cadena de TV pública, que ya debiera estar en funcionamiento a partir de la coordinación de operaciones de la Red de Emisoras públicas existente en toda la República.

La cercanía de las elecciones generales, a realizarse el 1 de julio, ha afectado la toma

México: Market share de conexiones de banda ancha fija por compañía



Total conexiones banda ancha: 16.745.332

- América Móvil
- Grupo Televisa
- Megacable
- TotalPlay
- Axtel
- Otros

Fuente: IFT (Septiembre 2017)

de muchas decisiones que podrían definir las expectativas para el futuro cercano. Las medidas gubernamentales tomadas en los últimos tiempos –como la separación de Telmex en dos empresas que debieran ser autosuficientes e independientes entre sí– podrían ser modificadas por quien gobierne en el próximo sexenio, y hay otros aspectos donde no se espera que existan definiciones en los próximos meses.

En tanto, AT&T aparece como la principal competidora del grupo encabezado por Slim, y Telefónica ha tenido una política ostensiblemente conservadora en los últimos años en materia de competencia; se hace difícil pronosticar lo que pueda suceder en el próximo sexenio.

El mercado OTT

Con respecto al streaming de video por Internet, habitualmente denominado OTT (Over The Top), responde a la expansión del acceso a banda ancha, que supera –especialmente a través de la conectividad

móvil– los índices de TV paga y también al descenso de los costos al usuario.

De acuerdo a la consultora The Competitive Intelligence Unit, al cuarto trimestre de 2017 existían 7,7 millones de suscripciones a plataformas de Video Bajo Demanda Por Suscripción (SVOD), sobre un total de 79,1 millones de usuarios de Internet, 12% más que a finales de 2016. Los OTT tuvieron ingresos por MXP 3.314 millones, unos 1340 millones de dólares, en el último trimestre de 2017, por su menor costo de suscripción. Como referencia, el segmento de telecomunicaciones fijas representa 25,5% de los ingresos de la industria.

Durante el primer trimestre de 2018, de acuerdo a la misma fuente, la TV de paga generó ingresos por MXP 22.400 millones (el 19,4% del total de la industria), equivalente a aproximadamente 1.140 millones de dólares, lo cual representaría –extrapolando– un volumen cercano a los 4.600 millones de dólares por año. En México, los OTT de audio y video, la TV satelital y el cable están agrupados en la definición “servicios de audio y video restringidos” y el acrónimo STAR, con un total de 27,7 millones de cuentas.

Para Business Bureau (BB), los hogares con suscripción a OTT crecerán 45% entre 2018 y 2022. Con respecto al “cord-cutting” (hogares que abandonan la suscripción a TV de paga lineal para suscribirse a servicios SVOD. Horacio Gennari, presidente de BB, señala que ‘es claro que el “cord-cutter” llegó a Latinoamérica, sobre todo en los segmentos más jóvenes’. ‘La banda ancha está sólo en el 50% de los hogares latinoamericanos, y tiene amplio margen para crecer, por lo que la TV de paga sigue siendo una opción más que válida’, añade el EVP Tomás Gennari.

La misma consultora identifica 94 OTTs

operando en México, de las que 13 pertenecen a cableoperadores, 45 a programadores y 36 a empresarios independientes; hay más de 62.700 títulos de cine y más de 10.800 series de televisión disponibles para estos usuarios.

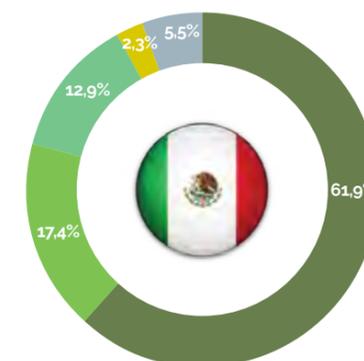
La expectativa para 2018 es que se manifiesten los efectos de la Red Compartida, concesionada por veinte años a Altan Redes –donde son socios Megacable, Axtel y el grupo español Multitel– y consistente en la red de fibra óptica que perteneció a la Comisión Federal de Electricidad y el espectro de aire liberado con la migración de las emisoras de televisión analógica al ámbito digital. Altan no es una operadora de telecomunicaciones, sino un “carrier de carriers” que ofrece servicios de conectividad a quienes deseen utilizar la Red Compartida, que compite con la de América Móvil. No ha habido, hasta la redacción de este informe, cifras acerca de la utilización de esta red en relación al conjunto de telecomunicaciones a nivel nacional.

En el ámbito del streaming de video por suscripción (SVOD), aparece Netflix como líder por amplia diferencia, al igual que en el resto del mundo, y jugadores como América Móvil con Claro Video, que parece estar promoviendo el OTT como método de retención de suscriptores de telefonía móvil; Telefónica con su convenio con Netflix firmado el mes pasado; Televisa con Blim, que ofrece acceso a su inventario de programas de televisión; HBO Go, Fox Play, YouTube Red –servicio de TV –paga de Google– y Cinépolis Klik –operado por la cadena de salas cinematográficas– como principales competidores pero participaciones menores.

Expansión internacional

A nivel internacional, la expansión de la influencia de Televisa en la operación de la

México: Market Share de TV Paga por compañía



Total de suscriptores: 22.211.722

- Televisa Group (IZZI)
- Dish MVS
- Megacable
- TotalPlay
- Otros

Fuente: IFT (Septiembre 2017)

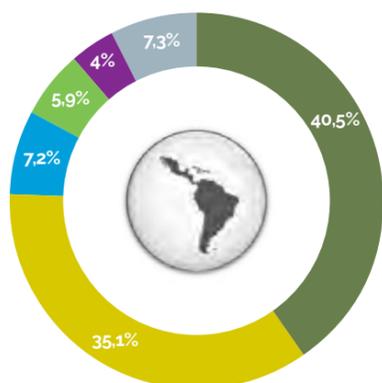
cadena latina Univisión aparece entre los fenómenos más relevantes de los últimos meses. Este desarrollo y la renuncia de Emilio Azcárraga Jean a la dirección operacional de la empresa –asumida por tres directivos– han planteado otro frente que será necesario analizar en lo que resta del año.

Univisión está cambiando su presidente –Randy Falco dejará el cargo a fin de año– y está enfrentando competencia en su mercado tradicional: por un lado, Telemundo, controlada por NBCUniversal, ha mejorado su posición en términos de audiencia y un cambio en la programación donde apela en parte a productores independientes mexicanos, como Epigmenio Ibarra, y contenidos de otros países de la región, como Colombia.

Por el otro, los latinos jóvenes en la Unión Americana se están volcando a la programación mainstream de las cadenas anglosajonas, reflejado en el fracaso de Fusión y otros proyectos de retención de Univisión.

En México, Azteca está también mejorando su posición en términos de audiencia y lanzado la productora Dopamine, con contenido que apunta a una audiencia más joven que la tradicional consumidora de telenovelas. Imagen Televisión ha optado por los dramas turcos, que a nivel mundial han planteado competencia y arrebatado pantallas a las telenovelas tradicionales, donde Televisa y la brasileña Globo han sido proveedores de preferencia en el pasado.

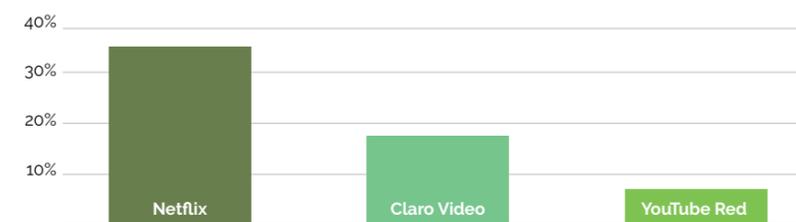
Latinoamérica: Suscripciones de SVOD por país



- México
- Brazil
- Argentina
- Colombia
- Chile
- Otros

Fuente: Dataxis

Top 3 plataformas SVOD según cantidad de usuarios mexicanos



Fuente: Business Bureau

Expectativas de crecimiento para la tercera edición de Convergencia Show.mx

Todo el mercado mexicano reunido para discutir y hacer negocios

Ya en su tercera edición y pese a estar muy cerca del Mundial de fútbol, **Convergencia Show.mx** aparece consolidada como la feria de la TV paga y multidisciplinaria de México. Atrás quedaron las dudas sobre si la consolidación del mercado mexicano, el número uno de la región en cantidad de suscriptores, afectaba la posibilidad de organizar una gran expo como la que actualmente es.

Otro gran mérito del año pasado de la organización de **Rafael Val**, de **Newsline Report**, es haber conseguido reunir en la expo a los tres grandes protagonistas del mercado que incluso están enfrentados judicialmente como **Telmex/Claro**, **Televisa/Televisa Networks** y **PCTV/Megacable**, que se repite en esta edición. Entre la segunda línea de operadores, cuya participación más activa es un desafío un poco pendiente de las dos ediciones anteriores, vale destacar obviamente a **TV Azteca** que espera a la gente de **Total Play** –y de contenidos **Dopamine** con **Fidela Navarro** que da una conferencia– y el stand de **Maxcom**.

Esto de manera independiente de con-

tar al crecimiento de la Asociación de Telecomunicaciones independientes de México (**ATIM**), que con sus más de 65 socios siempre da una base de operadores a la expo. Ella enriquece la expo además

con sus nexos con Centroamérica en la **Fatem** que viajan y traen a sus propios reguladores, que se verán en las conferencias el tercer día.

Todos los temas de México y los reguladores en las conferencias

La postura para las conferencias de la organización, como se ve en la agenda de la página siguiente, es muy abierta y excede a la TV paga avanzando mucho con la regulación y terminando con la producción de contenidos y la radio, que tendrá la firma del convenio “La Radio en tu Casa” de **ATIM**, con **Edgar Pereda** de **FM te conecta**. Es buena idea empezar los días separando los workshops técnicos sobre como los operadores pueden desplegar fibra o mantener sus redes HFC para los nuevos tiempos, de las conferencias más abiertas de regulación. Hasta hay una dedicada a las soluciones de compañías chinas.

El acto inaugural destaca la participación de la **Secretaría de Comunicaciones y Transporte (SCT)** con la presencia esperada de **Edgar Olvera** que mucho apoyó a la expo en la in-



La inauguración de Convergencia con Salomón Padilla, Roy Salazar de Fatem, Jesús Villaseñor y los reguladores

auguración. El mismo participará en el foro central sobre los siguientes pasos para la plena convergencia y cobertura poblacional, junto a **Gabriel Contreras**, Comisionado Presidente del Instituto Federal de Telecomunicaciones (**IFT**); **Mario de la Cruz Sanabria**, Presidente de la Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (**Canieti**). **Gabriel Székely** de **Anatel**. **José F. Otero**, Director para América Latina y el Caribe de 5G Américas y **Salomón E. Padilla**, Vicepresidente de **ATIM**.

También habrá conferencias ese día sobre los canales de noticias en las próximas elecciones presidenciales del 1 de julio y como atraer inversiones a México. El segundo día se destaca la conferencia sobre las oportunidades de la red compartida, con **Elizabeth Peña**, titular de la Unidad de Promoción de Inversiones y Desarrollo de **Promtel**; Mtro. **Ezequiel Gil Huerta**, Director General de Políticas de Telecomunicaciones y Radiodifusión de **SCT**; y **José Ignacio Del Barrio**, Director Desarrollo de Negocios de **Altán**.

OTT con moderación de Prensario

Y además, el ya tradicional panel de OTT donde aparece **Alejo Smirnoff** de **Prensario** en una de las moderaciones. Ya se trata en un workshop sobre como el mundial será el primero de streaming por los horarios de los partidos. En los paneles se tratará directamente sobre **Netflix**, **Crackle** como el exitoso OTT de Sony Pictures y Latin Network, un protagonista de esta expo como red de IPTV representada por **Roger Oyerbides**.



Rafael Val, de Newsline Report; y Salomón Padilla, de ATIM



El panel de reguladores de ConvergenciaShow 2017



Javier Anaya, José Antonio Castañeda, de Claro Sports, Agustín Vigil y Arturo Flores

TU in ei

RE-IMAGINANDO
LA TV.
hoy.



Programa de Conferencias

Martes 5 de junio

9:00 a 12:00 hs - Workshops de capacitación

9:00 a 9:45 hs - Presentación de Productos y Soluciones de Compañías Chinas

Disertantes:

Colable Electronics; Hangzhou Runzhou; Shenzhen Junuo

10:00 a 10:45 hs - Mantenimiento Proactivo de Redes con tecnología PNM

Disertante: David Mosquera, Promptlink

11:00 a 11:45 hs - Soluciones de transmisión sobre Fibra óptica

Disertantes: Fan Xiao, Tian Zhao y Rubén Rollheiser, de Fibrastore

12:00 a 12:45 hs - Optimización de ancho de banda para OTT

Disertante: Pablo Stein, de Taltech International

13:30 hs - Acto Inaugural

Oradores: Salomón Padilla, de ATIM; Gabriel Székely, de Anatel; Gabriel Oswaldo Contreras Saldívar, de IFT; Mario de la Cruz, de Canieti; Edgar Olvera, de SCT

Entrega Premio a la trayectoria a José Ciprés Villaseñor

14:30 a 16:00 hs - Sigüientes pasos hacia la plena convergencia tecnológica y cobertura poblacional

Disertantes: Edgar Olvera Jiménez, de SCT; Gabriel Oswaldo Contreras Saldívar, de IFT; Miguel Calderón Lelo de Larrea, de Telefónica; Gabriel Székely, de Anatel; José F. Otero, de 5G Américas; Salomón E. Padilla, de ATIM
Moderadora: Irene Levy Mustri, Presidenta de Observatel

16:15 a 17:30 hs - Foro: Los canales de noticias de México de cara a las elecciones presidenciales

Disertantes: Arturo González, de Telefórmula; Luciano Pascoe, de ADN 40; Francisco

Ramírez, de MegaNoticias TVC; Roberto Velázquez, de El Financiero TV; Héctor Zamarrón, de Milenio TV
Moderadora: Ángeles Pérez-Aguirre

17:45 a 18:15 hs - Promtel y ProMéxico: Una mirada como agencias de atracción de inversiones a México

Disertantes: Luis Fernando Borjón Figueroa, de Promtel; Paulo Carreño King, de Proméxico; Mario de la Cruz, de Canieti

Moderadora: Guadalupe Michaca

18:30 a 19:00 hs - Soluciones Satelitales para la convergencia

Disertantes: Directivo de SES y Arturo Robles Rovalo, de IFT

Miércoles 6 de junio

9:00 a 12:00 hs - Workshops

9:00 a 9:45 hs - Pruebas para asegurar la calidad de los servicios digitales en redes HFC
Disertante: Cristóbal Rojo, de Viavi Solutions

10:00 a 10:45 hs - Áreas de mejora y automatización a través de soluciones tecnológicas integrales

Disertante: Joaquín Estrada, de Byte

11:00 a 11:45 hs - GPON la mejor alternativa
Disertante: Pedro Enrique Guerrero Zuluaga, de FYCO

12:00 a 12:45 hs - Relevancia del mantenimiento preventivo en redes HFC

Disertantes: Alejandro Cendejas Guízar, de Non Stop; Agustín Pérez, de Non Stop

13:00 a 13:45 hs - Docsis 3.1 - Fundamentos Básicos de Medición

Disertante: Enrique Noguera Anaya, de DECU (Jonard Tools)

13:00 hs - Apertura de la exposición

14:00 a 14:45 hs - PANEL: Red Compartida Oportunidades de Convergencia

Disertante: Elizabeth Peña Jáuregui, de

Promtel; Ezequiel Gil Huerta, de SCT; José Ignacio Del Barrio, de Altán

Moderadora: Guadalupe Michaca

15:00 a 15:45 hs - PANEL OTT

Disertantes:

Alejandro Rojas, de Parrot Analytics; Pablo Roque, de la Universidad Nacional de Río Negro; José Antonio Hidalgo, de SPT; Miguel Oyervides, Latin Network

Moderador: Alejo Smirnoff

17:00 a 18:00 hs - Presentación de Smithsonian Channel en Latinoamérica

Disertante: David Royle, de Smithsonian Channel; Mónica Barrios, de Smithsonian Channel

Jueves 7 de junio

9:00 a 12:00 hs - Workshops de Blackmagic

11:00 a 11:30 hs - PANEL: Los retos de la transición a la Radio Digital

Disertantes: Fabián Zamarrón HD Radio. Guillermo Franco, director general Multimedia. Guillermo Montero, Entuizer. Michel Meneses, Radio Independiente

Moderador: Mario Fromow, IFT

12:00 a 12:30 hs - Firma del convenio: La radio en tu casa

Participantes: ATIM y Edgar Pereda de @FM te conecta

13:00 a 13:45 hs - Fake News

Disertante: Amadeo Díaz Moguel, de RTC

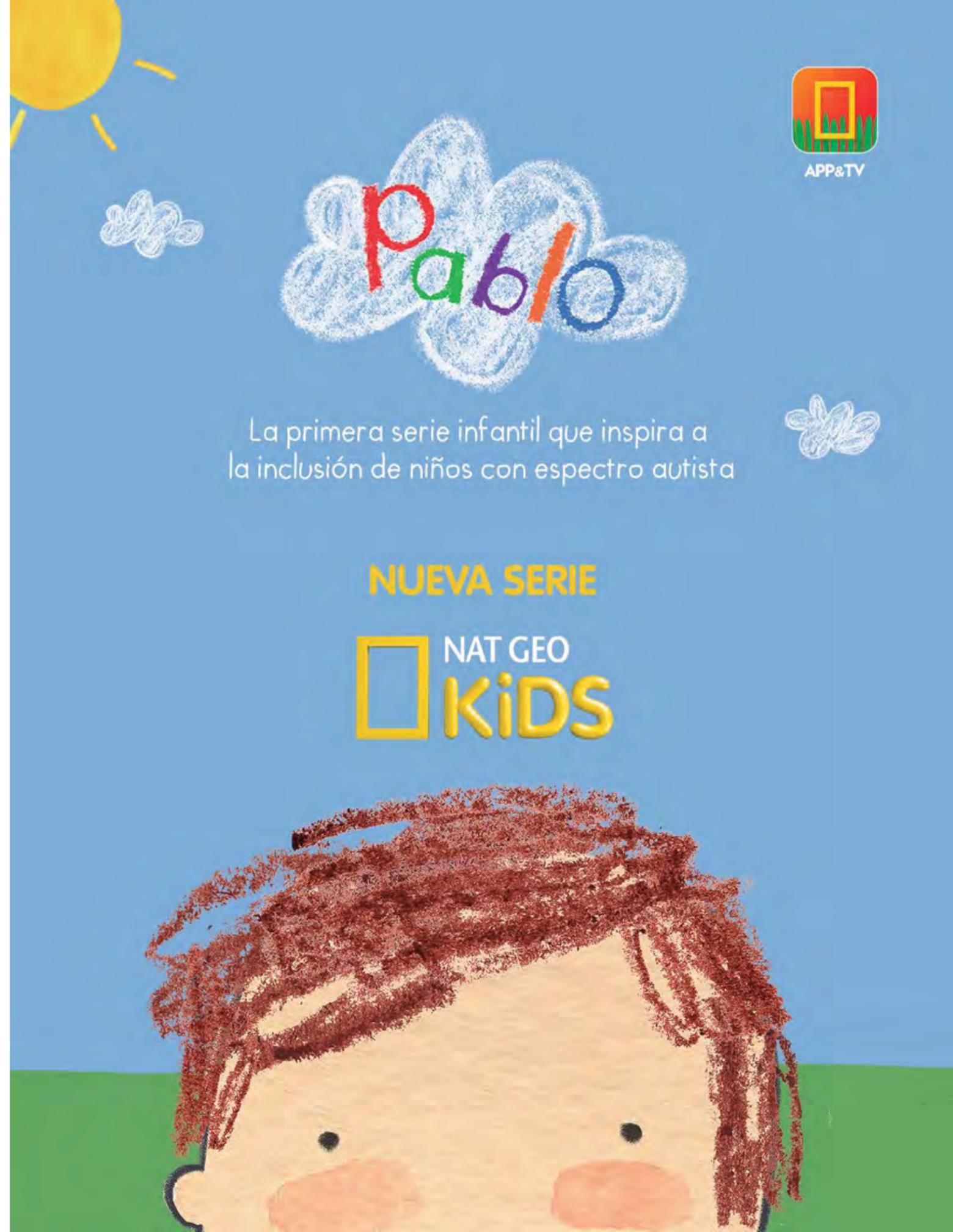
14:00 a 15:30 hs - Radio: Contraprestaciones por las Prórrogas en Radiodifusión

Moderador: Comisionado Robles, de IFT

16:00 a 16:45 hs - Retos de la regulación en el entorno digital: TV, Radio e Internet

Disertantes: Blanca Coto, de SIGET; Javier Juárez Mujica, de IFT; Roy Salazar; Edwin Ovidio Castillo García, Director Nacional de Telecomunicaciones de Panamá

Moderador: Bader Dip, Secretario de la Comisión de Telecomunicaciones del Congreso Nacional de Honduras



La primera serie infantil que inspira a la inclusión de niños con espectro autista

NUEVA SERIE

NAT GEO
KIDS



LA QUERIDA DEL
CENTAURO



LUCIFER

GAME FACE

BOTCHED



STUDIO
UNIVERSAL



SYFY



UNA INCREÍBLE
EXPERIENCIA EN
ENTRETENIMIENTO

NBCUniversal
INTERNATIONAL
NETWORKS

Studio Universal, Universal Channel, SYFY y E! Entertainment Television son canales distribuidos por HBO Latin America Group.

MÉXICO

Sky crece en HD con una oferta fortalecida

Lanzó nuevo servicio de Internet inalámbrico

‘El mercado de televisión paga en México tuvo un crecimiento muy acelerado del 2009 al 2016, liderado por Sky. El año pasado, el incremento fue marginal pero creemos que todavía hay oportunidades. El Mundial atraerá más suscriptores pero de todas maneras habrá cierta moderación. Ya el mercado de telecomunicaciones (voz y datos) sigue con un buen desempeño y esperamos poder aprovechar el gran potencial que todavía existe, con nuestra oferta de internet inalámbrico’, dijo Alex Penna, gerente general de Sky México.

A nivel general, el grupo cerró el 2017 con un total de 8 millones de abonados. En pospago, totalizó 1,6 millones con una pérdida de 129.000 suscriptores, donde 32.000 pertenecen a Centroamérica y República Dominicana. Además, superó los 550.000 abonados HD, siendo el segmento de mejor desempeño, con un crecimiento de 20% respecto al año anterior.



Dijo Penna, que en prepago Sky totalizó 6,4 millones con un incremento de 104.000 suscriptores.

‘Además de mantener nuestras exclusivas de deportes (LFP, EPL, Liga MX, NFL Sunday Ticket, MLB, Ferias Taurinas de España, entre otros), hemos robustecido nuestra oferta de Sky HD añadiendo nuevos canales en alta definición. En este año mundialista, seremos la única plataforma a ofrecer los 64 partidos siendo 24 en exclusiva’, explicó Penna.

Y agregó: ‘Seguimos robusteciendo nuestra plataforma OTT, Blue To Go Video Everywhere, con nuevas funcionalidades y sumando apps de los programadores. La aceptación ha sido muy buena y sigue creciendo el número de suscriptores’.

Nuevo servicio de Internet inalámbrico
‘Seguimos avanzando todavía faltan



Alex Penna, gerente general de Sky México

equipar algunas centrales y afinar algunos procesos administrativos y en la operación en campo. El 15 de mayo de 2018, lanzamos nuestro nuevo servicio de Internet Blue Telecomm Inalámbrico (fixed wireless Internet), donde ofrecemos dos paquetes: 5Mb por 225 pesos mensuales y 10Mb por 375 pesos mensuales’.

‘El nuevo servicio está dirigido a hogares que no cuentan con conexión a Internet porque las empresas que ofrecen el servicio a través de cable o fibra óptica no llegan a su zona o no tienen capacidad suficiente’, finalizó.

