

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DE ARGENTINA HACIA EL MUNDO



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



Departamento Venta Señales 5411 4370 1395 | 5411 4339 1541

Contenidos que conectan

@ArtearMarketing

artear
www.artear.com

Prensario Internacional

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING



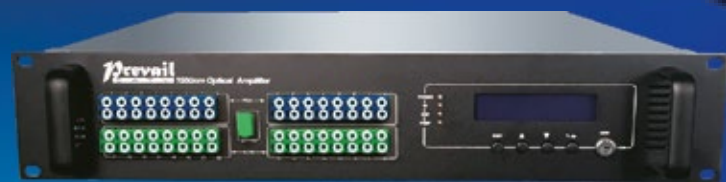
2019 PROTAGONISTAS

César Conde • Tomás Darcyl • Pierluigi Gazzolo • Cecilia Gómez de la Torre • Patricia Jasín • Diego Lerner
Carlos Moltini • Whit Richardson • Emilio Rubio • Eduardo Ruiz • Juana Uribe • Patricio Wills

Prevail CATV Tenemos 31 años de experiencia profesional en la fabricación de equipos CATV.



Plataforma de comunicación óptica CATV :WOS-4000



Amplificador óptico de salida múltiple de alta potencia: WE-YZBC con un máximo de 64 puertos PON.



Transmisor óptico inteligente de modulación directa de 1550 nm WT-1550-DM
Transmisor óptico modulado externo de 1550 nm: WT-1550-EM SBS de 13dBm a 19dBm.



2.4G y 5.8G

GPON ONT: WGP3200-DW de Frecuencia Dual



GEPON ONU



8 Puertos a 16 Puertos GEPON



FTTH Receptor Óptico WR-1075MB-WD



FTTH Receptor Óptico WR-1082A



FTTH Receptor Óptico WR-1088-M



Receptor Pasivo PR1201

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



PROTAGONISTAS 2019



César Conde

Chairman
NBCUNIVERSAL INTERNATIONAL GROUP & NBCUNIVERSAL TELEMUNDO ENTERPRISES



Tomás Darcyl

Presidente
GRUPO TELEFILMS



Pierluigi Gazzolo

Presidente de OTT Internacional & VIS
VIACOM CBS



Cecilia Gómez de la Torre

Gerente Asociada
TONDERO DISTRIBUCIÓN



Desde su integración a NBCUniversal/Comcast, la gestión de César Conde a cargo de NBCUniversal Telemundo Enterprises redundó en importantes logros. A nivel doméstico, logró posicionarse varias veces en el prime time con productos distintivos como *El Señor de los Cielos* en su octava temporada. A nivel panregional, los canales del grupo tuvieron un gran año en audiencia en Latinoamérica, sumando más contenidos originales y partiendo en nuevos territorios.

En cuanto a producción, a través de Telemundo International Studios adquirió Underground (Argentina), creadora de *El Marginal*, que continuará bajo la dirección de Sebastián Ortega. Finalmente, se confirmó el lanzamiento del nuevo OTT Peacock previsto para abril 2020 en USA, que tendrá 15.000 horas de contenido (*Battlestar Galactica* o *The Office*) y opción de suscripción con y sin publicidad. En los años siguientes el OTT hará su roll out hacia América Latina.



Tras haber transformado a Grupo Telefilms en un referente de Hollywood en Latinoamérica y establecerse como principal distribuidor independiente de la región con 30 estrenos de largometrajes por año, **Tomás Darcyl** apuesta fuertemente a la producción original en Brasil, México (con THR3 Media) y Argentina (con The Magic Eye) para largometrajes y series de televisión. En Mipcom, anunció un acuerdo con Roberto Gómez Fernández, CEO de Chespírito e hijo del mítico actor, para generar la serie biográfica de su padre, Roberto Gómez Bolaño, junto a otros proyectos