MÉXICO

TotalPlay marca la diferencia con su interfaz innovadora

A partir de Eduardo Kuri y su equipo de desarrolladores

TotalPlay, la empresa de TV paga del Grupo Salinas, tiene la mejor plataforma de México en cuanto al look & feel / interfaz; su CEO, Eduardo Kuri es un gran ingeniero en tecnología y siempre está innovando con su gran equipo interno de desarrolladores.

Pocas empresas tienen esto puesto que, generalmente, los operadores compran una interfaz y no pueden cambiarla. Otras por ejemplo, incluso las de DTHs líderes, llevan años siendo prácticamente las mismas y las de otras empresas que se lanzaron al mercado de TV paga como



telcos y son fuertes en fibra, con lo que podrían tener la misma capacidad, no consiguen las mismas prestaciones.

Lo que también es impresionante es su crecimiento en kilómetros de fibra. Sin duda, Totalplay ha hecho una fuerte apuesta,

ganándoles terreno a sus competidores directos. Contar con un grupo tan fuerte atrás, sin duda, es un elemento importante para el desarrollo de cualquier empresa.

En contenido, el operador tiene una estrategia amplia de subir todos los canales con un público que incluye consumidores



Eduardo Kuri y Pedro Carmona

de clase media hacia adelante y en grandes ciudades. Esto es muy atractivo pero igual busca afrontar los cambios de consumo donde la gente pasa el 70% de su tiempo en OTT y el 30% restante con sus cuatro o cinco canales lineales preferidos.

ESPN



EL COMIENZO DE
LOS SUEÑOS

SIGUE LAS TRANSMISIONES DEL MEJOR DEPORTE COLEGIAL EN LA SEÑAL DE ESPN SEC Y LA EMOCIÓN DEL DEPORTE UNIVERSITARIO EN LA SEÑAL DE ESPN U.

*ENCUÉNTRALA EN LOS CANALES 712 Y 713 DE CABLETICA EN COSTA RICA, 399 Y 400 DE CABLE ONDA EN PANAMÁ, 348 Y 349 DE ALTICE EN REP. DOMINICANA, 538 Y 539 DE TOTAL PLAY EN MÉXICO



izzi supera los 10 millones de accesos en todos sus servicios

Crecimiento impulsado por el segmento de datos

Salvi Folch, director de izzi, la operación de telecomunicaciones unificada del grupo Televisa, concedió un reportaje a Prensario de cara a ConvergenciaShow, donde afirmó que el año pasado fue de desafíos y grandes logros para la compañía. 'A pesar de un complicado contexto nacional en materia económica, izzi logró mantener un crecimiento sostenido tanto en su número de usuarios, como en ingresos', señaló.

Al finalizar el 2017, izzi contaba con más de 10 millones de accesos de video, datos y voz, casi un 4% más que en 2016, impulsado principalmente por la incorporación de 466.000 accesos de datos que, a la fecha, ya superan los 4 millones, según informó el ejecutivo. En este contexto, los ingresos también aumentaron, en un 3,6% respecto al año anterior.

'Todo esto es resultado de la preferencia de los consumidores que han encontrado en nuestra marca la mejor opción en calidad, precio y servicio. De acuerdo a encuestas a usuarios del IFT, nuestro servicio de Internet se encuentra prácticamente en primer lugar en el Índice General de Satisfacción de Usuarios', explicó Folch.

'Desde su lanzamiento en 2014, izzi ha mantenido una fuerte apuesta por la innovación y el cambio. Hoy izzi es el segundo operador en el segmento fijo (telefonía e Internet) del sector de telecomunicaciones y es el operador que más invierte en sus redes e infraestructura, en proporción a sus ingresos', agregó.

Como símbolo de esa innovación, la empresa comercializa la plataforma izzi go, que ha crecido a un ritmo del 10% año a año. 'Esto trae consigo mayores niveles de utilización y satisfacción en nuestros clientes', dijo.

'Nuestra industria continúa cambiando a paso acelerado, por lo que buscamos siempre estar un paso adelante. Este año, lanzamos la mejor oferta de doble play en el mercado, 50 Megas por 500 pesos, la más alta velocidad, que además incluye llamadas



ilimitadas a fijos y celulares en más de 90 países del mundo, al precio más competitivo', completó.

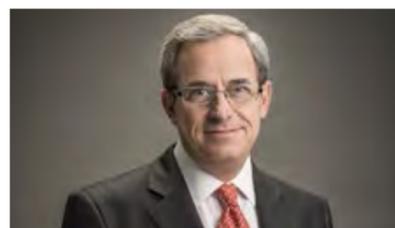
Más títulos on demand

'Hemos incrementado la oferta de títulos On Demand en la plataforma de izzitv. Ahora ofrecemos más de 38.000 contenidos. Ofrecemos contenido de blim, HBO GO, FOX Premium, Discovery, Cartoon Network, Antena 3 y más. Todo en HD. Este contenido también está disponible donde sea a través de izzigo app', remarcó el director del grupo. 'Contamos ya con 68 canales en streaming en izzi go. Recientemente agregamos FOX Sports, FOX Sports 2, FOX Sports 3, FOX, Nat Geo, Cartoon Network, TNT, CNN Internacional y más'.

Finalmente, se refirió a la oferta para el Mundial, que incluye la transmisión de 40 partidos, 10 de ellos exclusivos de la señal TDN, en vivo, en HD en la televisión y en streaming en dispositivos móviles.

El mercado de México

De acuerdo a Salvi Folch, la reforma de telecomunicaciones detonó una dinámica positiva de competencia en el mercado de TV paga en México. 'Crecen de manera constante todos los operadores, tanto en suscriptores como en ingresos, además de que se ha presentado la entrada de nuevos operadores y la integración de las OTTs y los servicios IPTV. La adopción de los servicios de TV de paga en México creció casi 30% desde 2013, de acuerdo a cifras del IFT, ya que los precios se han contenido por más de 5 años, por debajo de la inflación y de las fluctuaciones del dólar, lo que ha provocado que seamos



Salvi Folch, director de izzi

una opción de entretenimiento muy atractiva para los consumidores'.

Aunque comentó: 'En cuanto a inversiones, en comparación con otros mercados del sector telecom, el de TV Paga es el más dinámico y que ha logrado una mayor diversificación en sus servicios. Gracias al ambiente de competencia en este mercado, todas las empresas de televisión restringida han hecho importantes inversiones en el despliegue de más y mejor infraestructura'.

'Esto ha permitido que hoy los mexicanos tengan más opciones de servicios de telefonía e Internet, con mayor capacidad y mejores precios. Así, un reflejo positivo es que han disminuido 25,3% de 2013 a marzo de 2018. Entre 2013 y 2016, las cableras incrementaron sus inversiones en casi 150%, lo que significó 28 mil mdp'.

Concluyó: 'Nos enorgullece que izzi ha sido la empresa que más ha invertido en servicios fijos, en relación con sus ingresos. Somos un operador clave que ha sentado bases importantes para, esperemos en el corto plazo, un entorno de mayor competencia en servicios fijos de telefonía e Internet'.

Suscriptores de izzi por servicio a marzo 2018				
Servicios	1T18	1T17	Variación unitaria	Var. %
Video	1.040.006	1.000.566	39.440	3.9
Internet	1.180.930	1.068.012	112.918	10.6
Telefonía	796.488	767.940	28.548	3.7
Total de RGUs	3.017.424	2.836.518	180.906	6.4

Fuente: izzi



Desde hoy, lo delicioso será mucho más tentador



Le damos la bienvenida a Food Network AL MENÚ DE CANALES DE DISCOVERY





Megacable logra crecimiento en todos sus servicios

Buen desempeño de Internet y gran impulso del OTT

Megacable viene de cerrar un año de gran crecimiento, con números positivos en los tres servicios residenciales al cierre del primer trimestre del año, así como en los segmentos empresariales y corporativos. 'Tenemos crecimientos importantes en video, del 6,6% anual, algo que pocas empresas han podido lograr, en Internet el incremento fue de 20%, y en telefonía de 24%', afirmó Enrique Yamuni, director general del operador mexicano.

En TV paga, totalizó de 3.101.244 suscriptores en el primer trimestre. La empresa totaliza 600.000 clientes con HD, 73% más que en el 1T17. Megacable registró 7,4 millones de unidades generadoras de ingresos con un aumento de 15,3%, para llegar a 2,13 millones, un crecimiento significativo en comparación al primer trimestre del año anterior.

Yamuni dijo que la empresa concretó inversiones en infraestructura por 4.692.560 millones de pesos (USD 238.161) y para este año llegará a los 5.081.046 millones de pesos. En el primer trimestre del año, obtuvo un incremento en sus ingresos de 18,6% respecto al mismo periodo del año anterior y mantuvo la tendencia de crecimiento en todos los servicios.

Crecimiento del OTT Xview

La plataforma OTT Xview alcanzó los

249.000 suscriptores al primer trimestre de 2018, tras sumar 79.000 usuarios entre enero y marzo de este año, mostrando un crecimiento trimestral de 46,47%.

'La forma de ver la TV y los hábitos de consumos están cambiando. Megacable ha puesto especial atención en eso y nuestro producto responde a estas expectativas. Con

Xview nuestros suscriptores pueden tener el control de lo que ven, en donde lo ven y a qué hora lo ven por una multiplataforma que está disponible tanto en el hogar como en cualquier parte a través de un dispositivo móvil', remarcó Yamuni.

'El servicio contiene una gran variedad de películas y series adquiridos como *The Handmaid's Tale* a los Major Studios como **Paramount Channel, Disney, 20th Century Fox, Sony**, así como todo el contenido de la aplicación **Crackle** que se encuentra incluida dentro de la oferta de contenido de Xview. Las películas y series de estos proveedores son elegidas por su relevancia adquirida en el mercado de TV paga así como su éxito en su paso por otras plataformas OTT, de manera que el suscriptor siempre encuentre títulos relevantes'.

Sobre el diferencial de su oferta, el ejecutivo afirmó: 'Xview es un producto innovador y a diferencia de otras plataformas combina los



Enrique Yamuni, director general de Megacable

canales de televisión lineal en HD con cerca de 8.000 horas de contenidos en demanda de los mejores títulos, destacando cientos de películas y series populares. Xview es una plataforma que le permite al usuario grabar, pausar y regresar hasta 48 horas en aproximadamente 100 canales en un esquema multipantalla a través de su TV, celular o tablet'.

Novedades en programación

'Actualmente estamos adquiriendo series españolas que han tenido un éxito muy importante en otras plataformas y vienen a complementar la diversa librería con la que cuenta actualmente el servicio. Además, estamos incursionando en incluir contenido de algunos youtubers relevantes en nuestro país, dándole la opción a nuestro suscriptor de ver contenido de sus personajes favoritos sin salir de su plataforma Xview', concluyó el director general de Megacable.

EWTN: El principal generador de noticias del mundo católico

Juan Manuel Youshimats, Gerente de Mercado Internacional de EWTN, señaló que la señal católica estará en ConvergenciaShow, un evento que despierta gran interés porque 'nos permite contactar a los cableoperadores pequeños; el evento crece año a año y esperamos que siga', afirmó.

El ejecutivo afirmó que EWTN es el principal generador de información en el mundo católico

a nivel global y ahora acaba de reestructurar el área de noticias. 'Tenemos una sede en Roma cerca del Vaticano para tener información de primera mano de la Iglesia. Acabamos de lanzar el segundo servicio de noticias en español', agregó.

En cuanto a la distribución, destacó el crecimiento orgánico con nuevos operadores y anunció su incorporación al DTH de Claro en Argentina. La programación se destaca por su



Juan Manuel Youshimats

calidad y ha recibido el premio Gabriel por sus documentales. Además, acaba de lanzar una serie de vida de los santos dramatizada que facilita la transmisión del mensaje.

LECCIONES E2018



LA COBERTURA MÁS COMPLETA DE LA
CONTIENDA ELECTORAL LA TIENES EN

MEGANOTICIAS



f meganoticiastvc

@meganoticiastvc

CANALES
MEGACABLE 150 / 1150 HD • DISH 358 • TOTALPLAY 235



ATIM: 'Estamos logrando la transformación de cableros a dateros'

Impulsa el despliegue de FTTH

'ATIM seguirá impulsando la transformación a fibra al hogar a sus asociados, la eliminación de regulación en TV restringida, la creación de una NOM para infraestructura pasiva en vialidades municipales y estatales, así como para acceso a casas y edificios; impulsará equidad en el mercado de contenidos, detalló **Salomón Padilla**, que busca junto a la asociación de operadores mexicanos eliminar las barreras para el despliegue de infraestructura en municipios.

En el último año, se ha logrado como principal hito llevar el acceso a Internet a las poblaciones rurales y la implementación de FTTH a esas zonas. 'Estamos logrando la transformación de cableros a dateros'.

Sobre el mercado mexicano, Padilla comentó: 'En este momento estamos viviendo las consecuencias de las concentraciones tanto de operadores como de empresas de contenidos y la incursión de estas últimas al mercado de venta directa. Sin embargo, la regulación actual en temas de contenidos no está asu-

miendo una cancha pareja para todos los competidores'.

'Esto genera presiones regulatorias a los concesionarios que no deberían de existir y que no permite competir en igualdad de condiciones con las OTTs. Nosotros no estamos de acuerdo que se regulen las OTTs pero sí en que se desregule la TV paga para que pueda tener espacio de adaptación rápida a los gustos de los consumidores', completó.

ConvergenciaShow

'Este año esperamos superar la asistencia al evento, además de que cada vez se suman más elementos de la convergencia.



El objetivo de Convergencia es la participación en este único show de negocios de todo el ecosistema de telecomunicaciones y entretenimiento digital; creemos que vamos por el camino correcto'.

Este año, el evento contará con la participación de **Canieti**, **Anatel** y **Radio Independiente de México**, **SCT** y **Promptel**, confirmando su importancia.



Salomón Padilla, de ATIM

En este marco, Padilla adelantó sobre ATIM: 'Este año se integrarán la radio y TV abierta, que por alguna razón se manejan por separado pero son parte de la convergencia tecnológica en el mundo, ya que todo se maneja por multiplataformas'.

'Tendremos un reconocimiento especial a la trayectoria a **Pepe Ciprés**, uno de los decanos de la TV restringida en México y también la participación de reguladores de Panamá y El Salvador que nos compartirán sus experiencias, junto con legisladores de Honduras, reguladores mexicanos y operadores de Costa Rica. Este dialogo puede ser muy provechoso para cambiar paradigmas en esta la industria convergente', finalizó.

Fox Sports adquirió los derechos de transmisión de los Rayados de Monterrey

Fox Sports Latin America anunció la adquisición de los derechos globales exclusivos de transmisión multiplataforma del **Club Rayados de Monterrey**. El acuerdo por cinco años, que contempla diez temporadas Apertura-Clausura, se hará efectivo a partir de julio de este año con el inicio del Torneo Apertura 2018 y se extenderá hasta el Torneo Clausura 2023.

Fox Sports emitirá en vivo y en exclusiva en México y Latinoamérica todos los partidos de Liga MX que Monterrey dispute en casa, así como de Copa MX y encuentros



amistosos a través de sus canales lineales y plataformas digitales, incluyendo la App de FOX Sports. Además, los fans de Rayados en Estados Unidos también podrán disfrutar de todas las transmisiones en vivo a través de FOX Deportes en español y de los canales y plataformas de FOX Sports en inglés.

Carlos Martínez, presidente de Fox Networks Group Latin America, dijo: 'Agradecemos a la comisión directiva del Club Monterrey por la oportunidad y la confianza de poder transmitir los juegos del Club a través de FOX Sports

en México, Latinoamérica y los Estados Unidos. La adquisición de estos derechos, es parte de la estrategia de FOX Networks Group de ofrecer contenido relevante para nuestros suscriptores. Estos derechos, junto con los recientemente adquiridos de Xolos Tijuana, Santos Laguna, así como la renovación de los derechos de los Clubes Pachuca y León, UEFA Champions League, Liga de Campeones Concacaf, Fórmula 1, UFC, WWE y Bundesliga; son parte fundamental en el desarrollo de nuestra completa propuesta de contenido de entretenimiento y deportes Premium en México'.

az TV DE PAGA



azciñema
INVOLVIBLE

LA NOSTALGIA EN ALTA RESOLUCIÓN

azcorazón
LA VIDA QUE SUÑAS



HISTORIAS QUE PROVOCAN TODAS LAS EMOCIONES

azmundo
ES MIO



EL CANAL QUE TODOS QUIEREN VER

azclik
CONECTA TU VIDA



¿CUÁL ES EL PUNTO?

Azteca uno
-1 HORA

Azteca uno
-2 HORAS

aztvdepaga.com

@ / AZ TV DE PAGA



MVS: Servicio integral para los operadores

Jorge Tatto, director de ventas de señal y comercialización en MVS, se refirió a la clave del éxito de la empresa. 'Nuestras señales llegan cada vez a más hogares gracias a que creamos relaciones comerciales positivas con concesionarios, donde reciben atención y servicio postventa integrales'.

Y agregó: 'Trabajamos de la mano con temas de marketing, finanzas y programación. Esto genera relaciones más benéficas en donde el operador tiene las herramientas para hacer crecer su sistema y finalmente este crecimiento, nos impacta de manera positiva también a nosotros'.

Programación

'Hemos extendido nuestro portafolio. Hace unos meses integramos para toda Latinoamérica la señal La Mejor TV que se une a 52MX, Multipremier, Multicinema, Cinelatino, Antena 3, Claro Sports, Nu Music. La Mejor

TV, surge a partir de la cadena radiofónica más importante en México del género grupero. Ha generado una respuesta muy favorable por los operadores y más aún por las audiencias', explicó Tatto.

'Por otro lado, en 52MX, que ya está disponible en HD, estamos trabajando en la producción de *Los Futbolcheyques* en el marco del Mundial donde, además del tema futbolístico, se compartirán con la audiencia temas de cultura, fiesta y gastronomía de Rusia'.

El ejecutivo remarcó que el diferencial de MVS son las señales dirigidas a diferentes audiencias, que son permanentemente estudiadas en sus hábitos de consumo. 'Cada una de nuestras señales es única; por ejemplo, **Multicinema** se especializa en los géneros acción, terror y suspenso, que componen 14 de las 20 películas más taquilleras del 2017'.



Jorge Tatto

Sobre el mercado mexicano, Jorge Tatto opinó: 'Si bien la TV paga en nuestro país ha sufrido una desaceleración por el surgimiento de diversas plataformas, hoy México es líder en participación en Latinoamérica. Esto nos comprueba que tenemos grandes oportunidades de seguir creciendo. Tenemos que aprender a convivir con otras plataformas y entender que los servicios son complementarios. Con esta idea, el objetivo deberá ser seguir creciendo y aprovechando las ventajas que la TV paga tiene en la industria del entretenimiento'.

MÓRBIDO TV

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

f MÓRBIDO TV @MORBIDOTV

WWW.MORBIDO.TV



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

Multimedios el canal que todos vemos.

ENTRETENIMIENTO



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

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

INFORMACIÓN



Para los seguidores exigentes de la música regional mexicana

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

MÚSICA Y ENTREVISTAS





StarTV ya cubre el 87% del territorio mexicano

Alianza con Televisa para el Mundial

‘StarTV sigue siendo el irreverente del mercado de la TV de paga en México’, afirmó **Bruno Pruneda**, director general de StarTV, que en el primer trimestre del año alcanzó una cobertura de 87% del país con presencia en 28 de los 32 Estados.

‘StarTV se ha consolidado en el mercado este primer semestre de 2018 con una oferta atractiva y de gran contenido; aún sin contabilizar los posibles resultados de las promociones para Rusia 2018, ya estamos en más de 150.000 suscriptores’, agregó en referencia a su gran iniciativa de cara al Mundial de Fútbol.

A partir de una alianza con **Televisa Networks**, se podrán ver diez juegos del campeonato del mundo en exclusiva a través del canal **TDN**. La oferta de StarTV va desde 159 pesos mexicanos (USD 8,3).

Además, la empresa sigue fortaleciendo **StarGo**, su marca de Internet satelital de última tecnología, diseñada para zonas de difícil acceso o sin acceso tradicional del servicio. ‘Con StarGo hemos logrado conectar a más de 1000 escuelas rurales y centros de salud rural, es increíble escuchar que los médicos ya puede subir los expedientes de sus pacientes de manera remota o consultar en la red sobre una medicina y no tener que trasladarse 3 o 4 horas por terracería para llegar a una clínica con Internet; o ver a cientos de alumnos recibiendo clases vía videoconferencia. Estamos conectando México’.

Más entretenimiento

‘En abril de 2018 lanzamos las señales Premium de Fox tanto en “bundle” como en modelo a la carta, lo que nos ha ayudado a subir el porcentaje de paquetes con mayor ARPU. Atrás del lanzamiento comercial, hubo un trabajo de meses que iniciamos junto a la empresa para capacitar fuertemente a nuestros distribuidores para que conocieran el contenido y la forma de venta de este paquete’, explicó Bruno Pruneda.

Además, se refirió a las inversiones en tecnología: ‘Estamos incorporando una nueva interfaz más amigable en nuestra STBs (cajas) e incluyendo una guía de programación sencilla pero mucho más visual’.

Completó: ‘Al ser una compañía nueva, seguimos soportando la operación en términos de inversión en STBs, antenas, etc. con el fin de seguir creciendo rápidamente y que esto nos dé acceso a ahorros por volumen tanto en tecnología como en contenido’.

Menos es más

Sobre el mercado actual de TV, opinó el ejecutivo: ‘Los canales de TV paga a nivel mundial deben ser más innovadores y tomar más riesgos; darse cuenta que el mercado ya no quiere muchos canales con pocos contenidos exclusivos. Hubo un momento hace 25 años que todos buscaban grandes paquetes de canales, hoy menos es más’.

‘Los programadores deben de eliminar la venta de paquetes de canales a los operadores



Bruno Pruneda, director general de StarTV

de TV paga, deben de darnos la libertad de buscar los mejor según el segmento de cada operador’, dijo Pruneda y comentó: ‘La estrategia que maneja **Disney** es muy inteligente, pocos canales pero muy bien reforzados, veamos qué cambios hace ahora con Grupo Fox en Latinoamérica, quienes manejan una estrategia muy eficaz pero muy distinta’.

‘Por otro lado, los canales deben eliminar los spots entre programas o series. Entiendo perfectamente que esta rama de negocios representa mucho dinero y que no puede ser de un día para otro, pero si no cambian de spots a producto integrado, la audiencia va a seguir migrando a plataformas OTT, ya nadie está dispuesto a ver 3 ó 4 minutos de anuncios seguidos y entre su película o programa favorito’.

Concluyó: ‘Las OTTs en México y bajo mi punto de vista, son un gran complemento, es decir, el cliente busca un paquete económico y de pocos canales de TV de paga y suma entre 1 y 2 OTTs; claro, esto sucede en las zonas conectadas, pero en el resto de poblaciones sin red (que en México es el 70%) la TV satelital y el internet satelital son la mejor opción de entretenimiento e información’.



LOS CANALES ORIGINALES AHORA EN MÉXICO

Outdoor CHANNEL

WORLD FISHING NETWORK

SATMARKT GROUP
Representante exclusivo para México

alfonso@satmarketing.com
Tel.: 55 6583 0628

LA HISTORIA DE UNA PASIÓN



UN EVENTO MUNDIAL DE 14 DÍAS
MAYO 28 - JUNIO 10

tuhistory.com



América Móvil mantiene su liderazgo en servicios fijos

México fue el mercado con mejor desempeño del grupo América Móvil durante el primer trimestre del año, con crecimiento, tanto en el segmento fijo, operado bajo la marca **Telmex**, como en el móvil, con **Telcel**. De acuerdo a su informe trimestral, la empresa mostró un crecimiento en sus ingresos por servicios que aumentó de 3,3% en el cuarto trimestre del año anterior, a 6,3% en el primero del 2018, mientras que los ingresos móviles aumentaron 12,8% en un año.

La empresa totalizó 74 millones de suscriptores móviles, mostrando un crecimiento anual de 1,4%, mientras que el segmento fijo tuvo un leve decrecimiento de 0,3% en relación al mismo periodo de 2017, para totalizar 22 millones de accesos totales entre banda ancha y telefonía fija.

A nivel infraestructura, Telmex anunció el lanzamiento de **Gigared**, su red 4,5G en marzo de este año, que ya está disponible en México

en todas las áreas de cobertura 4G ofreciendo velocidades de conectividad móvil mucho más altas, con video y voz en alta definición, permitiendo conectar millones de dispositivos simultáneamente. 'Podemos ofrecer 4,5G gracias a las inversiones que hemos realizado para modernizar completamente nuestras redes en México', expresa la empresa en su informe para accionistas.



Resolución de IFT

En cuanto al negocio, en marzo la empresa fue notificada de la resolución emitida por el **Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)**, en la que determina los términos de implementación por los que Teléfonos de México, y Teléfonos del Noreste (Telmex) deberá separar legal y funcionalmente la provisión de servicios mayoristas regulados fijos,

a través de la creación de nuevas personas morales con un gobierno corporativo propio e independiente de aquel de las empresas



Héctor Slim Seade, director de Telmex México

concesionarias de América Móvil y de una división mayorista dentro de Telmex. La Entidad Separada será una subsidiaria directa de Telmex y le serán transferidos los activos y personal necesario para la prestación de los servicios mayoristas a su cargo.

Telmex contará con un término de dos años para implementar la separación ordenada por el IFT. Para ello, la resolución establece un calendario y obligaciones de entrega de información periódica al IFT. La resolución del IFT notificada será impugnada conforme a las leyes aplicables. Su cumplimiento es obligatorio, por lo que Telmex iniciará el proceso de separación ordenado.



Telefónica integra Netflix a su oferta de TV y video en Latinoamérica

Movistar finalizó el primer trimestre del año con 26 millones de accesos de su oferta total de servicios de telefonía móvil e Internet en el hogar, su producto de banda ancha a través de infraestructura móvil que, tras el lanzamiento en el cuarto trimestre, ya alcanza 10.000 accesos. Según el reporte trimestral de la compañía, los resultados comerciales permanecen sólidos con una ganancia positiva en prepago y mayor actividad comercial respecto al año anterior, como resultado de las mejoras en los canales de distribución y en su oferta comercial.

La gran noticia de la compañía a nivel de



Latinoamérica, es la incorporación de **Netflix** a través de las plataformas de TV paga y video de Telefónica en toda la región. Ambas empresas anunciaron un acuerdo para varios años que abarca los países de América Latina donde opera **Telefónica**.

El acuerdo incluye un amplio rango de iniciativas a implementar que variarán dependiendo de cada mercado. Entre ellas, la integración de la aplicación de Netflix en los decodificadores de televisión de pago de Movistar TV y la posibilidad de acceder a Netflix desde el servicio de video OTT Movistar Play así como la opción de realizar el pago de la suscripción al servicio



Carlos Morales Paulin, presidente de Telefónica México

de Netflix a través de la factura de Telefónica.

Además, el acuerdo contempla otras propuestas como la incorporación de Netflix a algunos planes de datos móviles que permiten a los clientes de Telefónica ver video por streaming sin que ello suponga un consumo sobre sus paquetes de datos estándar.



LA CADENA FRANCESA DE ACTUALIDAD INTERNACIONAL

LIBERTÉ · ÉGALITÉ · **ACTUALITÉ**



France 24 está disponible en idiomas español, inglés y francés
vía cable, por satélite y en las plataformas digitales.

americalatina@france24.com



LAS VOCES DEL MUNDO

En español y otros 13 idiomas

PROGRAMAS DE AUDIO 24/7:

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

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

americas@rfi.fr

Fox Media presentó el *Engagement Optimizer*

Gran innovación que permite medir el engagement en AdSales

Después de reuniones con agencias, marcas y la prensa, lideradas por **Juan Vallejos**, EVP de Acuerdos Comerciales en **Fox Networks Group**, la empresa lanzó la nueva plataforma *Engagement Optimizer*, que se empezará a utilizar en México, Brasil y Argentina.

La iniciativa surge a partir de la concepción de que las métricas actuales son suficientes para medir todos los aspectos de AdSales, y que se necesita un cambio. El conocido creativo y ejecutivo publicitario, **David Droga**, afirmó que 'si el medio evoluciona, las grandes marcas quedan y las pequeñas desaparecen', y FNG es especialista en hacer grandes marcas en un contexto en el que la TV paga crece a un ritmo de 40% anual, impulsado por **Fox Media**.

La empresa lanzó *Business Intelligence* hace tres años y ahora cuenta con insights basados en los datos.

Daniela Novick, VP de Research, remarcó que es necesario poner foco en el engagement y en lo que la marca hace sentir a la audiencia. En este sentido, se realizó un estudio para conocer la relación de las personas con las propiedades deportivas pero no fue suficiente.

Fue así que junto a socios como P&G y el apoyo de las universidades Harvard y Berkley, buscaron un nuevo sistema para medir el engagement. Primero se armó un living en un laboratorio de Harvard con 97 personas hispanoparlantes durante dos semanas, con 11 marcas. Descubrieron que había una correlación positiva alta entre la variabilidad de la frecuencia cardíaca y el engagement. A partir de este descubrimiento, se empezó a promover el uso de bandas cardíacas disponibles en medicina pero nunca antes utilizada en medios. Por primera vez, se llegó a un método para medir esto en tiempo real.

Engagement Optimizer

Tras una primera prueba en México,

se lanzó el *Fox Engagement Optimizer*. En el test, se midieron 800 participantes en tiempo real; considerando que **Nielsen** en ese país alcanza 1000 hogares, la muestra fue muy importante. La medición se hizo 24x7 en un contexto real donde la gente veía televisión con estas bandas en un método no invasivo.

Se colectaron 21 millones de datos, a partir de esas bandas conectadas por bluetooth a unos smartphones que fueron entregados a cada persona con un TNMS Ad Spotter que existe en México, que incluso detecta el movimiento de la gente. También había encuestas push up.

Descripción de Harvard

Fue importante contar en la presentación con **Felix Oberholzer-Gee**, Chair MBA Program de **Harvard**, que explicó que cuanto más engagement más corto es el espacio entre latido y latido. Mostró que los que más generan son los eventos deportivos con un ratio de 71, luego las series con 69, las películas 66,5, los comerciales y promos 66 y por último el factual con 64.

En deportes, sobre todo mueven los equipos locales. Lo interesante es que en los comerciales y promos el engagement es similar a la programación normal.

Los resultados cambian persona a persona; así un fanático de los deportes tendrá un efecto mayor que una persona que ve películas. También hay diferencias según el contexto.

No tiene relación con el rating

Según explicaron en la presentación, el engagement no tiene correlación con el rating. De la misma manera, en lo digital se sabe de clicks pero no de engagement. Es muy distinto, una tercera dimensión frente al alcance o rating y los análisis demográficos. Puede haber programas con buen rating y poco engagement, y viceversa. Incluso dentro de cada programa como *Los Simpsons* son diferentes. En el



Cristina Furelos, Daniela Novick, Juan Vallejos, de FNG y Felix Oberholzer-Gee, de Harvard

promedio del programa y el mejor hubo 58,9 puntos de diferencia de engagement. En el fútbol americano, que es agresivo y con ritmo, se puede optar por la publicidad que coincide con eso como la de **Doritos**, o la de **Budweiser** que elige mostrar caballos, sol y niños jugando para crear contraste. La respuesta es que tiene razón **Doritos** en engagement, pues obtuvo 15 puntos adicionales de variabilidad cardíaca.

Otra conclusión es que hay un mayor resultado de engagement si el programa anterior también lo tuvo. Si le gusta el comercial y el show que está viendo se potencia. La intención de compra se incrementa al máximo cuando hay más engagement y lo primero que se puede hacer es una prueba en una doble escala de Alcance/Rating y engagement y buscar un equilibrio.

Puesta en marcha para 2019

Agregó **Cristina Furelos**, VP Commercial Partnerships Cono Sur, destacó que estas herramientas vienen a dar experiencias, que es lo que se busca hoy. Tener mediciones adicionales para eso es clave en multiplataforma y televisión. Hoy las métricas no son suficientes y no reflejan lo que pasa en la audiencia. La nueva moneda será ya noGRP's sino GREP's que incluya engagement y estudios de ROI.

Se trabajará mucho desde el Fox Lab y en tener un targeting avanzado (no sólo midiendo franjas de edad) y con pautas dinámicas. Ya esperan desarrollar el software en el primer Q de 2019 para lanzarse con todo a fin del año próximo.

¿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.

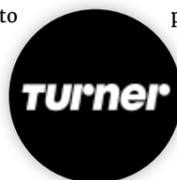


BBC World News

Turner México designa nuevo director de AdSales

Alejandro Manrique reportará a Sharon Zyman

Turner anunció el nombramiento de **Alejandro Manrique** como nuevo Director de Ad Sales para México, reportando a **Sharon Zyman**, Gerente General de Turner México & VP, Ad Sales México.



para sostener el liderazgo, contribuir y mantener la posición de Turner como uno de los principales competidores en la industria de TV de paga; a la par de cumplir con los objetivos propios del área del negocio.

Entre las principales responsabilidades de **Alejandro Manrique** se encuentra la reorganización interna del equipo de Ad Sales, así como el fortalecimiento de este importante pilar con una visión a futuro, que permita afrontar los retos que presenta la industria actualmente.

Manrique será un factor determinante

Previo a unirse a Turner México, Manrique colaboró en **Televisa** durante 12 años, ocho como gerente de ventas nacionales. Posteriormente fue Director de Marketing de Televisa TV paga, en donde tuvo a su cargo las áreas de integración de producto, relaciones públicas, producción interna



Alejandro Manrique

y medios. Durante estos últimos cuatro años, logró incrementar la integración de producto en los canales de TV paga en más de 200% y creció la plantilla del equipo de 4 a 23 personas.

Turner, Pol-ka y Telecom presentaron *El Lobista* en Buenos Aires

Con gran expectativa de medios y concurrencia, se llevó a cabo en La Mansión del Four Seasons de Buenos Aires, el gran lanzamiento de la cuarta serie original de **Pol-ka**, **Telecom/Cablevisión** y **Turner**, *El Lobista*, protagonizada por **Rodrigo de la Serna** y con un gran elenco que destaca a **Darío Grandinetti** y **Leticia Brédice**.



de **Cablevisión**, destacó que desde el 30 de mayo a la medianoche la serie completa está disponible completa en **Flow**, y **Adrián Suar**, gerente de programación de eltrece y fundador de Pol-ka, dijo que hace tiempo quería hacer una serie 'a medida de De la Serna' y



Felipe de Stefani, gerente general de **Turner Internacional** Argentina, destacó que la serie se lanza en simultáneo para 60 millones de hogares en Latinoamérica por **TNT** y **TNT Series** desde el 31 de mayo. Por su parte, **Antonio Álvarez**, gerente de contenidos

de **Cablevisión**, destacó que desde el 30 de mayo a la medianoche la serie completa está disponible completa en **Flow**, y **Adrián Suar**, gerente de programación de eltrece y fundador de Pol-ka, dijo que hace tiempo quería hacer una serie 'a medida de De la Serna' y aseguró que será un éxito. Luego se destacó el elenco con buen humor donde sólo faltó Grandinetti.

Finalmente, **Prensario** habló con **Martín Crespo**, director de programación de **TNT**, **TNT Series** y **TBS** para la región en el



Adrián Suar, de Pol-ka; Tony Alvarez, de Cablevisión; y Felipe de Stefani, de Turner

equipo de **Mariano César**. Explicó que este lanzamiento es 'un paso más' en lo que empezaron a hacer el año pasado en un contrato de diez años con compromiso de dos series al año. Puede ser la más fuerte de todas, con una historia muy interesante y una la imagen del *Lobista* muy atractiva a la que **Rodrigo de la Serna** le dio su toque personal. En **TNT** tiene que ver en cómo ser relevante para un canal basado en las películas de Hollywood que ahora apuesta a las producciones originales para estar siempre entre los cinco primeros de audiencia.

La serie se estrena en **TNT** y luego tendrá segunda emisión en **TNT Series** que será la encargada de llevarla a la región.



El elenco de *El Lobista*, liderado por Rodrigo de la Serna



Martín Crespo, de TNT; y Felipe de Stefani, de Turner

English Club TV

30 MILLION VIEWERS

100 YEARS ON THE MARKET

100 COUNTRIES

ENGLISH CLUB TV
THE BEST FOR LEARNING

ENGLISH

Miguel Torres-Bohl
Exclusive Agent in Latin America
miguel@castaliacomunications.com
+51 998 24 74 87

Andrew Semchenko
CEO
a.semchenko@english-club.tv
+44 208 123 57 56

www.english-club.tv

Televisa Networks se prepara para los cambios del negocio

Ya trabaja con sus áreas integradas

El negocio de la televisión está cambiando y **Televisa Networks** no es ajena a esto. Con **Fernando Muñiz Bethancourt** en la dirección general comercial internacional, se unificaron los equipos de venta de señales y contenidos con el objetivo de formar un equipo multidisciplinario.

Esto no incluye únicamente a los responsables de cada área sino que busca que todos estén capacitados para manejarse dentro de las diferentes plataformas. Con esto como propósito, ya se incorporaron **Mario Castro**, como director de nuevos negocios, y **Carlos Castro**, como director general de Televisa Internacional.

‘Son ejecutivos que respeto mucho en la industria y esperamos potenciar juntos también la transmisión de señales’, afirmó Muñiz y agregó que allí el equipo se mantiene igual, pero con la meta de buscar sinergias y objetivos comunes que engloben tanto la venta de contenido como la de publicidad.

Cambia el cliente tradicional

En el segmento de señales de TV paga, Fernando Muñiz explicó que el cliente tradicional ha dejado de serlo. ‘Ahora, los operadores son telcos, ofrecen telefonía y



están incursionando en los servicios OTT. Afortunadamente, como somos dueños del contenido, podemos migrar nuestra oferta a esas otras plataformas’, remarcó.

‘Nuestra estrategia es no sólo ofrecer los canales lineales y la venta de publicidad, sino también dar el contenido para diferentes plataformas ya sea para VOD, transaccional, portal web o por suscripción’. Explicó además que ‘toda la librería de Televisa es enorme y lo que tenemos disponible es un porcentaje, como lo de **Blim** en México también es un porcentaje y el cliente decide lo que quiere. En eso nuestra oferta se puede considerar escalable’.

Dijo que Blim tuvo muy buena respuesta y que la plataforma está evolucionando con un nicho de mercado que busca el contenido exitoso de México. ‘La idea es avanzar en nuevas alianzas con otros operadores locales como la que tenemos con **izzi** y **Sky**’. Fuera de México, donde Blim no está presente, se aprovechó todo el trabajo para enriquecer la oferta no lineal.

Enriquecimiento no lineal

Si bien el negocio lineal sigue siendo fundamental en la región, la estrategia de Televisa Networks es que, mientras vaya



Fernando Muñiz, Director General Comercial Internacional de Televisa

cambiando hacia lo no lineal, se pueda hacer crecer esa parte. Destacó que de los clientes habituales que suman OTT, se ve un recambio y se enriquece la cartera con ISPs y otros nuevos jugadores.

Dentro de ese panorama amplio, el mensaje de Fernando Muñiz es haber recuperado y mantener la presencia del grupo en las ferias de la industria. En ese marco, tuvo stand en Andina Link Cartagena y estará en ConvergenciaShow de México.

‘Latinoamérica es una región que ofrece muchos retos y oportunidades, donde la única constante año tras año es el cambio; el desafío es encontrarle la vuelta. Ya tenemos intención en la parte no lineal para **TL Novelas** en portugués en Brasil, y en Argentina esperamos anunciar nuevos acuerdos en breve con el cambio de la regulación’, detalló.

Multimedios se convierte en canal nacional

Multimedios Monterrey está viviendo un momento muy importante al haberse convertido en un canal nacional con ciudades nuevas que en realidad son siete mercados, incluyendo Ciudad de México, según remarcó su director general, **Guillermo Franco**.

Para prepararse para toda esta etapa com-pró tecnología de marcas líderes, incluyendo



todo o necesario para transmisiones en vivo, que se verá en las elecciones presidenciales del 1 de julio. Se están construyendo tres estudios de grabación; dos en Monterrey y uno en CDMX, en el Centro, compartiendo edificio con **Milenio**. La inversión total implica un monto cercano a los 100 millones de dólares desde la toma de licencias a la compra de los equipos.



Guillermo Franco, de Multimedios Monterrey, y María Lizarraga Iriarte, del IFT, en la NAB



UN MUNDO MÁS GRANDE



UN MUNDO MÁS ASOMBROSO



Smithsonian CHANNEL UN MUNDO MÁS BRILLANTE

HISTORIA NATURALEZA CIENCIA AIRE Y ESPACIO CULTURA POPULAR

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

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

Oficinas en México y Perú

©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.

ESPN International renueva acuerdo de transmisión con la UEFA

Para las temporadas 2018/19 a 2020/21

ESPN firmó un amplio acuerdo sobre derechos multimedia con la Union of European Football Associations (UEFA) para continuar transmitiendo la UEFA Champions League, la UEFA Super Cup y la UEFA Europa League en América Latina de habla hispana a partir de la temporada 2018/19 y hasta 2020/21.

ESPN difundirá un total de 71 partidos de la UEFA Champions League cada temporada. Se trata de 66 partidos de la ronda de eliminatorias final, la etapa de grupos, los octavos y cuartos de final serán exclusivos de ESPN y televisión de paga. Las semifinales y la final no serán exclusivas.



Champions League

La temporada 2018/19 de la UCL traerá cambios emocionantes al formato de la competencia. Más clubes podrán reunir los requisitos directamente desde sus ligas locales y la UEFA implementará un nuevo formato de ventana en vivo. Allí, los partidos tendrán que verse de 11:55am y a las 2pm CT, cada martes y miércoles durante la etapa de grupos. Este cambio permitirá que ESPN ofrezca como nunca antes más partidos en vivo a los fans.

El trato también incluye los derechos a la UEFA Europa League. ESPN emitirá 103 partidos de la UEL cada temporada, incluyendo 102 partidos exclusivos en televisión de pago, de la etapa de grupos, ronda de 32, octavos de final, cuartos de final y semifinales. La final no será exclusiva.

El nuevo acuerdo de ESPN con la UEFA entrará en vigor el 15 de agosto en Tallinn, Estonia con la 43ª edición de la Supercopa de la UEFA 2018. La Supercopa reúne a los



dos campeones vigentes de las dos competiciones principales de clubes en Europa, la UEFA Champions League y la UEFA Europa League. El partido presentará a los ganadores de la temporada 2017-18 de la UEFA Champions League y la temporada 2017-18 de la UEFA Europa League.

‘Es una gran satisfacción para nosotros el anunciar este nuevo acuerdo con la UEFA. La renovación refleja nuestro firme compromiso de entregar un contenido de categoría mundial a los fans de América Latina’, expresó **Tim Bunnell**, SVP de programación y producción, marketing de ESPN International. ‘Tenemos una larga historia en la difusión de la UEFA Champions League y la UEFA Europa League. Estas competiciones son los eventos de fútbol de clubes más prestigiosos del mundo y nos sentimos sumamente entusiasmados de continuar expandiendo el éxito que hemos disfrutado durante el curso de los años al presentar estos torneos a nuestros espectadores’.

¡Hola! TV estrena nuevos programas para Latinoamérica

¡Hola! TV estrenó dos nuevos formatos de producción propia para los domingos, que elevan a más de 750 las horas anuales de contenido original de la cadena.

El primero es #HolaTV, un programa de media hora de duración que responde a las nuevas formas en que la audiencia se informa de sus personajes favoritos. Con una frecuencia semanal, el nuevo programa hará el mejor repaso de “las vidas virtuales” de las grandes personalidades que protagonizan la pantalla del canal, como el análisis del perfil social de Meghan Markle, que fuera cerrado antes de convertirse en la esposa del príncipe Harry y las fotos de la casa real



de Holanda, con motivo del aniversario de Máxima y Guillermo. El estreno que tendrá lugar el 20 de mayo, además de un contenido fresco y secciones divertidas, hará un recorrido de las últimas noticias, las fotos más curiosas y las tendencias.

Le sigue *El Clóset De...* que, tras la buena acogida de ediciones anteriores, regresa al canal como franquicia; un formato de media hora que también arranca el 20 de mayo con una de las reinas más espontáneas y queridas: Máxima de Holanda, quien triunfa con un armario colorista y optimista, plagado de grandes firmas.

‘El contenido propio y exclusivo es uno

de los pilares que ha marcado el destino de ¡Hola! TV desde su nacimiento. Con estas dos nuevas creaciones, damos un paso más hacia el objetivo de contar con una programación exclusiva y diferenciada para toda la audiencia’, dijo **Marcos Pérez**, CEO y General Manager de ¡Hola! TV.



El Clóset de Máxima

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

María Visión celebra 25 años con crecimiento en la región

Repaso por los logros de la señal religiosa

María Visión es un canal de TV de transmisión satelital con llegada a más de 20 países de América, Centro de Europa, y Norte de África, que también se distribuye por Internet al resto del mundo. Su foco principal es la Virgen de Guadalupe y forma parte de la Red Internacional Católica de Televisión, siguiendo los lineamientos del Vaticano.

Emilio Burillo, Presidente y Fundador del canal, recordó el lanzamiento del canal a 25 años de su nacimiento. 'En aquella época me habían solicitado equipos en renta para grabar la imagen original de la Virgen de Guadalupe. Allí vivimos un momento muy fuerte, que nos dejó mudos y horas después entendimos que la Virgen necesitaba llevar su mensaje a través de los medios de comunicación'.

Luego de la experiencia reveladora sostuvieron otra de igual impacto, una visita especial con el Papa Juan Pablo II, a quien le plantearon su idea de hacer un canal de TV para la familia y la promoción de los valores; el Papa respondió: "Hagan un canal para Dios y sean la Visión de María, llevando cariño, paz y consuelo a todos los hogares". En 1994 mediante una carta, el Papa hizo llegar su bendición apostólica a todas aquellas personas que directa o indirectamente participaron en esta obra.

El canal en sus comienzos se llamó Clara Visión, inició transmisiones un 1 de noviembre, Día de todos los Santos hace 25 años y ocho personas conformaban el staff para producir contenidos. Hoy, el equipo directo suma más de 200 personas y 3000 voluntarios que apoyan al canal en todo el mundo. Sólo en México, llega a recibir hasta 50.000 llamadas al mes, entre solicitudes de apoyo, orientación y testimonios de fe.

De Miami a todo EE.UU.

Miami es el último lugar a donde ha llegado la señal de María Visión. Hace cuatro años, Burillo y su familia se trasladaron a esa ciudad y ahora acaban de anunciar que en las próximas semanas se dará inicio a nuevas transmisiones desde un nuevo estudio de TV. 'En la sede de la Ermita de la Virgen de la Caridad del Cobre, emblema de la ciudad y de su fe católica tendremos nuestro nuevo estudio de TV para multiplicar la voz de la Emperatriz de las Américas', comentó Burillo.

En Miami y con el objetivo de seguir creciendo en ese país, la directiva de María Visión tiene dos líneas de acción: una para los latinos en EE.UU. que combinan las dos culturas, y otra vertiente para los estadounidenses. 'Estamos muy contentos de estar en Miami porque unifica a todos los pueblos del mundo y podemos integrarnos a la cultura americana', reforzó Burillo.

En María Visión se producen contenidos televisivos para todo público, eventos especiales, documentales, películas, series y la celebración eucarística diaria. Emite coberturas internacionales de la Santa Sede y los viajes apostólicos del Papa.

Contenidos gratuitos y disponibles

Emilio Burillo hace una llamada a quienes



Emilio Burillo y su esposa Mónica Alemán en el malecón de la Ermita de la Caridad



La Virgen de Guadalupe, "Emperatriz de las Américas"



Virgen de Guadalupe



Emilio Burillo anuncia la próxima apertura del estudio de Tv en la Ermita de la Caridad

nes deseen sumarse a este movimiento, la participación de todos hace posible que el mensaje de la Emperatriz de las Américas llegue con mayor fuerza a todos los hogares. La señal es gratuita y con sólo contactarlos podrá recibir todo el contenido que requiera, más de 15 millones de hogares, en México y en el mundo entero lo certifican.

EWTN NOTICIAS

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



NBCUniversal abrió nuevas oficinas comerciales en Monterrey

Y refuerza su apuesta al contenido original

NBCUniversal International Networks Latinoamérica expandió sus oficinas comerciales a Monterrey, Nuevo León, estado que de acuerdo al IFT, cuenta con una penetración de TV paga cercana al 60%, además de ser la sede de empresas mexicanas de prestigio global y de marcas internacionales de consumo.

El inicio de operaciones de la oficina comercial en Monterrey viene a satisfacer directamente las necesidades del mercado publicitario. De esta forma, busca trabajar de la mano con sus clientes para desarrollar estrategias creativas que les ayuden a alcanzar y superar sus metas comerciales.

‘En NBCUniversal International Networks, dos de nuestros principales objetivos son satisfacer las necesidades de entretenimiento de nuestras audiencias y trabajar de forma conjunta y cercana con nuestros clientes publicitarios, con el fin de brindarles un servicio personalizado con propuestas adaptadas a sus clientes locales y pan-regionales’, expresó Arlyne Hands-Obregon, VP de Ventas de Publicidad NBCUniversal International Networks Latinoamérica.

La oficina de Monterrey se une a las ocho oficinas manejadas directamente por NBCUniversal International Networks Latinoamérica, junto a las ya existentes en los países de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Guatemala, México y USA (Miami); además de sus representantes en Ecuador y Perú.

Apuesta a contenidos originales

A nivel regional y bajo la dirección de Klau-



Hotel Babylon

dia Bermúdez-Key, SVP y GM de NBCUniversal International Networks América Latina, junto con la incorporación el año pasado de Marcello Coltro como SVP de Marketing, PR, Creative & Digital de Universal Channel, Studio Universal, Syfy, E! y Telemundo Internacional, la empresa ha redoblado en los últimos tiempos su apuesta a los contenidos originales en la región, tanto a través de sus canales de TV paga como en las plataformas digitales y redes sociales.

En NATPE, realizada en enero pasado en Miami, Bermúdez-Key destacó ya la necesidad de realizar más inversiones en contenido original en América Latina, señalando que su nivel está por debajo del de Estados Unidos, aunque el entorno es positivo. Con respecto a las plataformas digitales que se han sumado a la televisión lineal, afirmó que ‘lo que la gente busca es calidad de contenido’.

Marcello Coltro señaló a Prensario: ‘El producto original continúa siendo el principal elemento del ADN de nuestro negocio. Antes, la programación de los canales de TV paga estaba formada en su totalidad por latas, esos canales han desaparecido o sobreviven con adquisiciones. El contenido es hoy la moneda más importante de cualquier plataforma, los vemos en Facebook, en Instagram; genera engagement y atrae suscriptores; es la razón de la existencia de los medios’.

Bermúdez-Key y Coltro se mantienen alertas a la evolución de los diferentes mercados y su aceptación de contenidos en las diversas plataformas. ‘Necesitamos estar evaluando constantemente los resultados de audiencia y engagement de los contenidos. Los OTTs, por su forma de trabajo, no publican sus cifras; tenemos como principal referencia las cifras de rating de la TV de aire. Un programa que llega a 10 millones de espectadores es considerado un éxito, mientras que un programa con menos de 1 millón de audiencia es cancelado, cuando contrariamente, en el ambiente de la OTT no se sabe exactamente cuál es el alcance de una serie, ya que los números no son



Klaudia Bermúdez-Key, SVP y GM



Arlyne Hands-Obregon



Marcello Coltro, SVP de Marketing, PR, Creative & Digital

revelados por las compañías. Esto porque su oferta está muy fragmentada’, señaló Coltro.

La gestión está coordinada con los desarrollos de la empresa en diversas partes del mundo: NBCUniversal Formats reestructuró su área internacional en agosto pasado nombrando a Ana Langenberg como nueva SVP de ventas de formatos y producción con base en Londres, y reportando a Sarah Cooper, COO.

Esta división es la encargada de licenciar y producir los formatos de NBCUniversal y sus productoras en todo el mundo. Además de los títulos exitosos en USA, ofrece contenidos de ficción de Carnival Films, Matchbox, Lark y de no ficción de Monkey. En Latinoamérica, se cerraron acuerdos con Resonant (Argentina) por Hotel Babylon y con Pomodoro por Parenthood, además de Satisfaction, de Carnival Films.

MARÍA+VISIÓN NETWORKS

COMUNICANDO EL AMOR AL MUNDO

CATHOLIC & VALUES CHANNELS

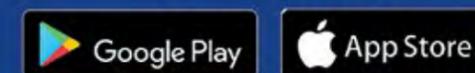


Gracias a todos nuestros amigos de los distintos sistemas de TV de paga a nivel internacional y a todos los colaboradores de la industria de la Radio, la Televisión, Medios Digitales e Impresos, por tenernos siempre presentes en sus Medios de Comunicación.



Lleva nuestras señales en tus dispositivos

DESCARGA LA APP



Somos el Canal de la Jornada Mundial de la Juventud



Conoce más en: www.mariavision.com



A+E Networks incrementa la producción de contenidos en la región

Concluyó una ambiciosa gira con su staff

A+E Networks intensificó este año su producción de contenidos en América Latina como parte de su estrategia como grupo líder de la TV paga en la región y el establecimiento de centros de desarrollo de contenidos propios en la región, bajo el liderazgo de **Eduardo Ruiz** desde la sede en Miami.

Como parte de esta campaña, al celebrarse en marzo pasado en Latinoamérica el Mes de la Mujer, a través de su señal **Lifetime** concretó la iniciativa **Mujeres Protagonistas** en Argentina, México, Brasil y Colombia. **César Sabroso**, SVP de Mercadeo, Afiliados y Comunicación Corporativa de Ventas de la empresa, señaló: 'En cada país, se convocaron paneles de mujeres destacadas en distintos ámbitos de la vida local, para compartir las experiencias que las llevaron a ocupar un lugar determinante en la sociedad. Las reconocidas mujeres hablaron sobre los obstáculos que tuvieron que superar para romper estereotipos y paradigmas, logrando alcanzar el éxito. Además, dialogaron sobre el aporte que cada una de ellas ha hecho, desde su entorno, inspirando a otras mujeres a creer en el poder que tienen para superarse cada día'.

En México, el panel estuvo conformado por la modelo y conductora de televisión **Rebecca de Alba**; **Gaby Vargas**, quien, además de ser escritora y asesora de imagen, fue la creadora de la primera empresa de México de cursos de

maquillaje; la irreverente y talentosa cantante y actriz **Susana Zabaleta**; **Pepita Serrano**, una de las principales promotoras de la música mexicana; y la futbolista **Paola Kuri**, más conocida como "La Wera", deportista, creadora del movimiento **Fut Sin Genero** y fundadora de **Ethos**, la feria más grande de arte mexicano independiente.

En Argentina, la conferencia contó con la participación de las actrices, periodistas y empresarias **Pilar Rahola**, **Catherine Fulop**, **María Laura Santillán**, **Mariana Arias**, **Nadine Pavlovsky** y **María Cheriñajovsky**. Las panelistas compartieron entre sí y con la prensa, anunciantes y operadores de la TV paga presentes en la reunión, las experiencias que consideran que las han llevado a ocupar un lugar determinante en

la sociedad. **Daniela Martínez**, SVP User Intelligence de A+E Networks Latin America, presentó el estudio **Leading Ladies**, investigación de mercado realizada en conjunto con **Kantar Ibope Media** sobre los hábitos de conducta, preferencias y tendencias de la mujer latinoamericana de hoy, cuestionando los antiguos estereotipos y patrones de comportamiento de la mujer.

La edición colombiana contó con la participación de **Kristina Lilley**, quien superó el cáncer en dos oportunidades; la ex Viceministra TIC y actual Presidenta de La Fundación Solidaridad por Colombia, **María Carolina Hoyos Turbay**, periodista y funcionaria pública en temas de comunicaciones; la artista **Alejandra Azcárate**, la chef más reconocida en Latinoamérica **Leonor Espinosa**, y la diseñadora de turbantes, **Angélica Castillo Balanta**.

La edición de Brasil, tuvo a **Debora Ivanov**, directora de **Ancine**, **Joana Monteiro**, vicepresidenta de Creación en **FCB Brasil**, **Mariana Youssef**, directora de cine, **Paula Trabulsi**, directora de cine y fundadora de la cooperativa **ASAS**, **Renata Poskus**, modelo plus size, emprendedora y fundadora del blog **Mujerona**, y **Tainá Müller**, actriz, periodista y activista.



Eduardo Ruiz y César Sabroso



César Sabroso y las mujeres participantes del panel de Brasil

La Historia del Fútbol

'La Historia del Fútbol es otra iniciativa de gran repercusión, realizada a través del canal **History** de A+E Networks a partir del 28 mayo por dos semanas hasta el 10 de junio, con el 100% de la programación del canal hablando solamente de fútbol'. En teleconferencia desde Brasil, Sabroso y **Raúl Costa**, gerente general de A+E Brasil, señalaron: 'Con contenidos que vienen de todo el mundo, inclusive producidos en la región, con el objetivo muy claro el traer el fútbol a los contextos de la historia, otra vez'.

'Se trata de formatos propios y también traemos contenidos oficiales de FIFA, junto con formatos cortos que van a ayudar a construir una percepción más amplia y entender mucho más la historia del fútbol a lo largo de todos estos años'.

'Lo hicimos unas semanas antes de que empiece la Copa del Mundo. Para ayudar a promover esto, nuestra propuesta va a ser crear una relación a través de marketing, reforzar la conexión con nuestra audiencia realizando diferentes acciones con talentos locales, no solamente en el ámbito de la televisión, sino del universo digital, buscar no solamente la divulgación, sino involucrando y exponiendo a la audiencia como parte de nuestra programación', concluyeron los ejecutivos.



El evento de Lifetime en Argentina



El panel de Mujeres Protagonistas en Colombia



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 FX CINECANAL FXM FOXlife

FOX Latin America NETWORKS GROUP

www.pirateriacero.com

Crackle estrena nueva producción original, *Carter*

La plataforma de Sony suma series exclusivas

Crackle, la plataforma SVOD de Sony Pictures Television Networks Latin America, anunció el estreno de su nueva serie de producción original, *Carter*, que estará conformada por diez episodios de 1 hora y podrá verse a partir de junio.

Carter es la tercera serie de producción

original que Crackle lanza este año, después de *Outsiders 2* y *The Oath*. 'La producción de series originales novedosas, inteligentes y entretenidas constituye el gran diferenciador que hace de Crackle una plataforma única en América Latina', afirmó José Antonio Hidalgo, VP y gerente general de Sony Pictures



Carter es la tercera serie original de Crackle en 2018

Television Networks México.

'Series como *Absentia*, *Outsiders*, *Start Up*, *Snatch*, *The Oath* y *Carter* ofrecen a nuestros socios comerciales un importante valor agregado y fortalecen el atractivo del servicio ante las audiencias de nuestra región', completó.

Carter es una serie ligera que narra las aventuras de Harley Carter (Jerry O'Connell, *Jerry Maguire*; *Billions*), un actor que hace el papel de detective en un programa de televisión, quien tiene que volver al pequeño y aburrido pueblo que lo vio crecer después de un penoso incidente que pone fin a su carrera en Hollywood. A su regreso, Carter aprovecha su experiencia como actor para convertirse en un detective de verdad, haciendo equipo con sus dos mejores amigos, Sam Shaw (Sydney Poitier-Heartson, *Chicago P.D.*) y Dave Leigh (Kristian Bruun, *Orphan Black*).

Carter fue escrita y creada por Garry Campbell (*MADtv*) y desarrollada junto con el guionista John Tinker (*Chicago Hope*). La serie es una producción de Amaze Film + Television. Teza Lawrence y Michael Souther (*The Stanley Dynamic*) de Amaze Film + Television son los productores ejecutivos de la serie, mientras que Scott Smith (*The Magicians*) dirigió el programa piloto.

En Latinoamérica, Crackle es un servicio de video bajo demanda por suscripción (SVOD) que distribuye contenido digital incluyendo series originales, series provenientes del amplio acervo de series de televisión y películas de Sony Pictures, además de una selección de películas procedentes de los principales estudios de Hollywood.



ALIENTO VISION
Saludable para toda la familia!

- PELÍCULAS
- TERAPIA FAMILIAR
- NOTICIAS
- DOCUMENTALES
- PROGRAMAS PARA NIÑOS
- ORIENTACIÓN DE INMIGRACIÓN
- MEDICINA
- CONSEJOS SABIOS Y BÍBLICOS

ESTAMOS EN EL INTELSAT 21, SEÑAL ABIERTA-GRATIS
Mas información: Alexa@alientovision.com

elchateo

@el_chateo

#elchateo

Todos están hablando de esto...

Estreno 21 de mayo

Ve PLUS

521 409

El Chateo

BBC World News: En junio, todo sobre el Mundial

Programas especiales y documentales

En junio, **BBC World News** estrena programas especiales dedicados a la cobertura del Mundial de Fútbol Rusia 2018, como **Sport Today**, que tendrá reporteros en directo tanto desde Reino Unido como desde Moscú, Rusia.

El programa ofrecerá una gran riqueza de contenidos alrededor del evento deportivo más importante del año. Entre ellos, incluirá reportes en vivo desde Rusia, captando las últimas noticias, resultados y la atmósfera del Mundial; historias alrededor de diferentes temáticas; entrevistas y análisis con un amplio rango de expertos y ex jugadores; un

amplio rango de perspectivas globales para cubrir la suerte de todas las naciones en la Copa del Mundo. Cada programa durará 20 minutos y podrá verse de lunes a viernes y dos veces por día los fines de semana.

En junio también llegan los especiales de la Copa del Mundo, **Football Focus**, que se estrena el 14 de junio y se emitirá durante un mes con diez emisiones sobre torneo desde el estudio Red Square. Aquí, **Dan Walker** se adelantará a todos los partidos más importantes, con análisis detallados de



los expertos, entre ellos el futbolista inglés **Alex Scott**, junto a extras digitales y sociales.

Por último, **BBC Sport** anunció el estreno de **World Cup Origins**, el programa que viajará por el mundo para descubrir las historias personales detrás de algunas de las grandes estrellas del Mundial en una serie de documentales televisivos con más contenido digital. El ciclo permitirá conocer a las personas detrás de las superestrellas, los maestros, entrenadores, amigos y miembros de la familia que inspiraron a los ídolos a seguir su sueño de competir en el escalón máximo. Visitará las ciudades y pueblos donde se lanzaron sus carreras deportivas, y descubriremos los desafíos que tuvieron que atravesar para alcanzar la cima. También hablarán a los mismos jugadores mientras recuerdan su juventud y rememoran el viaje emocional de las calles a los estadios.



Te acerca al campo
www.tvagro.tv

Solicítalo ya!

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

**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

Smithsonian Channel se lanzó en DirecTV Latin America

Con contenido 100% doblado al español

El 7 de mayo, **DirecTV Latin America** lanzó **Smithsonian Channel** en su oferta de programación HD para toda la región y completamente doblado al español. Además, sus contenidos están disponibles en 4K/UHD para su servicio VOD. 'Sabemos que la audiencia, especialmente en Latinoamérica, siempre busca tener la mejor experiencia cuando mira contenido y mientras no todos los operadores están en condiciones de transmitir un servicio 4K en pleno derecho, nosotros estamos avanzando en esto. Creemos que estamos un poco por delante de la industria, pero estamos listos para ofrecer un rango de programación en 4K realmente apasionante', explicó **Tom Hayden**, presidente de Smithsonian Networks.

Su llegada al mayor DTH de la región fue de la mano de **Castalia Communications** que representa al canal en la región. 'Hemos sido socios extraordinarios. Ellos entienden el mercado y lo que sus audiencias necesitan muy bien. Gracias a ellos iniciamos el acercamiento con DirecTV, y estamos muy felices de trabajar con ellos para expandir nuestra llegada en el continente, construyendo nuevas relaciones con más socios', dijo el ejecutivo.

Smithsonian es el mayor complejo de museos e investigación del mundo y, aunque está basado en Washington DC, tiene una perspectiva global, y una larga historia de colaboración con científicos e investigadores de toda Latinoamérica. Sus intereses son muy amplios y está conformado por 19 museos, además de la Institución Smithsonian de Investigación Tropical en la isla de Panamá. 'Cada año, llega medio millón de visitantes de Latinoamérica a nuestros museos, y otro millón y medio son visitantes de la misma región en los websites de la organización', detalló.

La Institución Smithsonian es uno de los dueños del canal, y su interés en historia, ciencia, aviación, cultura popular e historia natural es su inspiración. 'Somos el resultado de la unión entre el Smithsonian y CBS, la cadena

de TV comercial más prestigiosa de Estados Unidos. Esto nos da un ADN muy especial. Nos gusta pensar que desde la CBS heredamos nuestra capacidad de contar historias de manera dramática y visual, y que combinamos esto con la integridad y la precisión factual del Smithsonian. Es importante notar que cada uno de nuestros programas es corroborado en su precisión por investigadores y curadores smithsonianos'.

El canal fue lanzado en 2007 en DirecTV de Estados Unidos. 'Fuimos uno de los primeros canales HD al tiempo que nos hemos posicionado al frente de los avances tecnológicos. Queríamos crear un verdadero canal de entretenimiento factual, que fuera conocido por su calidad sin igual y por los hechos confiables. Queríamos un canal que entretuviera mientras deleitara', remarcó Hayden.

También queríamos que nuestra programación fuera de clase mundial y estamos orgullosos de que el Canal Smithsonian sea el más joven en ganar un Emmy. Ya ganamos cuatro reconocimientos y estuvimos nominados 23 veces para esos premios', agregó.

Producción mundial

'Trabajamos con socios de todo el mundo para la producción. De hecho, nuestro canal nunca habría crecido tan rápidamente sin la colaboración internacional. Hemos sido capaces de atraer a muchos de los mejores realizadores del mundo, y al momento hemos producido con socios en Brasil, Corea, Alemania, Sudáfrica, Nueva Zelanda, Reino Unido, EE.UU. y México', comentó el ejecutivo.

'También trabajamos de manera extensiva con broadcasters internacionales. Recientemente, hemos producido junto a la BBC, La Coronación. Fue la primera vez que la Reina Isabel de Inglaterra habló en televisión sobre su coronación. La gente confía en nosotros sus historias más importantes y solemos ganar acceso exclusivo a las revelaciones y eventos más novedosos'.



Tom Hayden, presidente de Smithsonian Networks

Llegar a toda la región

'Para este año, el objetivo es llegar con Smithsonian Channel a tantas personas como sea posible, para que puedan experimentar su calidad visual y su gran capacidad de contar historias, así como también el énfasis en precisión factual, que está en el corazón de todos nuestros programas. Muchos canales de no ficción muestran programación de reality prefabricada, o programación que juega escasamente con los hechos. Pero nosotros somos diferentes. Estamos inspirados por la Institución Smithsonian, por lo que la integridad de la programación es de importancia vital'.

'Queremos asegurar que la audiencia de DirecTV está cautivada por nuestros programas y que traemos valor a todos nuestros socios. Cuando lanzamos nuestros canales en una plataforma nueva, sabemos que es sólo el comienzo de una relación y queremos hacer de eso un éxito continuo'.

Completó: 'También estamos trabajando para incrementar el número de programas que producimos en Latinoamérica en colaboración con empresas de la región. Nuestra programación presenta la última información de temas que van desde la historia y la aviación, hasta los avances tecnológicos y descubrimientos científicos, pasando por temas culturales y actuales relevantes en los principales mercados de la región. Queremos que los contenidos estén inspirados por la experiencia latinoamericana, y explorar las historias y maravillas de los diferentes países. Esperamos que estos planes estén influenciados por la respuesta de nuestros clientes y las demandas del mercado'.

CINCOMAS
dale al más



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

English Club TV, en ConvergenciaShow junto a Castalia

Luego de lanzar nueva programación en MIPTV

‘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’, explicó **Andrew Semchenko**, CEO de **English Club TV Group**.

‘Este idioma es esencial para el crecimiento de la economía del país, especialmente en el sector comercial, que está totalmente integrado con Estados Unidos en términos de operaciones de exportación e importación. Al mismo tiempo, mientras el 80% de los trabajos en el país requieren el uso del idioma, sólo el 20% de los empleados poseen esa habilidad’, agregó.

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.

ConvergenciaShow

‘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**’.

Lanzamientos en MIPTV

English Club TV participó del mercado de contenidos MIPTV, realizado del 8 al 11 de abril en Cannes, Francia, 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 está preparando otra sorpresa 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 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



Andrew Semchenko, CEO



Okey-Dokey



3Ways2

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**.



EL MEJOR ENTRETENIMIENTO EN ESPAÑOL



www.atresmediainternacional.com

BlueAnt: Love Nature 4K se lanza en Argentina

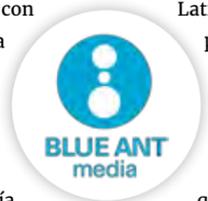
Fernando Gualda y Loreto Gaete estarán en Convergencia Show.mx

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, ya tiene su primer logro con el lanzamiento del canal 4K en la plataforma unificada de video de **Movistar Play** para toda la región que incluye OTT, TV paga y DTH.

Ya habían dicho que la primera entrada para un canal 4K podía ser por streaming, dado que algunos operadores grandes tendrán espacio luego de la Copa del Mundo y así se confirmó este acuerdo con un operador en Argentina, que puede marcar tendencia en la región. Apoyando esto, tanto **Loreto Gaete** como **Fernando Gualda** estarán en Convergencia Show de México este mes.

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, Uruguay y Paraguay, y **Fernando Gualda**, será responsable de ventas a afi-



liadas y distribución en la región, además de **Starrett Berry** con todo lo que es Caribe y US Hispanic.

Ahora se lanza con gran expectativa **Love Nature**, el primer canal en 4K nativo de Latinoamérica. Muchos dicen que producen en 4K, pero el producto final es otra cosa. Se lanza con la posibilidad de hacer el down-conversion a HD para los que quieran tenerlo. Igualmente, que sea nativo 4K trae una calidad mucho mayor que los operadores no disponen actualmente.

Cuenta con la mejor librería del grupo sobre naturaleza y un gran acuerdo con el **Museo Smithsonian**, que tiene además su señal aparte con la mejor calidad. **Love Nature** viene ya en portugués y en español, 100% doblada. Muchos operadores ya manifestaron estar interesados tanto en OTT como VOD para su material.

Sobre su otra señal, la infantil **ZooMoo**, tiene un balance muy positivo en la región y ya está en dos grandes plataformas. Ya estaba en **DirectTV** y entró en **Net** de Brasil, sumando 11 millones de casas y llegando a 44 millones de personas en Brasil (considerando a **Sky Brasil**).

Dijo **Julio Sobral**: 'Net está contento por



Fernando Gualda, Loreto Gaete y Julio Sobral de Blue Ant

un producto de alto valor agregado sin publicidad, que apunta a la conservación del ecosistema y educativo pero con entretenimiento'.

También se sumará a un nuevo operador de Argentina, y seguirán México y Colombia. Cuenta también con un branded block en el canal abierto **UCVTV** de Chile y está lanzando **ZooMoo Play**, la app para ver el material en portugués y español. Y se destaca la app de juegos interactivos del canal que permite que los niños vean televisión y jueguen al mismo tiempo, TV y dispositivos están sincronizados por sonido. Ha sido todo un éxito.

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 mundial. Además, produce dos canales para terceros: **Smithsonian Channel** y **BBC Earth**.

CincoMAS estrena la sitcom *Ciega a Citas*

CincoMAS, la señal internacional de **Mediaset España**, anunció el estreno de la comedia romántica *Ciega a Citas*, la adaptación española de la ficción argentina que será protagonizada por **Teresa Hurtado de Ory**.

En su versión original, *Ciega a Citas* fue distinguida con un Premio Rose d'Or y dos Premios Martín Fierro, entre otros prestigiosos galardones. En esta nueva versión, el elenco estará integrado por **Álex Gadea**, **Octavi Pujades**, **Elena Irureta**,



Joaquín Climent, **Arancha Martí**, **Marta Nieto**, **Luis Fernando Alvéz**, **Rubén Sanz** y **Belinda Washington**.

Una apuesta con su madre, que pone en juego su equilibrio personal y la casa de su abuela en Torre Vieja, desencadenará la acción en esta comedia romántica, en la que situaciones imprevistas y un amplio abanico de personajes complicarán hasta el extremo la apacible vida de la joven protagonista, cuyo lema es 'para comerse



Ciega a Citas

un bombón hay que tragarse 100 pasteles'.

El programa se emite desde el lunes 28 de mayo en **CincoMAS** a partir de las 2:45pm de México, 3:45pm de Miami y 4:45pm de Buenos Aires.

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

AMC Networks: Fuerte apuesta en programación original

Gran crecimiento en distribución tras su ingreso en Net Brasil

A más de tres años de su lanzamiento en Latinoamérica, el canal AMC, uno de los pilares de AMC Networks, ha logrado un gran posicionamiento y no deja de crecer en distribución y ratings, lo que se reforzó en los últimos meses con su ingreso a Net de Brasil.

Alejandro Kember, VP de Distribución para Latinoamérica, destacó el buen primer trimestre del grupo en todas las áreas y remarcó principalmente el rol de AMC.

‘En distribución, el lanzamiento en Net sumó 5 millones de suscriptores; ahora lanzamos Europa Europa en DirecTV que sumó 2 millones para ese canal. En general, el desempeño de todo el portfolio ha sido bueno comparando año a año’.

Agregó: ‘Crecimos y esto se refleja en los ratings, que fueron muy positivos con crecimiento a nivel panregional de 20% de todo el portfolio. Brasil creció 200% por su ingreso en NET. AMC en México creció más de 10%, Colombia 17%, Centroamérica 40%. Tanto AMC como El Gourmet tuvieron un muy buen primer trimestre con crecimiento

de dos dígitos en muchos de los mercados más importantes de la región’.

Nuevas temporadas y estrenos

‘En programación, estamos finalizando la temporada de *The Terror*, que fue muy bien recibida por el público y por las críticas.

Estrenamos la cuarta temporada de *Fear The Walking Dead* con el cross over de un personaje de *The Walking Dead* que se vio en *Fear* y tuvo mucha repercusión’.

‘Para el resto del año, tenemos mucho contenido de calidad que nos caracteriza, como *Visionaries* con James Cameron en *El Secreto de la Ciencia Ficción*, terceras temporadas de *Hap and Leonard*, *Humans*, *Animal Kingdom*, *Into the Badland*, *The Son*; series nuevas como *Stan Against Evil*’.

El ejecutivo adelantó que viene un año ‘cargado de terceras temporadas’ para AMC porque el canal ya está dando la vuelta en el tercer y cuarto año en la región. ‘El contenido es marca del canal, es parte de la identidad’.

‘Pero con el resto de los canales también. El Gourmet tiene mucha producción para la segunda parte del año; hicimos para México *Platos de Cuchara*, *Recetas de Familia 2*, *Cocina con Amigos*, *Sabores Callejeros*, *Los Postres Caseros con Paulina Abascal*, *Los Favoritos de Los Petersen*. Hay mucho contenido que estamos produciendo y que refleja lo que es el canal a nivel regional, mostrando la gastronomía de toda la región desde hace más de 17 años’.

Sobre el mercado mexicano en particu-



Alejandro Kember

lar, Alejandro Kember dijo: ‘México es un mercado muy importante para nosotros, es clave y le apostamos mucho. La producción de *El Gourmet* está localizada ahí, con talento local y por supuesto mostramos en pantalla la cultura desde la comida, que es muy importante a nivel mundial’.

‘Para el resto de los productos también es un mercado clave; las primeras tres temporadas de *FTWD* se filmaron en México por ejemplo, con mucho talento técnico local. Siempre apostamos a los productos que creemos que van a funcionar ahí. Seguimos invirtiendo en calidad y tanto para ese mercado como en el resto, apostamos a ser una propuesta innovadora, fresca en la TV paga y los resultados son muy buenos’, concluyó.

Queremos seguir creciendo y todavía tenemos más espacio. El año pasado incluimos a AMC dentro de la distribución del *VeTV* de Sky, que nos dio mucha visibilidad para un público que no conocía nuestros productos, y en este momento estamos en una etapa promocional también con *Groupmet* en ese paquete. Estamos contentos y muy enfocados en ese mercado, en seguir creciendo en México.

Como siempre, después de convergencia estaremos en los tres shows más importantes de la región. Creemos que es importante estar cerca de los operadores y son buenas oportunidades. Para el resto del año tenemos grandes expectativas en cuanto al contenido y también en cuanto al negocio. Los mercados vienen creciendo y esperamos cerrar un buen año y seguir consolidando la marca y la empresa dentro del mapa de la TV paga de la región.



Morgan y Nick, cara a cara en *Fear the Walking Dead*



El Gourmet estrenó en México *Platos de Cuchara*



The Terror, la gran apuesta de AMC este año

Una señal, para todo el mundo.



Conectividad
Información / Entretenimiento / Cultura

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

Síguenos en :
 f /TVChileTVN t @TVChileTVN

DW apuesta al contenido local

Repercusión del concurso de Economía Creativa

La cadena alemana **Deutsche Welle** (DW) ha incursionado en Latinoamérica, con excelentes resultados entre sus audiencias debido a su estrategia de ofrecer contenido con foco y atractivo local, pero manteniendo el prestigio de una marca internacional fuerte.

Sylvia Viljoen, directora de distribución para América en DW, afirmó: 'Los productores internacionales deben invertir en contenido local y el trabajo de DW en coproducciones con broadcasters regionales sigue dando rédito'.



Este año, en el marco del Mundial de Rusia, en Andina Link DW estará presentando una serie de documentales de DW

Transtel, como *El fenómeno del Bayern Múnich*, *La fuerza del deporte* y *La historia del fútbol*. 'DW cubrirá más temas de la actualidad colombiana gracias a la apertura de la nueva oficina de corresponsales en Bogotá', completó.

La señal tuvo una importante participación en Andina Link, que llegó luego del éxito del segundo evento de periodismo sobre economía creativa que el canal celebró en el Museo del Chicó de Bogotá, donde reconoció a los ganadores del concurso de Periodismo de Economía Creativa que lanzó en septiembre de 2017 y recibió 61 trabajos de TV y gráfica.

Participaron periodistas y representantes de medios colombianos, de la embajada alemana y diversas organizaciones. La convocatoria recibió 18 trabajos para la categoría TV y video y 42 para prensa escrita y medios digitales. Para presentarse, el trabajo debía haber sido publicado entre el 1 octubre de 2016 y el 1 de octubre de 2017.

El jurado estuvo conformado por **Cristina Peláez**, del departamento de distribución de DW; **Verónica Marchiaro**, redactora en DW Latinoamérica, y **Carlos Delgado**, director jefe para Latinoamérica de DW.



Sylvia Viljoen

Los trabajos premiados fueron:

Categoría prensa escrita:

- 1° Ever Mejía González. *Barranquilla: zona de talento, fresca e ingenio*
- 2° Sandra Liliana Beltrán Montaña. *Felipe Ávila retratando la naturaleza*
- 3° Andrea Ríos. *Transformación social, nueva misión de la comunicación*

Categoría video:

- 1° Yamit Palacio Villa. *Kiwi campus, una plataforma de robots domiciliarios*
- 2° Álvaro Dávila. *Fabrilab*
- 3° Julio Andrés Rozo. *Caminando Colombia por el emprendimiento sostenible*

EKT

IPTV
Android
Hybrid
Zappers

CONVERGENCIA
2018 SHOW.MX

5/6/7 DE JUNIO /HTC /CDMX

1 platform
so many choices

10th

ANNIVERSARY

TODO BRASIL A 2 CANALES DE TI!



UNA SOLA SUSCRIPCIÓN.
LO MEJOR DE CUATRO CANALES.



Cobertura exclusiva sobre todo lo que sucede en Brasil, con la mirada atenta al escenario político y las elecciones 2018.

VENTAS

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

ARGENTINA, URUGUAY, PARAGUAY Y CHILE

Sabrina Capurro +54 911-5455-4145 - sabrina.capurro@sgdgggroup.com

Reportv lanza plataforma *Reportv Mundial*

En el marco de Rusia 2018

Reportv se unió a Data Factory para anunciar el lanzamiento de *Reportv Mundial*, una plataforma dinámica que incluirá toda la programación e información relacionada a la Copa del Mundo de Rusia 2018.

Reportv Mundial no sólo funcionará como una extensión del *Reportv Finder*, sino que también puede aplicarse de manera independiente en el sitio web de cada operador, dándole la posibilidad de personalizarla y adaptarla a sus propios requerimientos. De esta forma, los afiliados tendrán acceso a la información más importante de la Copa del Mundo: calendario, transmisiones, estadísticas y formaciones de los 32 seleccionados participantes.

La plataforma *Reportv Mundial* se compone de tres partes. En primer lugar se encuentran los partidos destacados: cada operador elegirá si desea destacar sólo los partidos que involucren a la selección de su país, o si prefiere

incluir los encuentros que están más próximos a celebrarse.

En segundo término, una sección de próximos partidos, donde podrán visualizarse los 64 cotejos de la competencia ordenados por fecha y hora de disputa, garantizándole a cada afiliado la información más precisa para que no se pierda ni un solo detalle.

Además, *Reportv Mundial* pone a disposición una grilla especial de canales que abarcará únicamente la programación que haga referencia al mundial: partidos, documentales, magazines, programas periodísticos o de cualquier otro género. Si se relaciona con la copa del mundo, aparecerá en esta grilla.

Desde la compañía destacaron que 'lo más importante de *Reportv Mundial* es que su utilidad no culminará con la finalización de la competencia, ya que la plataforma está pensada para continuar funcionando con la disputa de otros



Graciela Gentile y Mario Grossi, de Reportv en APTC

torneos de fútbol de relevancia internacional como la Champions League, Europa League, Copa Libertadores y Copa Sudamericana', e incluso dispondrá de información más precisa a nivel continental de todas las disciplinas, como tenis, básquet y baseball.

'En Reportv seguimos dando pasos hacia el futuro de la metadata en la región, y con este nuevo producto buscamos que nuestra información se convierta en un servicio confiable de entretenimiento para cada usuario', concluyeron.

TyC Sports: Superproducción para el Mundial de Fútbol

Gran cobertura desde Rusia

En junio, TyC Sports se muda a Rusia para encarar una superproducción que incluirá la televisación de todos los partidos del torneo, con 32 en vivo y en exclusiva y 24 horas de programación dedicada a la cobertura del Mundial.

Rodolfo Depaoli y Ariel Senosiain serán los encargados de relatar y analizar los partidos de la Selección Argentina con la energía y la frescura que los identifica como una de las parejas más destacadas del momento. Además, el equipo liderado por Lionel Messi tendrá la marca personal de un equipo periodístico con el seguimiento de los entrenamientos, entrevistas, repercusiones y toda la actualidad del equipo nacional.

En total, serán más de 60 los enviados

especiales de TyC Sports para emitir toda la programación desde de Moscú, con 18 horas en vivo por día junto al plantel periodístico número uno de la televisión deportiva argentina con nombres de la talla de Martín Souto, Ariel Rodríguez, Gastón Recondo, Horacio Pagani, Marcelo Palacios, Diego Díaz, entre otros.

En el International Broadcasting Center (IBC) de Moscú, TyC Sports tendrá un estudio propio de 200m2 donde se montará la escenografía con una pantalla led de gran impacto visual y tres cámaras de piso. Allí también se desplegarán el Control Central, el Control de Estudio, las áreas de Producción y Edición y la redacción web del sector digital.

Además, TyC Sports contará con tres cá-



maras propias en cada partido para obtener imágenes exclusivas y diferenciales de la transmisión oficial del evento, cuatro mochilas móviles de transmisión y cronistas en las diferentes sedes y estadios.

Todos los abonados, también podrán disfrutar la cobertura del Mundial íntegra y la transmisión de los 32 partidos en vivo y de todos los encuentros de la Selección Argentina en vivo en la plataforma multipantalla *TyC Sports Play*.

INCREMENTA TU
RENTABILIDAD
AL MÁXIMO



HOTGO ▶ *hotgo.tv*

PLAYBOYTV Producciones Originales en Español VENUS SEXTREME PENTHOUSE BRAZZERS PRIVATE

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



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

Claxson: Nuevos lanzamientos de HotGo en Latinoamérica

Se lanza en modalidad prepaga en México

‘El 2017 fue un año de consolidación para Claxson, cerramos nuevos acuerdos y HotGo se lanzó en varias operaciones nuevas. Este año estamos avanzando en integraciones con varios operadores y compañías telefónicas de la región. Además, lanzamos hace unos meses la plataforma en Personal Argentina, por primera vez en un operador móvil’, comentó Esteban Borrás, VP de Ventas Cono Norte en HotGo Media.

‘También lanzamos la modalidad prepaga de HotGo en Ecuador, Colombia, Costa Rica, Perú y durante este mes en México. Ahí contamos con socios locales que nos ayudan en la distribución de las tarjetas. La suscripción se incrementa día a día y lo que podemos destacar es que el uso del producto es muy frecuente y la permanencia en la suscripción muy buena’, agregó.

De cara a ConvergenciaShow, Borrás comentó que es un mercado donde el HotPack todavía tiene espacio para crecer. ‘Estamos trabajando fuertemente en diferentes estrategias para aumentar dicha penetración independientemente del crecimiento o decrecimiento del mercado. Además, todavía queda

mucho por crecer dentro de la región. Para eso, estamos ampliando nuestros equipos de venta locales con el fin de poder trabajar más eficientemente dentro de las operaciones de los cableoperadores’.



Identidad y producción local

Para el ejecutivo, la clave del éxito de la oferta de Claxson está en que ‘cada marca tiene su identidad y eso hace que tengamos la oferta más completa del mercado. Tenemos la mayor variedad de canales para adultos como también la posibilidad de brindar a los clientes distintas opciones para disfrutar de los contenidos’.



Agregó: ‘Siempre estamos buscando nuevos contenidos; recientemente incorporamos la marca Private a la oferta HotGo y estamos con varios proyectos de producciones locales en diferentes países de la región’.

‘Sabemos que nuestros suscriptores nos eligen por las producciones locales, y son los contenidos más solicitados. Por eso, estamos identificando talentos en cada país y realizando producciones exclusivas para las señales y particularmente para HotGo. El año pasado seleccionamos nuestra primera Miss Playboy



Esteban Borrás

TV Ecuador, Mafer Perez que realizó su primer desnudo para HotGo y muy pronto estaremos produciendo contenido en México’, afirmó. ‘Nuestro plan es continuar con este modelo en los diferentes países, sumando talentos locales que es lo que hoy nos pide nuestra audiencia’.

Para el resto del año, Esteban Borrás adelantó: ‘Seguiremos trabajando fuertemente en el desarrollo y comercialización de HotGo como producto. Estamos en proceso de integración con varios clientes que se van a sumar a su comercialización e integrando el producto a sus set top box y plataformas OTT. También, continuaremos buscando nuevos socios estratégicos para ampliar la distribución del producto en Iberoamérica como suscripción mensual o por medios del sistema prepago’.

Thema lanzó Kanal D Drama en Latinoamérica

Este año, se lanzó Kanal D Drama, señal de Turquía con 24 horas de programación en español que distribuye Thema, profundizando su alianza con Canal Plus de Francia, que ya tenía patas en África.

Kanal D viene todo en español en HD, con la chance de ver las series diferentes como *Las Chicas del Sol*, *Dulce Esperanza*, *Gumus* y *Amor Prohibido*, entre otros. Estuvo todo el equipo de la región de Thema y se presentó también a Mariana Badiño como consultora para este proyecto.

Patrick Rivett destacó que es el primer



canal dedicado a D Productions, y que es un avance de la alianza con Thema Canal Plus para US Hispanic y Latinoamérica, habiendo encontrado las economías y las temáticas perfectas para eso. El drama turco creció en Latinoamérica en los últimos años por ser algo diferente, en cuanto a niveles de producción, las imágenes de Estambul y hasta el uso de la música.

Patrick Rivett destacó a Prensario que Kanal D Drama será la máxima prioridad



Todo el equipo de Thema junto a Ozge Bulut Marash y Kerim Emrah Turna de Kanal D

para Thema en la región, y que también hay buenas expectativas con Mezzo en música clásica en México y en Argentina.

VIVE TUS EMOCIONES

AL MÁXIMO CON

DHE

MÁS ENTRETENIMIENTO SIN CORTES

DALE A TUS SUSCRIPTORES LO MEJOR DEL CINE, SIN CORTES COMERCIALES.

canaldhe

/canaldhe

@canaldhe

www.canaldhe.com

Comunícate con nosotros: 1 267 960 06 02 sales@canaldhe.com

Mórbido: Nuevos lanzamientos en Latinoamérica

Llegó a Altice y Claro

Mórbido está sumando lanzamientos de importancia en los operadores de Latinoamérica, según adelantó **Eduardo Caso**, director general de **IB Broadcasting Company**, a **PRENSARIO** en Cartagena.

Destacó la llegada del canal de cine de terror a **Altice** en República Dominicana, como en **Claro** en Argentina abriendo ese

mercado y con la extensión OTT de **Univisa**. En México, como país de origen del festival de terror que da origen al nombre del canal, también se está avanzando paulatinamente y tendrá un stand en **Convergencia Show** en Ciudad de México. Ya incluso tiene una barra en televisión abierta los viernes.



Eduardo Caso

Nickelodeon producirá *Kally's Mashup 2*

La serie musical realizada en Latinoamérica

Nickelodeon Latinoamérica confirmó la segunda temporada de la exitosa serie musical *Kally's Mashup*, que comenzó a producirse en mayo en los estudios de **Viacom** en Buenos Aires. Después de la primera temporada de 75 capítulos, el canal producirá la segunda parte (45x1h), según adelantó **Tatiana Rodríguez**, SVP, Brand Head, Kids & Family en Nickelodeon Latin America.

Desde su estreno, en octubre de 2017, la serie alcanzó los 16 millones de televidentes

en toda la región, convirtiéndose en uno de los programas más vistos en las redes y el primero en la app de Nick.

‘Los niños han inundado nuestros sitios de redes sociales con sus propias interpretaciones de las canciones más populares del programa. Esperamos comenzar la producción de la nueva temporada y traer más giros, vueltas y mashups a los fans de Latinoamérica’, expresó Rodríguez.

La nueva temporada contará con la producción de 360 Powwow y **Anders Media**



Kally's Mashup

en los estudios de **Telefe** en Buenos Aires, Argentina. Tendrá su elenco original, protagonizada por **Maia Reficco** y **Alex Hoyer**, y nuevas incorporaciones.

Megatrax lleva música a los medios de toda la región

Megatrax es la empresa productora y proveedora de librerías de música para medios audiovisuales que, con sede en California, busca crecer en toda Latinoamérica y ahora anunció su presencia en **ConvergenciaShow** de México, donde estará representada por **Willy Rivera**, VP de Desarrollo de Negocio y Marketing para la región.

Con casi 1000 álbumes de música variada y efectos sonoros, **Megatrax** hace un gran trabajo en ofrecer la pista perfecta para cualquier situación, ya sea

en radio, televisión, cine, videojuegos y presentaciones en vivo. Además, tiene una oferta personalizada para los clientes que necesiten algo diferente.

‘Megatrax responde constantemente a las tendencias del mercado con nuevos catálogos y música nueva. Las soluciones únicas inspiradas en las necesidades del cliente incluyen: **HYPERLocal**, nuestro catálogo centrado en las noticias locales; **Aircast**, nuestra división de música por encargo; la serie **You Asked For It** de



David Palma, de PCTV, con Willy Rivera y Ron Mendelsohn, de Megatrax en Convergencia 2017

canciones inspiradas por solicitudes; la lista de reproducción **Hot Trendz** con pistas que reflejan los éxitos de radio actuales; y mucho más’, explicó Rivera.

mba networks

CONTENIDOS RELEVANTES PARA TODAS LAS PLATAFORMAS

www.mbanetworks.tv

PORTAFOLIO OTT: YOU, havoC, GINX ESPORTS TV, L'Angeles, SHOW BUSINESS TV, INSIGHT, SPI

M3, MCH, Amaxia, MU music, Claro sports, MEJOR TV, HOLAI TV, ABS, ACCIONE, DANCE, Paralelo, CINE LATINO, TVSMONDE, WOBI, GOLTV HD, EL TIEMPO TELEVISION, INTI, PX SPORTS

HBO ganó 22 Telly Awards

HBO anunció que el late show producido en México, *Chumel Con Chumel Torres*, la primera de este género en toda la región, fue reconocida en la 39ª edición de los Telly Awards, que premian la excelencia en video y televisión en los diferentes formatos de pantalla.

El ciclo conducido por el humorista mexicano **Chumel Torres**, fue galardonado con un Telly de plata en la categoría Comentario Político, que se suma a los 22 premios que recibió HBO en sus diferentes producciones.

La producción argentina *El*



Chumel con Chumel Torres

Jardín De Bronce fue la serie más reconocida con tres Telly de Oro, el máximo reconocimiento que fue presentado por primera vez este año por Guión, Dirección y Videografía/Cinematografía, además de un Telly de Plata por Cinematografía Aérea y uno de bronce por Edición.

Psi y *La Vida Secreta de las Parejas*, ambas producidas en Brasil, también obtuvieron un Telly de Oro por Drama y Dirección, respectivamente, además de seis de plata y cuatro de bronce en conjunto, en categorías como Dirección de Arte, Edición, Drama y Guión.

La serie brasileña *El Hipnotizador* ganó cuatro premios de Bronce por Edición, Videografía/Cinematografía, Dirección de Arte y Guión.

Para celebrarlo, estará disponible en **HBO Go** una colección especial incluyendo el primer episodio de la temporada premiada de cada una de las cinco series ganadoras, para los suscriptores de América Latina, hasta el 4 de junio.

Aliento Visión

Crece en Latinoamérica

Alientovisión, como señal defensora de los valores morales y religiosos familiares, continúa este año con su permanente recorrida por la región. En Andina Link, estuvo su presidente, el Pastor **Víctor Tiburcio**, junto con la doctora **Hattie Tiburcio**, donde confirmó su compromiso con Latinoamérica. La empresa siguió en APTC de Perú y luego en ConvergenciaShow de México además de otros eventos. Está en la etapa de consolidar su distribución.



Hattie Tiburcio y el Pastor Víctor Tiburcio



DESCUBRE LO MEJOR DEL ENTRETENIMIENTO

Sustitución de distribución por Satélite utilizando HLS por Internet

Proveedor de Contenidos
 Fuentes de señal Video/Audio

Multicast Launch Platform
 (Plataforma Multicanal):
 Transcorder Multi-Branche (MBR),
 ABR, Package y servidor Origen
 integrado en un solo equipo

Redes de Distribución
 Salida en IPTV Multicast:
 DVB-C/DVB-S2/DVB-T2

Solución Recepción HLS eficiente y robusta

Fácil reproducción mediante modulador analógico o digital integrado

Entrega contenidos encriptados de forma fácil y fiable

Óptima solución para Hospitality, Universidades y TV Corporativa

www.wisi.de

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

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

Headquarters 1362 NW 78th Avenue, Miami, Florida 33126 - U.S.A +1 (954) 330.9815
barronscorp.com | ventas@barronscorp.com

MBA Networks presenta nuevo portafolio para plataformas OTT

Contenidos relevantes para todas las plataformas

MBA Networks fundada por Matilde de Boshell sigue teniendo un rol protagonista en el mercado regional de TV Paga, como lo fue en Andina Link en marzo pasado, con las siempre relevantes señales del Grupo MVS, Hemisphere y las señales del Grupo Atres Media entre otras; portafolio que en los últimos 4 años ha tenido un éxito importante en los principales operadores de TV Paga y Telcos de la región.



Con más de 23 años de experiencia en la representación de canales independientes de TV paga en Latinoamérica, MBA Networks ha ido evolucionando con las tendencias de la industria desarrollando una nueva área enfocada en buscar contenido independiente de alta calidad proveniente de otras partes del mundo para traerlo a Latinoamérica, con el fin de apoyar a operadores a enfrentarse a los nuevos retos de la industria y agregación de valor para el consumidor final entre los que se incluyen contenidos 4K, e-sports, formatos cortos

y un robusto catálogo de títulos para VOD, entre otros.

Su intención es integrar los mejores contenidos independientes del mundo para la región; no solamente contenido lineal sino todos los contenidos no lineales que puedan enriquecer su portafolio y llegar a todas las audiencias cada vez más segmentadas: *“la unión de contenidos independientes bajo un mismo paraguas es mucho más fuerte que tener un contenido suelto, y es esto lo que nos ha apalancado para tener mejores resultados de distribución”* expresó Carlos Boshell, VP corporativo & Business Development.

Adicionalmente, agregó Boshell que a partir del 1° de julio, MBA Networks lanzará una nueva unidad de negocios digitales, enfocada en generar nuevos Revenue Streams para la compañía y sus representados con el fin de optimizar el desempeño de los contenidos en la región y buscar nuevas formas de monetización de los mismos. Esta nueva



Jorge Tatto, Matilde Boshell, Mar Martínez, Carlos Boshell y Fer Merodio

iniciativa, se concentrará en incrementar el engagement del usuario final y en aprovechar al máximo el nuevo ecosistema digital para generar nuevos modelos de negocio y otras alternativas de distribución y comercialización de los contenidos independientes de alta calidad representados por MBA.

MBA Networks volverá a mostrar su completo portafolio tanto de señales tradicionales como productos para nuevas plataformas en un stand propio en Convergencia Show.Mx en Ciudad de México en el mes de junio. Productos propicios para el mercado mexicano que siempre está a la vanguardia en Latinoamérica.

RTVE destaca sus señales internacionales en ConvergenciaShow

RTVE estará en ConvergenciaShow de México representada por Víctor Reyer, director de C4D, distribuidor de sus canales y contenidos en México. Allí, aprovechará para reforzar la posición de sus cuatro canales internacionales: TVE Internacional, 24 Horas, Star HD y Clan. Además, presentará sus contenidos de



ficción y el nuevo espacio de contenidos digitales PlayZ.

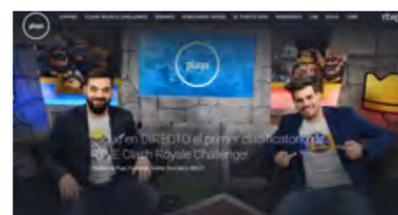
RTVE ha ido ampliando su catálogo de canales durante los últimos años para poder presentar una oferta de calidad que satisfaga las necesidades de información y entretenimiento de toda la familia. Además

de las señales de siempre, el grupo presentará PlayZ, un nuevo espacio de contenidos digitales en abierto pensado específicamente para los jóvenes de la generación Z. Con esta incorporación, su oferta se amplía para tratar de llegar al target específico de los jóvenes y adolescentes.

Novedades de ficción

En cuanto a la oferta de contenidos, además de todo su amplio catálogo, RTVE presentará sus últimas producciones de ficción, entre las que destacan el thriller *Fugitiva*, protagonizado por Paz Vega junto a Julio Bracho y Roberto Álamo.

También destacará *La Otra Mirada*, una serie



PlayZ, el nuevo espacio de contenidos digitales de RTVE

de prime time que muestra un centro de enseñanza aferrado a las tradiciones propias de una capital de provincia de los años 20. *Estoy Vivo* mezcla el género policíaco y el fantástico, y *Traición*, protagonizada por Ana Belén, presenta las complicadas relaciones de una familia, propietaria de un bufete de abogados.



OTT promete ser un verdadero **"cambio de juego"** en el universo de los medios.

¡Es un cambio del que quieres ser parte!



WWW.WORLDVIEWTELEVISION.COM

Valiosas definiciones en NexTV Series 2018 en Buenos Aires

Con cambio de definiciones para la TV, tanto en canales de aire canales lineales de TV paga y las OTT, se realizó la edición 2018 de NexTV Series South America en Buenos Aires, organizada por la consultora **Dataxis** y con fortísima concurrencia de especialistas, analistas y profesionales del medio.

La conferencia se caracterizó por la franqueza de las opiniones de los panelistas y un perceptible cambio de enfoque sobre la evolución que tendrá el negocio de los cableoperadores, los telcos y las empresas de streaming por Internet, de acuerdo a las cambiantes preferencias de un público joven –habitualmente denominado Millennials pero en realidad la Generación Z– de notoria impaciencia frente a los horarios fijos y las limitaciones en el acceso a los contenidos.

Panel de CTOs

El panel integrado por **Eduardo Bayo**, de **Artear**; **Jorge Notarianni**, de **Disney**; **Guillermo Bertossi**, de **Fox Networks Group**, y **Jorge Amaral Ramos**, de **Arris**, se centró en la aplicación práctica de las nuevas tecnologías 4K de Ultra Alta Definición; 8K, de aún mayor capacidad de resolución, pero también sobre HDR, que aplicada sobre la HD produce un mayor contraste entre claros y produce una sensación de mayor relieve, y su aplicación por parte de los broadcasters y los programadores.

En tanto la mayoría o al menos una buena parte de la programación actual se graba en 4k, Notarianni consideró ‘más compleja’ la implementación de esta tecnología: ‘el objetivo de los fabricantes de equipos es que el usuario renueve, en tanto el de los operadores es tanto la distribución como la experiencia final que produce el contenido’.

Se comentó que el promedio de las pantallas de televisión está actualmente en 41” y crece 1” a 2” por año: los Mundiales de Fútbol son importantes porque ‘la gente quiere ver los eventos deportivos en la mayor dimensión posible’, que sea una experiencia ‘cada vez más inmersiva’. Bayo acotó que el

problema del HDR es que ‘no hay una norma única, hay varias, y algunos fabricantes han incorporado algunas de ellas; el problema es que el HDR “pasteliza” (empalidece) los colores en los televisores HD que no sean compatibles con la norma que se está usando.

Sobre el “apagón analógico” en Argentina para 2019, se estimó que será postergado: ‘fue fijado por decreto y debiera entrar en vigor cerca de las elecciones; ningún político querrá quedarse sin TV antes de unas elecciones presidenciales’. Con respecto al acceso

directo de los productores de contenidos al consumidor final, Bertossi señaló que ‘los cambios tecnológicos implican un cambio cultural, de mentalidad; en broadcast no ha pasado tener que cambiar la relación con los consumidores, con los

proveedores, los perfiles que se contratan; con esto los programadores se convierten en desarrolladores, hay una empresa dentro de otra empresa; la experiencia es clave y aparece la de tratar con el usuario, y tratarlo bien’.

La integración de OTTs

En otro panel, se trató la problemática de la integración de OTTs de terceros a los sistemas de TV paga, con **Fabiana Orlotti**, de **Montecable** de Uruguay; **Miguel Factor**, de **Colsecor**, y **José Alcácer** de **Conax**. Orlotti recordó que en su país los cableoperadores no tienen ‘por ahora’ licencia para datos y que por lo tanto deben combinar su red con la de ‘streaming’ que no controlan, aunque son responsables por la experiencia que producen los contenidos. Adelantó que se está lanzando una versión web, con un VOD de contenido, con diez mil películas, que es ‘responsive’: se adapta al ancho de banda disponible para el usuario. Factor se refirió a la integración de las cooperativas telefónicas en un proyecto de streaming conjunto, que está abierto también a las Pymes’ en probable referencia a los cableoperadores independientes, con quienes las relaciones no han sido siempre tersas: ‘tenemos contenidos producidos por 95 canales del interior, con contenidos de



Jorge Notarianni, Eduardo Bayo, José Amaral de Arris y Guillermo Bertossi de Fox



Diego Madoery, Juan Amarilla y Martín Amarilla, del nuevo DTH en Paraguay



Eduardo del Mandiá y Marcelo Bresca

nicho locales y regionales’ y fue presentado simultáneamente en una jornada de ‘TV cooperativa’ realizada ayer en Córdoba.

Contenidos multiplataforma

Javier Ruete, CEO de **TCC** de Uruguay y pionero en concebir al cableoperador como un centro de contenidos, sea TV paga lineal, VOD o OTT; **Rodrigo Mauricio Aliaga Prado**, director de **Digital TV Cable** de Bolivia, **Carlos Wilson**, de **Witel Comunicaciones**, y **Gustavo Lerner**, de **Verimatrix**, quienes compartieron conceptos esenciales: ‘Lo digital es complementario de la TV y el cableoperador debe lograr que el usuario pueda acceder a los contenidos que le interesan sin salir de su plataforma’.

‘Lo que le está pasando a la TV lineal con lo digital es lo mismo que a los taxistas con Uber: descubren que han pasado a ser una

Más del 50% de los videos online confían en la tecnología que desarrollamos

Como parte del equipo que desarrolló el estándar MPEG-DASH, nosotros entendemos el streaming adaptativo mejor que nadie.

Nuestra infraestructura de video de calidad empresarial es utilizada por proveedores de contenido, integradores y broadcasters en todo el mundo.

Soporte de integración y rendimiento respaldado por SLA.



Encoding

La codificación de video distribuida masivamente por Bitmovin funciona en Cualquier Lugar

- Multi-Codec Streaming H.264, VP9, HEVC y AV1
- La optimización del streaming reducen el ancho de banda y mejoran la calidad
- DRM de extremo a extremo y multi-DRM



Player

El reproductor de Bitmovin ofrece video de alta calidad en Todas Partes

- Compatibilidad con todas las plataformas
- Publicidad de características completas: SSAI y VAST de cliente, VPAID, Google IMA, VMAP
- ¡Nuevo! Diseño de reproductor totalmente modular



Analytics

Video Analytics para desarrolladores. Muestra Todo

- QoE / QoS en tiempo real a través de toda la cadena de entrega de video
- Tableros personalizados y flujos de trabajo
- Mantiene plena propiedad y control sobre sus datos

¡Visítenos en NexTV Colombia!

Valiosas definiciones en NexTV Series 2018 en Buenos Aires

aplicación'. Con respecto a la distribución de ingresos, hubo quejas con respecto a que las plataformas digitales se llevan el 70% de lo producido: tendría que ser 50-50', se argumentó.

El nuevo consumo OTT

La sesión "El Nuevo Consumo OTT y Multipantalla de Deportes" contó con **Hernán Chiofalo**, de TyC Sports; **Jordi Solar Cantaloesella**, del grupo español Mediapro; **Matías Rivera Larra-in**, de Fanatiz, y **Javier Cornejo**, de Mediastream. Se destacó el esfuerzo y desafío que representa el Mundial de Fútbol y la elaboración de material adicional para las plataformas digitales, señalando Cornejo que 'aquí tiene mucho que ver la capacidad de la red; el usuario consume mucho en stream y sobre todo en mobile'.

Sobre el delay entre el streaming y la TV abierta, coincidieron en que se reducirá pero no desaparecerá, estimándolo en un promedio de 30 segundos para la Copa; acerca de la realidad virtual y la realidad aumentada, 'abre nuevos derechos'; sobre los e-Sports, 'cumplen los



Ezequiel Fonseca, de Viacom, Gustavo Castro, de Movistar, y José Rivera-Font, de Sony SPE

requisitos para interesar, son todavía un nicho pero de gran crecimiento, es un paso adelante de los videojuegos'.

Nueva competencia en TV paga

Juan García Bish, de Gigared; **Virginia Priano**, de Cablevideo Digital; **Ariel Hernández**, de Antina, y **Arnault Lannuzel**, de Broadpeak, disertaron con moderación de **Horacio Martínez**, de Datco, sobre "La Nueva Competencia en TV Paga en Argentina", describiendo la gestión de las empresas medianas que disputan porción de mercado en diversas zonas del país y evaluando que la transmisión de señales ana-



Javier Cornejo, de Mediastream, Jordi Soler Cantaloesella, de Mediapro, Hernán Chiofalo de TyC Sports, Matías Rivera de Fanatiz

lógicas por parte de los cableoperadores está en vías de extinción, aunque todavía quedan hogares sin receptores digitales.

García Bish describió lo hecho para entregar canales en HD sin costo: 'No hay una norma digital para el cable; el suministrar HD sin costo fideliza a los usuarios'. Lannuzel reiteró al migración de IP, y Martínez mencionó que Canal Plus dejará de entregar decodificadores y repartirá aparatos Apple TV en las casas de sus suscriptores. La conclusión general fue que 'hay posibilidades de crecimiento sostenido para los pequeños operadores, hay que estar atento al cliente y brindar más servicios'.

NexTV Series Colombia & Andean

El 7 de junio en Bogotá

El jueves 7 de junio, se realiza en el Centro de Convenciones Hotel Tequendama de Bogotá, la edición 2018 de NexTV Series Colombia & Andean, que con organización de Dataxis, reunirá a destacados panelistas de la escena local de OTT, TV paga y señales de televisión por aire y de cable.

Por la mañana, tendrá lugar el panel "Oportunidades de crecimiento para la TV paga en Colombia", que reunirá a Henry Reyes, presidente de **HV Televisión**, Sergio Restrepo, CEO de **Cable Mio-Tevecom**, Gabriel Ferrer, Gerente General de **Codisert**, y Fernando Graziano, Regional Sales Director North CALA de **SeaChange**.

Más tarde Esteban Tellez, VP de Mercadeo en **DirecTV Colombia**, Gustavo Marra, Director de Ventas de Video en **Eutelsat**, y Luis Redondo, CEO de **Globalplay**, disertarán

sobre la integración de OTTs de terceros en los operadores de TV paga.

El panel ejecutivo de OTT buscará indagar en su utilidad para la promoción o destrucción del contenido nacional. Participarán Rodrigo Holguin, director de **RTVC Play**, Yenny Chaverra, coordinadora de **Retina Latina**, Catalina Porto Urdaneta, gerente ejecutiva de **Caracol Televisión**, y Diana Figueroa, CEO Latam en **Visionnaire**.

Luego, Roberto Reyes, Gerente de Telecomunicaciones en **Emcali**, junto a Boris Piedra, Gerente de Telecomunicaciones en **Etapá**, y William Alexander Brito Mejía, director valor Agregado para la Región en Internexa, hablarán sobre la TV paga y OTT en la estrategia de telecomunicaciones.

Por la tarde, será el turno de los CTOs de **ETB**, **Conexión Digital** y **Cablemas** junto



Convenciones Hotel Tequendama

con Nestor Hernandez, Regional Sales Manager de **Nagra**. Darán paso luego a la mesa de estrategias de personalización y recomendación para los nuevos servicios de TV paga y multiscreen, con la participación de **Claro**, **Ateme**, **Supercable** y **Crunchyroll**.

Finalmente, entre los paneles más destacados estará el de estrategias multipantalla y nueva publicidad para la TV abierta, con **RCN**, **Caracol Televisión**, **El Tiempo** y **Mediastream**.

El evento contará con la presencia de la ANTV, en este caso su directora Ángela María Soto participará en una sesión one to one sobre piratería.

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, Jefe de Ventas Afiliadas
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.



Fuugo: Plataforma abierta para OTTs de operadores grandes

Fuugo se está posicionando rápidamente en el mercado OTT de la región con apenas un año de existencia desde su sede en Miami, si bien el proyecto es muy anterior y sus socios locales tienen larga experiencia en el rubro como en el OTT latino VIVOplay.



A nivel internacional, las oficinas centrales están en Carolina del Norte y la empresa tiene ADN finlandés. En Europa trabajan desde hace mucho con marcas fuertes y eso es experiencia para este crecimiento de OTT.

Andrés Woodhouse, director de ventas para las Américas participó del NexTV Series de Argentina en una gira que incluyó dos días en México, donde tiene operación con Dish y Claro, con el que también trabaja en los demás países. En Brasil, también está con Sky.

‘Orquestamos en una plataforma abierta, flexible para no involucrarse en el largo plazo con soluciones verticales, y así poder lanzar

una innovación en horas, y no en días. A veces los operadores ven la luz en el túnel y allí se dan cuenta que es necesaria una gran actualización con reingeniería de producto; nosotros les facilitamos eso’, remarcó.

Otra cuestión interesante es su diferencial de modelos de trabajo y servicio. Estos permiten tropicalizar el contenido de los proveedores, y generar nuevos canales y aplicativos para streaming. Sobresale un módulo de contribución para hacer en 300 milisegundos un punto a punto o multipunto para eventos deportivos en vivo y gritar el gol en tiempo real.

El motor de plataforma es MBMS (Multimedia Broadcast Multicast Services, en sus siglas en inglés) para redes de LTE que permite jugar con el multicast sobre móviles. Tal es el caso de una CDN multicast para dispositivos móviles, que ofrece la experiencia de usuario que busca el usuario.



Andrés Woodhouse, director de ventas, Américas

Woodhouse agregó: ‘El ancho de banda es siempre un tema complejo, pero estas tecnologías con plataformas como las nuestras permiten mantener concurrencia y calidad sin sacrificar ni datos ni textos, por lo cual los OTT pueden mejorar sustancialmente sus servicios’.

Es importante remarcar la experiencia con VIVOplay que ya alcanza casi 500.000 usuarios en varios países. ‘Para todos los que hicieron cambios de plataformas actualmente es más fácil integrar con la orquestación que hacemos con ahorro en tiempo e in house’, concluyó.

Toolbox: Fuerte apuesta a México

Sumó a Pablo Mancuso con sede en CDMX

Pablo Mancuso se incorporó hace seis meses a Toolbox como director regional con sede en CDMX en México, para atender a ese mercado y el Caribe, además de ayudar a crecer en mercados como Estados Unidos y Asia.



Es una gran incorporación de un ejecutivo que estuvo ambos lados del mostrador, tanto en ventas de señales como la parte tecnológica de los nuevos servicios. En diálogo con Prensario, sostuvo que está feliz con este desafío, ‘que es estar en el negocio correcto en el momento indicado’. Sobre todo en un mercado como el mexicano, que es el más grande de la región.

Toolbox tiene una solución que permite tener operadores integrados como clientes de servicios directos como es el caso de Mega,

Sky o Dish/MVS, y mucho potencial de crecimiento pues el mercado de OTT está creciendo.

Tiene además más de 200 operadores integrados en la región, con los cuáles el 90% del tráfico de contenido on Demand pasa por la compañía, como también el de autenticación de usuarios. Todo ese expertise es un beneficio para los nuevos clientes que se integran a la federación de Toolbox.

‘Siendo México un mercado económico tan grande, que no sólo incluye clientes de telecomunicaciones, hay mucho espacio para nuevas OTT verticales. Por ejemplo ChivasTV, entre otras, como un caso de oportunidades fuera del negocio tradicional’.

Toolbox ofrece una solución de OTT completa, para que mejore la experiencia del usuario



Ignacio Guido, Matías Lassalle y Pablo Mancuso, de Toolbox, en NexTV

con el soporte de software, que es el ítem fundamental hoy. Mancuso asistirá a Convergencia Show, para ver chances de trabajar con los socios de ATIM por ser los líderes en autenticación y en solución OTT end to end.

En Estados Unidos la idea es replicar el modelo a operadores con los mejores servicios, pensando no sólo en los grandes sino en ciertos operadores más chicos del mercado doméstico.

DBX PLATAFORMA DE ACCESO MODULAR

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

Amplificador • Nodo • MDR • Remote PHY

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

LISTEN | INNOVATE | DELIVER

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

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

Bitmovin: Sistemas más eficientes para streaming de video

Bitmovin sigue su expansión por Latinoamérica con el nuevo equipo de ventas que participa en todos los eventos con Tom McCarthy. Tras estar en Andina Link y NAB, fue a NexTV Series de Buenos Aires y seguirá en Colombia, Brasil y México, así como en ConvergenciaShow y SET.

Los temas claves son la codificación de video para OTT, la parte de reproducción de video y analítica para mejorar la experiencia de usuario. Todo con sistemas más eficientes y económicos que la competencia y con menor uso de recursos. Promueve especialmente

su encoder AV1 de gran prestación.

Pensando en los proveedores de video para evitar los problemas de descarga e incrementar la calidad, Bitmovin reconoce tres técnicas para que los proveedores optimicen su streaming H.264 para duplicar la calidad sin emplear más data: Streaming multicodec, Encoding por título y Adaptación por Escena.

Las soluciones de Bitmovin incluyen estos métodos para reducir los costos de CDN y pueden ser implementados en cualquier flujo de trabajo de video. Ahora se busca una ventaja competitiva que optimice la



Tom McCarthy, de Bitmovin (centro), con Eduardo Bayo, de Artear, y Guillermo Bertossi, de Fox

infraestructura de video y minimice el uso de ancho de banda y tamaño de archivo.

Verizon Digital Media Services: 'Del contenido a la experiencia de usuario'

Verizon Digital Media Services tuvo un lugar destacado en NexTV Series de Buenos Aires. Jossi Fresco, director regional para Latinoamérica, dio una conferencia sobre la actualidad de liderazgo de la compañía.

Comentó que Verizon Digital Media Services tiene una red global grande, que casi duplicó en capacidad de 27 terabit por segundo a 49 terabit por segundo en los últimos años.

Sostuvo que Latinoamérica tiene diferentes regulaciones pero que el crecimiento es espectacular, donde el 80% de su tráfico es

video. México, Brasil y Argentina son los mercados más grandes, pero está con el mayor crecimiento para OTT.

Remarcó que se repite que "el contenido es el rey", pero que en realidad estamos pasando a la experiencia de usuario. Los esfuerzos se enfocan en disminuir la fricción que existe en OTT. Eliminar un segundo de demora siempre es una prioridad para mantener una audiencia comprometida.

Afirmó que hay elementos que 'no podemos controlar', como la administración del broadband, que está creciendo para llegar a



Jossi Fresco en su conferencia de NexTV Series de Buenos Aires

una experiencia televisiva de OTT. Aconsejó modelos híbridos, así como el desarrollo de propiedades y tener el control de la experiencia.

Amdocs: Integración y monetización de contenido end to end

En NexTV Series se conoció Amdocs, que adquirió Vindicia el año pasado, y Vubiquity hace tres meses. Estuvo representada por su Head of Marketing para el Caribe y Latinoamérica, Jesús Luzardo, que además dio una conferencia.

Destacó que todas las compañías son complementarias con soluciones licenciamiento, procesamiento, distribución de contenido Premium, así como de integración y monetización de contenido para un OTT o los

proveedores de servicios de telecomunicaciones y media de forma ágil, transparente y end to end para reducir el churn. 'El objetivo es dar contenido Premium y optimizar la experiencia digital del usuario con una gran apuesta a la innovación', afirmó.

Amdocs se ha caracterizado siempre por la innovación. Nació en EE.UU. pero hoy tiene su principal centro de innovación y desarrollo en Israel y oficinas en Argentina, Brasil, Chile, México y Perú. Con el objetivo de crecer en



Jesús Luzardo

la región, la idea de Luzardo es mantener y aumentar la presencia que tenían Vubiquity y Vindicia con equipo local y ampliarla con el resto del portafolio de Amdocs.

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

Bolivia Media Show 2018 reunió a las cooperativas en Santa Cruz de la Sierra

La tercera edición de Bolivia Media Show, la convención organizada por Grupo Isos para la industria de TV paga en ese país, convocó en Santa Cruz de la Sierra a cooperativas de todo el país que pudieron reunirse con los proveedores de programación y tecnología para mejorar sus servicios.

Uno de los principales paneles estuvo integrado por **Federico Canónigo**, VP de ventas de afiliados de **Fox Networks Group**, **Roberto García**, gerente general de **Fecotel** (la asociación de cooperativas de Bolivia) y **Pablo Scotellaro**, presidente de **Canal U** de Uruguay, con la moderación de **Mario Bossolasco**.

Federico Canónigo destacó el gran crecimiento de la TV paga en Bolivia y dijo que en ese contexto Fox apuesta 'con todo al contenido', siempre enfocado en el suscriptor. 'Internet modificó el paradigma de ver televisión lineal. El público es muy demandante y quiere ver el contenido en cualquier momento'.

Por su parte, Roberto García dijo que se busca llegar a toda la población. 'Las cooperativas que se iniciaron en el sector eléctrico hoy dan TV paga. La gente quiere ver

los contenidos en cualquier momento y pantalla. El usuario quiere que todo esté organizado y sea amigable'.

Pero dijo que para esto es necesario fortalecer las redes de Internet. 'Todas las señales de TV

deben buscar acuerdos y alianzas comerciales para llegar a ofrecer el menor precio posible. Las empresas llegan con paquetes al operador individual. Para cubrir sus costos tienen que incrementar las tarifas. Si se logran acuerdos globales a nivel nacional, quizás las tarifas puedan bajar'.

Y agregó: 'Las cooperativas están enfrentando un escenario que cambia muy rápidamente. Hay que tener una mirada amplia para avanzar. Las cooperativas fueron las primeras en dar cable y hoy los móviles están jugando en el mismo mercado y la competencia es grande'.

Además, se planteó el dilema del ancho de banda en Bolivia que se contrapone con el streaming de video, con un promedio de 5 a 8 Mbps en las áreas que no son La Paz, Cochabamba o Santa Cruz. Canónigo remarcó que el cliente debe ser el eje y afirmó: 'Bolivia hizo crecer el negocio con redes, mejoró el ancho de banda y avanzó mucho en los últimos años. Nosotros no estamos reemplazando la TV lineal. Estamos ofreciendo todo. No hay dudas de que Bolivia va a seguir creciendo'.

Las señales en Bolivia

Después del panel de discusión, Fox realizó su screenshot a cargo de **Juan Massuh**, donde presentó todas sus novedades en contenidos Premium, transmisión de eventos deportivos internacionales y series originales con estrenos en simultáneo con Estados Unidos. Además, anunció el estreno de nuevas temporadas de sus series y el lanzamiento de



Marcelo Bresca, de Frida; Roberto García, de Fecotel; Samuel Cáceres, de ATT; Alberto Borja, de Sonotec; María Soto, de Isos; y Pablo Scotellaro, de Canal U

nuevos contenidos como *The Host* y *Talento Fox* con protagonistas de Latinoamérica.

AMC Networks presentó sus novedades de programación para la segunda mitad del año en sus canales. **Discovery Networks** estuvo representada por **Sergio Canavese** y **Juan Toth**, quienes destacaron la iniciativa del grupo contra la piratería, que incluye un plan sistemático para terminar con una práctica que tiene múltiples aristas, todas afectando a la industria y al Estado.

Ve Plus TV, la señal internacional de **Venevisión**, está destacando la nueva producción original *El Chateo*. La expo también cuenta con la participación de **Televisa Networks**, con **Marcelo Bresca** y la nueva iniciativa **Frida Media**, junto a **Diego Torregrosa**; la señal católica **EWTN**; **MBA Networks** con un catálogo super completo de señales para Bolivia; **TyC Sports** con su nueva ejecutiva de ventas, **Brenda Villegas**; **ESPN&Disney**, con muy buen posicionamiento en Bolivia; y **Bolívar TV**, el canal digital oficial del club de fútbol boliviano que transmite sus partidos de local en vivo y VOD.

En la parte tecnológica, como siempre Sonotec es uno de los mayores auspiciantes. Estuvo junto a **OM Systems**, de **Juan Carlos Ortolán**, con quien tiene un acuerdo para fortalecer los diseños de proyectos para las diferentes cadenas de TV de Bolivia. Kevin Trujillo, anunció que la empresa ha tenido un fuerte rol en la digitalización de los canales y ahora viene la segunda fase de la TDT para los canales que están en UHD. 'Hay mucho trabajo por delante', afirmó.



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



Pablo Scotellaro, de Canal U; Roberto García, de Fecotel; Federico Canónigo, de FNG; y Mario Bossolasco

Amphenol Broadband Solutions

Tecnología al servicio de un mundo interconectado.

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

Para mayor información, visite: amphenolbroadband.com



Cables // FOPs // Pasivos // Activos



TFC South America S.A.

Av. Sarmiento 786 - 9A - Resistencia - Chaco - Argentina - Tel. +54 362 440 4457 - eMail : info@tfcclatina.com

Arris: 'El entorno de distribución de contenidos es cada vez más difícil'

Luego de su participación en uno de los paneles más jugosos de NexTV Series con los gerentes técnicos más importantes de Argentina, **Hugo Amaral Ramos**, CTO CALA de **Arris**, compartió su visión del mundo actual en la entrega de contenidos, que es cada vez más complejo para todos los jugadores.

'Este mundo está cambiando, todo es cada vez más difícil para los proveedores de contenido, los canales de TV y los operadores. Estamos para ayudar a que el ecosistema tenga garantía de entrega, conectar a las personas con las personas y a las personas con los contenidos. No existe más una empresa de "telco", de cable o de móvil, y sí las personas que conectan personas a personas y personas a contenidos', remarcó el ejecutivo.

'Hay un cambio muy fuerte que implica entregar el contenido a todos los dispositivos cuando quieran, es algo que impacta mucho. El operador hace las veces de agregador se apoya en tres pilares: contenido y experiencia de usuario; billing unificado y servicios', explicó.

Es aquí donde Arris aparece aportando el conocimiento de los mayores expertos de la industria porque se está creando y produciendo contenido de altísima calidad, como 4K, y eso requiere una nueva generación de entrega con gran complejidad. 'Nuestro objetivo es aportar tecnología de soluciones y servicios para garantizar esta conexión con la mejor utilización de los

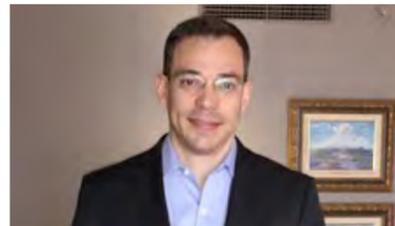
recursos en tres puntos: la red, la casa y fuera de la casa'.

'Es necesario preparar la red para el futuro en términos de capacidad y planificación. Evolucionar con las nuevas tecnologías para que los clientes, operadores y creadores de contenidos puedan entregarlos a los usuarios. Sólo si la red tiene la capacidad se pueden entregar los contenidos a los usuarios. Ayudamos a construir esta capacidad con el concepto de paraguas: no es una u otra tecnología, sino ambas juntas según los requerimientos del cliente, sea Docsis HFC, Docsis 3.1 o FTTH', detalló.

El segundo pilar, la casa, se ha completado. 'Antiguamente, el mecanismo era muy simple porque estaba el punto de demarcación, una llegada de la señal de video por la red que era garantizada a un cable conectado al televisor o a los dispositivos como la computadora. Este mundo cambió cuando; empezamos a adherir

wireless wifi dentro de la casa. Garantizar que la experiencia de usuario o la entrega de contenido de altísima calidad en la casa, empieza a ser también muy importante. No solo al operador sino también al proveedor de contenido, porque si se hace un contenido de altísima calidad y se lo pone en ABR (Adaptive Bit Rate), sin contar con la capacidad en la casa va a tener una recepción muy mala'.

Para esto último, la marca presentó **Arris Home Assure** que permite elevar la cantidad correcta de ancho de banda en un Gateway de la red, extenderlo a más de un punto porque los clientes que necesitan más de un dispositivo. Este Multiple Access Point necesita una capa de control para asegurar que los recursos serán aprovechados de la mejor manera.



Hugo Amaral Ramos, CTO CALA, Arris

'Para eso lideramos un estándar que se llama **EasyMesh** de **Wifi Alliance** y la idea es que esté estandarizado para diferentes proveedores, para que el sistema funcione'.

Al final, está sacar al cliente de la casa, ganar movilidad. 'Esto lo empezamos a trabajar cuando añadimos a **Ruckus** a nuestro portafolio. Como el cliente tenía la conectividad mejor en la red, en su casa cuando salga de su casa que tenga la mejor capacidad de entrega de contenido. Ahí tenemos el 5G, que para nosotros es Wireless de alta performance, sea con 11 AX, nueva estandarización de Wifi, sea con frecuencias gerenciadas, 3GPP'.

Arris crece en la región

'Los resultados siempre fueron muy buenos, y continuamos muchos años con crecimiento. Miramos la región del Caribe y Latinoamérica con un optimismo conservador, que empieza a ser real; Argentina, de una manera interesante empieza a caminar en la dirección correcta y a crecer mucho más, así como Brasil. El impacto de las crisis que tuvimos fue importante pero ahora está avanzando', remarcó Hugo Amaral Ramos.

'Argentina es un país que ha crecido mucho y es importante para nosotros, junto con el resto del Cono Sur. Estar aquí y ayudar a todos los players que participan de este mercado a entregar los contenidos, conectar personas a contenidos y personas a personas, es nuestro objetivo'.

Y concluyó: 'Participamos de grandes lanzamientos de productos en Argentina y la región que empiezan a ser una gran diferencia en la industria para el país y la región'.



Hugo Amaral participó en el panel de CTOs de NexTV junto a Jorge Notarianni, de Disney, Eduardo Bayo, de Arter, y Guillermo Bertossi, de Fox



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.



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 Andina Link Cartagena, representada por **Foad Towfiq**, fundador y presidente de la compañía, y **David Mosquera**, director de ventas para Latinoamérica.



La marca presenta 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 tele-



Tomás Delgado, David Mosquera y Foad Towfiq

fonía 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.

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.

Defang Technology

- VOICE
- VIDEO
- DATA
- CONNECTIVITY SOLUTIONS

www.defangtechnology.com

Contactos:
Oscar Vidotto Ovidotto@defangtech.com
Yorman Niño yorman@defangtech.com



**USTED.
NOSTROS.
JUNTOS.**

*Haciendo que la
Comunicación
sucedá.*



Más
Información:

www.ptsupply.com



Llámenos
Us:

1-800-238-7514



Email
Us:

marketing@ptsupply.com

Globecast vuelve a la región

En alianza con Eutelsat

Una de las compañías que vuelven a tener mayor foco y presencia en Latinoamérica es **Globecast**, que en los últimos cinco años se ha enfocado más en otros territorios pero ahora, desde la oficina de las Américas, se está reconectando con todos los clientes para entregar contenido a través de IP, fibra y satélite con la dirección de ventas y el empuje

renovado de **Neil Butterfield**.

Para eso trae soluciones innovadoras y económicas, que Globecast ofrece con su plataforma de distribución en el **Eutelsat-117**. A través de esta asociación las tecnologías terrestres y espaciales que apoyan esta plataforma permiten la implementación de soluciones escalables y flexibles para dis-



Neil Butterfield, de Globecast, en NAB

tribución lineal y OTT de las radiodifusoras establecidas y nuevas en el mercado.

Como una extensión de la red mundial de fibra troncal, GCBN, y la red IP dedicada, GCXN, de Globecast, la conectividad colectiva facilita el acceso a la región para los operadores mundiales y regionales. Neil también tendrá una mayor presencia en las principales conferencias de la región.

Eutelsat



Mike Antonovich, CEO de Eutelsat Americas

Mike Antonovich, CEO de **Eutelsat Americas**, estuvo en la NAB donde destacó el panorama promisorio los operadores satelitales en la región en un panorama de continua actividad. Allí se destaca el lanzamiento del **Eutelsat 117**, con huella regionalizada especialmente en nuestra zona, una capacidad inédita para un satélite y una cobertura de Centroamérica y el Caribe que es única en el mercado, que es importante para los servicios de DTH que hay en esos países.

El ejecutivo destacó también que sirve para más regiones con las plataformas DTH de México y todos los servicios de internet de ese mercado.

Antonovich agregó que una diferencia que tiene Eutelsat para su crecimiento en lo comercial es que no maneja exclusividad con partners, sino que se declara "partners friendly" con una política más abierta que deja a la empresa en una posición privilegiada.

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

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

EL FABRICANTE EUROPEO CON PRESENCIA EN MÁS DE 100 PAÍSES



soluciones avanzadas para redes GPON



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



soluciones profesionales para operadores DTH



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



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



CryptoGuard
— Protect your content —

Content Security

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

CryptoLITE
OTT Solution

Cost-Effective End-to-End OTT Solution

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

SUPPORTS NATIVE DRMS
Apple FairPlay ▶ Google Widevine™ ▶ Microsoft® PlayReady®

Meet Us!

Stand #A10

Stand #1H2-10

Stand # 5.B39

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

Follow us



Technetix: Nuevo CTO para las Américas

Technetix Americas nombró este año a **Hernán Cadiz** como Chief Technology Officer para las Américas. El ejecutivo trae más de 20 años de experiencia en ingeniería en telecomunicaciones.

Con su designación, se espera avanzar en la estrategia de los productos de avanzada en toda la región y construir un mercado de soluciones líderes. El ejecutivo tiene amplia

experiencia en el desarrollo de soluciones para IMS, DOCSIS, EPON, HFC, ruteo y distribución de contenido de video.

Anteriormente, Cadiz se desempeñó como vicepresidente de ventas y desarrollo de negocio para el Caribe, Latinoamérica y EMEA en Concurrent. También ha ocupado posiciones senior en Sumitomo Electric, Arris, Ericsson y Nortel Networks.



Hernán Cadiz se incorpora a Technetix como CTO

Antronix facilita el aumento del ancho de banda

Antronix continúa su presencia en Latinoamérica, con la representación de su director de ventas regionales, **Milton Ulua**. El año pasado, concretó la compra de **Olson Tech** que le permitió contar con un tap de fibra HFC que es una buena incorporación para el mercado.

La marca provee toda la innovación



en multitaps retroadaptables para mantener la red actualizada y adaptarla a los nuevos cambios. Las carcasas intercambiables de placa frontal y la red patentada de Antronix, E-Option, junto a los plug-ins de acondicionamiento hacen que aumentar el ancho de banda sea muy fácil para los operadores.



Milton Ulua

Instalado en una superficie de aproximadamente 4.500 m2 en un edificio propio, con fácil acceso a las principales vías de São Paulo, ARJ compañía opera con una "JUSTO A TIEMPO" sistema de distribución para sus más de 900 elementos catalogados. Administración en fideicomiso de sus materiales de trabajo que tiene más de 20 años de conocimiento del tema y reciben un servicio personalizado.

Distribuimos productos para FTTH, HFC, Telefonía e Internet, incluyendo: cable de fibra óptica, cajas de empalmes ópticos, fuentes de alimentación, la energía, el hardware para el apoyo de las redes aéreas y subterráneas, cuerdas, conectores, materiales para el aislamiento y puesta a tierra, "las líneas de derivación", materiales para el cableado interior de los edificios, conexiones de suscriptores, accesorios, herramientas y los instrumentos para la construcción de las redes y los materiales para la señalización y la seguridad.

Ponemos a su disposición nuestro departamento técnico y comercial para cualquier consulta.

ARJ Company Ass. Com. Imp. Exp. Ltda
Rua Marcelino Antonio Dutra, 261 - Jabaquara
Cep. 04334-160 - São Paulo - Brasil
Tel: +55 11 2193-9288

ARJ Company USA
6030 NW 59 AVE # 407
Doral - Florida 33178
786 616-7619

www.arjcompany.com

Simplifica la logística
de los productos críticas.

01-918-251-2887

www.tulsat.com

Skyworth superó los 2 millones de STB en la región

Fuerte presencia desde sus oficinas en CDMX y Guadalajara

Víctor Méndez, director regional de **Skyworth**, destacó el balance positivo del último año de uno de los dos mayores fabricantes de STBs del mundo, en Latinoamérica. ‘Hemos superado las expectativas embarcando más de 2 millones de Set-Top-Boxes por año a clientes Tier 1 en México y Brasil. Para el 2020, queremos superar los 3 millones de unidades anuales en la región’.

‘Skyworth tiene la capacidad de diseñar productos únicos para las necesidades de los operadores de DTH, cable, IPTV y OTT. En 2017, nos posicionamos como uno de los primeros dos fabricantes de STB a nivel mundial, embarcando más de 35 millones de unidades anuales a nivel mundial. Además, somos líderes en productos de Connected Home (Cable Modems DOCSIS y Routers inalámbricos); así como tecnología para FTTH’, agregó.

A nivel regional, la empresa tiene una fábrica en Guadalajara, México, con capacidad para 100.000 unidades por mes. El



portafolio de productos, la solidez de la compañía (más de 3.000 empleados a nivel mundial), la presencia local y más de 800 ingenieros trabajando en investigación y desarrollo, ‘hacen de Skyworth la solución más competitiva en el mercado’, remarcó Méndez.

Además de la fábrica, cuenta con oficinas en CDMX y Guadalajara. ‘La apuesta en México es consistente y estamos considerando inversiones de expansión en más de USD 3 millones durante el 2018 y 2019’, confirmó.

Apagón analógico

Uno de los principales proyectos en los que se desempeña Skyworth en Latinoamérica, es el switch-off que tiene lugar en distintos territorios. Completó el ejecutivo: ‘Trabajamos con los gobiernos de Brasil, algunos países de Centro y Sudamérica y en México con operadores Tier 1 en cable y satélite, así como proveedores de soluciones de FTTH’.



Víctor Méndez

Por otro lado, comentó: ‘El mercado de TV paga se está transformando y los clientes exigen cada vez más contenidos Premium con calidad digital (HD, FHD, UHD, 4K, etc.); así como servicios de video bajo demanda y OTT. Aún cuando los contenidos se ven cada vez más en terceras pantallas, la televisión sigue teniendo un lugar preferencial para la experiencia de video’.

‘Los despliegues de fibra son cada vez más, así como las redes de internet inalámbricas y celulares de alta velocidad. Skyworth está preparado para la transición y cuenta con un portafolio sólido y robusto de productos y soluciones para encarar las nuevas tendencias del mercado’, agregó.

CryptoGuard: El CAS más accesible en la región

Buena participación en los eventos de Latinoamérica

CryptoGuard es un proveedor sueco de CAS y DRM que tiene una solución completa para OTT muy accesible. En 2017 celebró su décimo aniversario protegiendo el contenido para programadores y operadores y desde hace varios años avanza en su apuesta a Latinoamérica.

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

Lo mismo ocurre en Latinoamérica,



donde la marca se destacó por sus precios, el alto nivel de seguridad y escalabilidad para cualquier tamaño de red. Como resultado, el 70% de los operadores suecos lo han utilizado. Eso fundamentó la expansión en el mercado internacional mientras continuó desarrollando producto para operadores y broadcasters del mundo. Hoy llega a más de 50 países, incluyendo cadenas de TV con cobertura nacional y oficinas de ventas en cuatro continentes con gran red de socios.

Finalmente, Kjell afirmó que seguirá apostando a sus productos seguros, inteligentes y económicos para servicios



Tobyas Nystrom y Kjell Carlsward

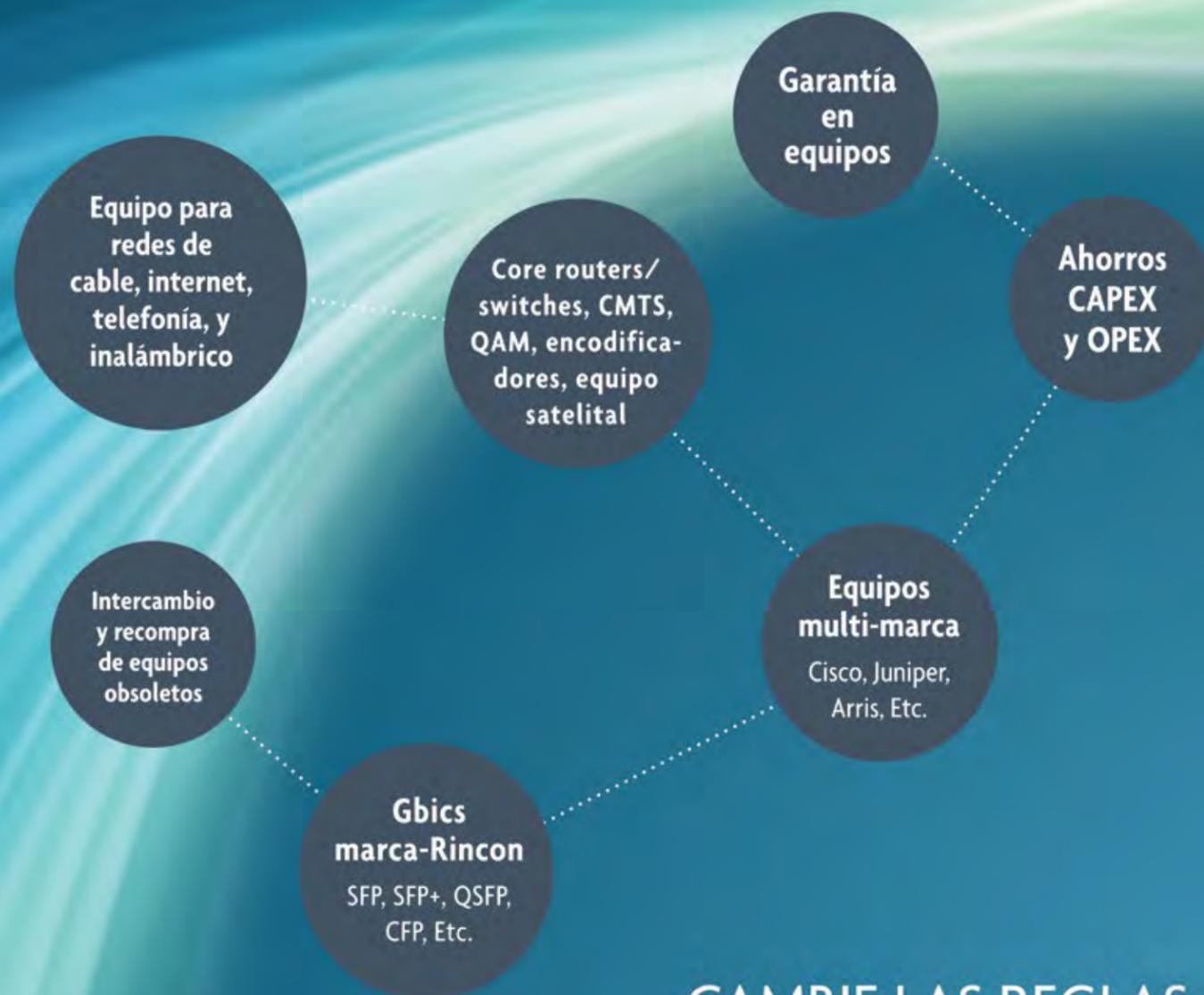
de televisión de próxima generación y fortalecerán su posición como el CAS más accesible.

La empresa estuvo en NAB y luego en APTC de Lima junto a su nuevo representante para Perú, **Obix**, dirigida por **Gonzalo Blanco**.

RINCON

EQUIPO Y SERVICIOS

Lo que necesite, cuando lo necesite



CAMBIE LAS REGLAS
www.rincontechology.com



Certificado
ISO 9001:2015
MSC-57117115
www.fbcert.services
www.certidata.info

**ASESORAMOS Y
FINANCIAMOS TUS
PROYECTOS
FTTH Y HFC**



STOCK PARA ENTREGA INMEDIATA

FIBRA ÓPTICA ADSS DE 6, 12, 24, 48 Y 96 HILOS - SPAN 120

TERRA BUSINESS PARK, PRIMER RETORNO UNIVERSITARIO 1, LA PRADERA,
76269, BODEGA 8B. QUERÉTARO - MÉXICO. ☎ +52 (442) 888 08 80

WWW.FYCOTELECOM.COM

PERFECT VISION[®]
MANUFACTURING

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
heman.mansilla@perfect-vision.com | +54 9 11 5056 8402

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

PERFECT VISION[®]
MANUFACTURING

www.perfect-vision.com
1.866.470.0887 | +1.501.955.0032



TEPAL

PRESENTA

CONGRESO 28

HOTEL RIU

PANAMÁ, CIUDAD PANAMÁ

1-2 AGOSTO

EMPRESAS DE
TELECOMUNICACIONES
Y DE TELEVISIÓN POR CABLE E
INALÁMBRICAS

UTILIZACIÓN Y APROVECHAMIENTO
DE LOS SERVICIOS DE BANDA ANCHA,
INTERACTIVIDAD Y OTT

ADMINISTRACIÓN, MERCADEO Y
VENTAS DE SERVICIOS DE
TELECOMUNICACIONES Y
TELEVISIÓN PAGADA

TECNOLOGÍA Y MANTENIMIENTO DE REDES Y CABECERAS

DESDE LATINOAMÉRICA PARA EL MUNDO

(+507) 390-7758 / 390-3419

WEB: WWW.TEPAL.ORG | EMAIL: TEPAL@TEPAL.ORG / NARANGO@TEPAL.ORG

wirewerks

Nuevos Paneles de Conexión NextSTEP de Wirewerks

Cabling
2017
Innovators Awards

Caja de Pared
NextSTEP
NS-PP-WM6S



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

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

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

Un Sistema - Cualquier Aplicación de Fibra.

PARA APRENDER MÁS: WWW.WIREWERKS.COM/NEXTSTEP

wirewerks

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 subiendo 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

ión 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



David Atman, president de Lindsay

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 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.



El Nuevo LBP-UPS-F

PerfectVision se consolida en Latinoamérica

El 2017 fue un año de consolidación para PerfectVision en el mercado de Latinoamérica. Además de estrechar relaciones comerciales con los mas importantes MSO de servicios a través de redes HFC y de servicios satelitales, se ha aliado con importantes distribuidores de toda la región.



En el mercado peruano, sigue creciendo junto a su distribuidor Fyco Telecomunicaciones en el desarrollo de productos, según las nuevas exigencias en la industria del cable y en general de las telecomunicaciones.

Su portafolio de elementos pasivos ahora contempla soluciones en fibra óptica: ca-

bles de fibra, accesorios y herramientas. Además, suministra elementos activos y pasivos para sistemas DTH en las configuraciones de los MDU y de cabeceras para edificios, hoteles, centros comerciales y restaurantes.

En 2018, PerfectVision seguirá fiel a la política que abarca su slogan: "Si no está bien, nosotros lo haremos bien".

Rompiendo Paradigmas UPS para la premisa del cliente



LBP-UPS-F



LBON-500AC



LBON-300AC

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

Características:

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

Para conocer más sobre el LBP-UPS-F, y toda nuestra linea de nodos RFoG, contactenos a: 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

Por David Atman, presidente, Lindsay Broadband

Chile: Claro mejora cobertura de banda ancha móvil con Alpha

Claro adquirió la tecnología *AlphaGateway XMP* de **Alpha** para mejorar sus pequeñas celdas e incrementar la cobertura de banda ancha móvil en Chile.

La solución adquirida apunta a la densificación de las celdas, logrando mejorar la cobertura 3G y 4G, haciéndola confiable, consistente y aumentando la capacidad en áreas de mayor demanda.

Claro eligió *AlphaGateway XMP* por su fácil instalación, ya que utiliza los recintos PWE-6 preexistentes reduciendo los costos

y el tiempo de los permisos. Además, tiene una gran adaptabilidad, con cientos de sitios listos para instalar, permitiéndole a Claro sumar más dispositivos XMP en cualquier momento en el futuro.

La conexión existente de servicios públicos y el transponder DM3 garantizan la energía de respaldo y la red de retorno de datos para las implementaciones de células pequeñas.

Esta solución utiliza una fuente de alimentación preexistente de Claro; provee energía de backup en el sitio a través del sistema de



respaldo de batería XM2. Aumenta el voltaje de 87Vac a 120Vac para alimentar las radios Nokia (AC) micro 3G y 4G (~ 100W).

EKT: Los desafíos de la implementación del OTT

Conferencia en NAB Las Vegas

'EKT tiene oficinas en todos los continentes y eso nos ayuda a estar en contacto las 24 horas del día con nuestros clientes', destacó **Jill Mulder** en su conferencia especial en el anfiteatro del Connected Media durante la NAB. Allí, se destacaron los desafíos de la implementación de un sistema de OTT y cuáles son los recaudos que deben tener los operadores a la hora de contratar un proveedor de servicio, pero por sobre todo



a la hora de pensar su negocio. 'Los clientes comienzan por establecer sus estrategias, desde las estrategias de crecimiento, las de marketing, las de producto, hasta llegar a las de valor y entrega al cliente. Y ahí es donde entramos nosotros, hoy hay más de 2000 empresas que se ocupan de la entrega y es ahí donde hay que ajustarse a las prioridades del cliente, pero ahí el cliente se debe también



Jill Mulder, VP de Marketing, en la NAB

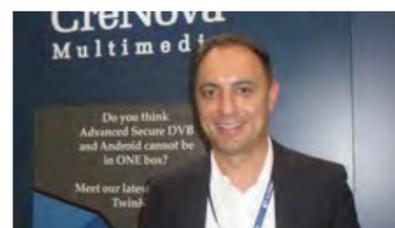
preguntar cuáles son sus metas en el largo plazo, qué necesitará el cliente en 5 o 10 años y para eso hay que contar con un sistema flexible', remarcó Mulder.

Crenova crece en la región

Tras varios años de trabajar con Latinoamérica y tener a sus ejecutivos recorriendo los diferentes eventos de la región además de roadshows, **CreNova**, con **Metin Atalan** como CEO y presidente, dio un paso importante en Latinoamérica empezando con un stand en Andina Link.



desde Corea y Alemania. Metin Atalan comentó a Prensario que la empresa se diferencia por no ser vendedora de hardware, sino que apunta a entregar una solución completa con servicio al cliente que incluye estadísticas, soluciones de streaming o sistemas VOD. Junto con el fortalecimiento de los canales comerciales, la empresa sigue apostando a adecuar cada vez más su soporte para Latinoamérica con soluciones de avanzada, confiables y competitivas. Con



Metin Atalan, CEO & Presidente

los socios más valorados en CAS, middleware y SI en la región, CreNova mantiene su crecimiento en el mercado del Caribe y Latinoamérica.



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

Domus lleva Lumicore a Latinoamérica

Apoyado en su precio y calidad

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 y posteriormente en la Cumbre APTC de Lima, Perú. Ahora, estará en **ConvergenciaShow** para seguir llevando su experiencia y servicios de calidad a toda la región.

La empresa se enfoca en la comercialización de Lumicore a partir de una estrategia enfocada en precio, servicio y calidad. 'Te-

ness 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 de las nuevas tecnología y la



Darío Schiaroli y Daniel Umansky, de Domus, en la última APTC

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'.

Fyco abre nueva sede en Santiago de Querétaro

Tras dos años de trabajo en México

A dos años de lanzar sus operaciones en México, **Fyco Telecomunicaciones** anunció la apertura de su nueva sede en Santiago de Querétaro, ubicado en una posición geográfica estratégica para mejorar los tiempos de entrega de sus productos optimizando su servicio premium de fibra express para toda la república.

Fyco llega a México ofrece soluciones en redes FTTH, HFC, FTTA, DTH y LAN, impulsando el crecimiento de sus clientes a través de un servicio integrado de logística, asesoría técnica y financiamiento adaptado a sus necesidades.

Gracias a su amplio stock, la empresa cuenta con la capacidad de atender los diversos requerimientos del mercado con la eficiencia y calidad que demanda el continuo y exponencial desarrollo del sector telecomunicaciones en el país, bajo este concepto ha apoyado a clientes importantes en Hidalgo, Durango, Chiapas, Jalisco, Querétaro y Ciudad de México.



Las alianzas que mantiene con fabricantes en Corea del Sur, China y USA le permiten ofrecer un amplio abanico de posibilidades para quienes buscan optimizar el diseño, implementación y expansión de su red. La filosofía de acción glocal (piensa global, actúa local) motiva a Fyco a poner a disposición de sus clientes de manera oportuna las innovaciones de la industria a nivel mundial.

Nueva marca en Perú

Fyco estuvo en la Cumbre APTC de Lima junto a todas sus marcas representadas, donde anunció el lanzamiento de **ALT**, la nueva marca propia para cable coaxial, fibra óptica y equipamiento para FTTH. Además, confirmó su alianza con **Huawei** para FTTH y con **Obix** para contribuir a la digitalización de los operadores peruanos. Esta marca ya está en contacto con algunos de los mayores operadores y ya está en desarrollos con **Econocable**, entre otros. **Luis Ramírez**



El equipo de Fyco junto a sus partners y marcas representadas: Huawei, Obix y PerfectVision, en APTC

Cano, Country Manager para Perú, explicó que el catálogo de soluciones para FTTH está dividido; Huawei se ocupa del mercado corporativo, mientras que **ALT** se dirige a los clientes de menor poder adquisitivo.

'Estamos muy consolidados en Perú. Este año está siendo muy positivo para la empresa, con la captación de la mayoría de los cables peruanos para FTTH y digitalización. Ambas soluciones estaban prematuras, no están ni en 10% de los abonados, falta que madure el mercado', concluyó el ejecutivo.



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





diboxOTT



dibox.com.ar

f t /diboxargentina

dibox

DOCSIS 3.1 Ready?



 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

Universal Electronics presenta Ecolink en la región

Líder en dispositivos inalámbricos para hogares inteligentes

Universal Electronics anunció la llegada de Ecolink como nueva marca que incursiona en Latinoamérica con su oferta de dispositivos inalámbricos para hogares inteligentes.

Con más de 20 años de experiencia en sistemas de seguridad para hogares,



Ecolink busca crecer en la región llevando nuevas alternativas innovadoras.

La empresa cuenta con experiencia técnica en el diseño y desarrollo de sensores RF sub-gig/basados en estándares. Además, su equipo directivo



experimentado ha desarrollado las plataformas de tecnología Honeywell y 2GIG Vivint.

Ecolink desarrolló una línea de sensores universales compatibles con todos los paneles de seguridad Honeywell, GE, Tyco/DSC y 2GIG.

Simplemente: Todas las soluciones de Blackmagic Design

Simplemente lleva las más recientes soluciones de Blackmagic Design a los clientes mexicanos. Este año, el integrador presentó la cámara Ursa Broadcast, que cuenta con múltiples prestaciones y un precio asequible, describió Óscar Cervantes, desarrollador de Negocios y Ventas y gerente de Marca para Blackmagic en Simplemente. Además, mostró el Camera Fiber Converter y Studio Fiber Converter, y ATEM 4 M/E Broadcast Studio 4K.

‘La cámara es la más evolucionada; tienen una muy buena experiencia en cámaras de cine; poco a poco fueron haciendo prueba y error en cámaras de estudio y TV y ahora le pegaron al clavo: es una de las cámaras más versátiles del mercado, que ofrece full HD, 4K, desde 60 fps y hasta 120 fps. El sensor es 2/3 y viene nativo con una montura P4, particular

para broadcast’, dijo sobre la Ursa.

‘Estos equipos trabajan a 4K/60p sin ningún problema y trabajan video sobre ethernet, convirtiendo video a 10G. Otra de las grandes ventajas es que son muy versátiles, para estudio y para campo. A diferencia de otros equipos, se puede tomar, salir a campo y no se cargan más de seis kilogramos. Esta cámara se puede montar a un estabilizador y no tiene ningún problema. Se cuenta con tres filtros de densidad neutra, de 2, 4 y 6 pasos; y ya con los adaptadores de fibra ya se cuenta con convertidores de video. Se tienen dos entradas de referencia de video, además de una entrada para prompter, salidas múltiples de voltaje, entre muchos otros’.

Sobre el desempeño de la empresa, Cervantes afirmó: ‘Vamos muy bien, con proyectos



Luis Gama de Simplemente; Luis Badillo, de TeleHit-Televisa Networks Rick Fernández, de Axxion Consulting; y Óscar Cervantes, de Simplemente

que nos emocionan mucho. Contamos con flujos e trabajo completo para cine y además contamos con una parte de desarrollo e investigación de productos para realidad virtual (VR) y realidad aumentada (AR) y video en 360°, en los cuales estamos avanzando mucho, orgullosos de ser una empresa mexicana’.

Defang lidera proyectos de telecomunicaciones en Latinoamérica

Con más de diez años de experiencia, Defang es una subsidiaria de la empresa china Shanghai Lingang Telecommunication Network, especializada en proyectos de telecomunicaciones, que además tiene fábricas en Hong Kong, Estados Unidos, y en Latinoamérica cuenta con distribución en México y Colombia, entre otros.

‘Ofrecemos una amplia gama de productos diseñados y producidos por nosotros, bajo los estándares y normas internacio-

nales más exigentes, nos diferenciamos del resto por nuestros precios competitivos y adaptados a cada mercado, entregamos de forma rápida y damos atención personalizada a todos nuestros clientes’, afirman desde la empresa.

Recientemente, la empresa cerró un acuerdo con Ring Ring & Energy para el mercado peruano, buscando seguir ofreciendo a sus clientes los mejores productos y la mejor atención pre y postventa.



Oscar Videotto, Marlo Edil y Yorman Niño, de Defang

Skyworth

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



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



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

DIPTec

ESPECIALISTAS EN TELECOMUNICACIONES

CONTAMOS CON
SOLUCIONES PARA:

IPTV Y OTT



IPTV - HD STB



ANTIK MIDDLEWARE



HYBRID IPTV - HD STB

HEADEND DIGITAL



8 CH HD ENCODER



DTV - HD STB



IPQAM MODULADOR

GPON



GPON ONU



HUAWEI OLT



FTTH FIBER TAP



GOSPELL[®]
— Technology Serves People —

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

www.diptec.net
ventas@diptec.net
Diptec
baderdip / damaris.tinoco

Bo. El Cetro 4ta Calle,
Edificio Teleceiba, La Ceiba, Honduras
TEL: (504) 9454-1688



Non Stop incrementa su oferta de soluciones en México

Asumió la distribución exclusiva de PDI y Starburst

‘Estamos incrementando la oferta en cuanto a la distribución de equipos y accesorios, siendo ya **Non Stop** distribuidor exclusivo de las marcas **PDI** y **Starburst** para México’, **Alejandro Cendejas Guízar**, gerente general de la empresa.

Parte de su crecimiento se debe al completo stock de entrega inmediata en moduladores fijos y ágiles, fuentes de poder, plataformas digitales y accesorios, todo con la calidad y respaldo que por décadas ha mantenido la marca PDI.

‘También contamos ya con distribución

autorizada de equipos y accesorios del fabricante **Prevail**, con productos como OLT’s, plataformas ópticas 1310 y 1550, EDFA’s, pasivos, con alta confiabilidad y de precio muy competitivo’, agregó.

‘Lo anterior viene a complementar las líneas que hemos manejado por muchos años y que seguimos manteniendo a disposición de nuestros clientes, como son **Rayvert**, **Wellav**, **Pico Digital**, así como la parte de equipos reacondicionados de las mejores marcas. Por supuesto seguimos atendiendo toda la parte de servicio y repa-



Alejandro Cendejas y Mike Petro, de Non Stop

ración de equipos de todas marcas, tanto RF, optoelectrónica, fuentes de poder, equipo de medición, equipo de cabecera, ONTs, y cable módems’, completó Cendejas.

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

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

Antonio Letayf, presidente de la empresa, explicó: ‘Por la protección de rayos UV que contiene evita que esta se quemé o tueste con los rayos solares en la instalación exterior, por lo que reúnen todas las especificaciones de calidad que requiere

para sus instalaciones’.

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

‘Cable Proveedora está ofreciendo también grapas para ser utilizadas en paredes y muros de madera para que esta se adapte al entorno donde se utilice, ya que por su excelente



Antonio Letayf Cable Proveedora

calidad se tiene planteado el objetivo de exportación a centro Norte y Sudamérica’, resumió Letayf.

Tulsat: Complementos para soluciones end-to-end

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

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

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

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

‘Centro y Sudamérica han estado muy activos. Brasil ha sido un desafío y Argentina



Tony Cameron, de Tulsat

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



ESPECIALISTAS EN INTEGRACIONES

Encoding, cloud playout, filebased workflows, media datacenters de media o alta densidad, ad insertion, OTT. Todo esto y más utilizando la tecnología más vanguardista en el mercado.

En Promexar somos especialistas en integraciones, creando una solución a la medida de cada uno de nuestros clientes a través de una atención personalizada.

Tecnología
Creatividad
y Diseño

www.promexar.com



Wirewerks: Nuevas instalaciones en Canadá

El 2017 fue un año lleno de acontecimientos para el fabricante de soluciones de infraestructura de red, **Wirewerks**, tras la apertura de sus nuevas instalaciones en Montreal, Canadá. Además, la empresa recibió un premio de innovación por su tecnología *NextSTEP*.

Diego Merizalde, gerente de ventas de Wirewerks para Latinoamérica y el Caribe señaló: 'Hemos tenido un crecimiento muy significativo en la región. Llevamos cinco años aquí y nos hemos convertido en un socio importante en el desarrollo de soluciones para los clientes'.

'Nuestra alianza estratégica con **TVC** en Latinoamérica y el Caribe nos permite cubrir la región efectivamente. Los tiempos rápidos de entrega en sus productos, la calidad, garantía y testimonio de nuestros clientes, nos permiten seguir creciendo. Tenemos presencia en toda la región, y ahora contamos con el apoyo de un especialista de fibra dedicado, el Ing. **Roberto Rosas** y



un especialista en Data Centers: Ing. **Nicolás Saab**, que completan el grupo de ingeniería y producción de Wirewerks y el grupo de ventas y logística de **TVC**, remarcó.

Nueva sede mundial

El nuevo edificio de 40.000 pies cuadrados alberga las oficinas ejecutivas, financieras, operativas y de marketing de la corporación, así como el centro global de ingeniería y desarrollo, los centros de excelencia de fibra óptica y fabricación de cobre, y el centro de capacitación y educación avanzada de la compañía.

Jais Cohen, presidente de Wirewerks, afirmó: 'La nueva sede es testimonio de nuestra historia de crecimiento continuo. La instalación personalizada es una inversión estratégica en nuestro futuro que nos proporciona una base sólida para la expansión y evolución de la compañía hacia el futuro'.

Premio a NextSTEP

El sistema de manejo de fibra



Diego Merizalde, gerente de ventas CALA de Wirewerks

NextSTEP Technology de Wirewerks fue reconocido por los jueces del programa anual Premios de Innovación en Instalación y Mantenimiento de Cableado.

NextSTEP fue galardonada con el Premio "Silver Innovators". Es la evolución natural de los sistemas de administración de fibra, representando el siguiente y lógico paso que combina el parchado de fibra, distribución, empalme, C / D-WDM y la funcionalidad 40 / 100GbE MPO / MTP en un sistema integrado y escalable para prácticamente cualquier aplicación de red de fibra óptica pasiva.



Captura con URSA



Blackmagic Camera Fiber Converter



URSA Broadcast Camera



Blackmagic Studio Fiber Converter

Mezcla con ATEM



ATEM 1 M/E Advanced Panel



ATEM 4 M/E Broadcast Studio 4K

Edita, corrige color y entrega con DaVinci Resolve



DaVinci Resolve Advanced Panel

Visítanos en

CONVERGENCIA SHOW.MX 2018

Stand 223 / 5, 6 y 7 de Junio
World Trade Center CDMX



The Sound of Entertainment

Lo invita a visitar la única ExpoConvención de México sobre: TV Paga, Redes, nPlay, OTT, Satélite, Convergencia y Telecomunicaciones.

LO ESPERAMOS EN NUESTRO STAND 718

DEL 5 AL 7 DE JUNIO 2018
en el World Trade Center de la Ciudad de México

CONVERGENCIA 2018 SHOW.MX

5/6/7 DE JUNIO / WTC / CDMX

EL EVENTO MÁS RELEVANTE DE AMÉRICA LATINA

Acredítese en forma gratuita en www.convergenciamx.com

Megatrax

5000M² DE EXPOSICIÓN
24 HORAS DE CONFERENCIAS Y WORKSHOPS
HORARIO 9 A 19 h

Contacte ahora a **Willy Rivera** (wrivera@megatrax.com) quien está participando en Convergencia Show en México. Siga su visita y pauté un espacio con él!

Rincon Technology se consolida en México con su nueva oficina

Liderada por Alexandra Quintanilla

Rincon Technology se está desarrollando fuertemente en toda la región, según confirmó a Prensario Amado Quintanilla, director de desarrollo de negocio CALA. La empresa ya está consolidada en México, donde tiene su oficina liderada por Alexandra Quintanilla. Además, sigue creciendo en Colombia, Brasil y Costa Rica, donde

cada año participa de Andina Link.

En Convergencias-how, Rincon volverá a ofrecer su tradicional recepción para sus mayores clientes de México, como AT&T, TV Azteca, Total Play y Eutelsat, a los que

ayuda en sus soluciones completas incluyendo equipos y antenas para sus clientes.

Otro mercado muy fuerte para la compañía, que ha crecido mucho en los últimos años, es sobre todo Colombia, donde tiene desarrollos para Azteca Comunicaciones, Claro e Internexa que tiene una red en toda la cuenca del



Celine Salgado, Amado Quintanilla, Joel Quiñones, Bradley White y Alexandra Quintanilla, de Rincon

Pacífico. Justamente, al extremo de ella Chile también empieza a ser importante con trabajos junto a VTR, Telefónica y Claro.

Amado Quintanilla agregó que todas estas presencias revelan el compromiso de Rincon Technology con los mercados y también con los shows que los agrupan.



Brad White, Amado y Alexandra Quintanilla de Rincon con David Fraser de AT&T en el Four Seasons



GRAPAS PARA CABLE RG-6 Y FIBRA OPTICA



ALFA PLÁSTICOS

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



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



CABLE PROVEEDORA, S.A.
"EL PRECIO SE OLVIDA CUANDO LA CALIDAD PERDURA"

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



Soluciones Digitales HFC y FTTH



¡Visítenos!
nonstop.com.mx

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

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO EN MÉXICO

CENTRO DE SERVICIO AUTORIZADO

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO



Venta de equipo

Reparación y calibración

Asesoría y diseño en redes

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

ONT's / Amplificadores / Moduladores
Fuentes de poder / Receptores
Optoelectrónica

20 años de experiencia en diseño de redes de banda ancha para televisión y datos.

Informes y ventas T +52 (443) 323 12 61

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

Descubre como Fuugo symphony
Simplifica la complejidad de la OTT

A través de nuestra solución, orquesta
toda la cadena de servicios OTT en un solo lugar



Fuugo symphony



simplificamos lo complejo
#GoOTT

Encoding
Content Management
Audience management



Content Delivery
Applications
Analytics



www.fuugo.com 1-833-GO-FUUGO / LATIN AMERICA +52 (55) 85266180 / contact@fuugo.com   @fuugotv



**LIDER EN DISPOSITIVOS
INALAMBRICOS INNOVADORES
PARA HOGARES INTELIGENTES
(SMART HOMES)
POR MAS DE 20 AÑOS**



BROUGHT TO YOU BY ECOLINK HOME SECURITY

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

Tania Cordero Gutiérrez
Cell: +52 1 (33) 1313-2621
tania.cordero@dconsulting.mx
Guadalajara, México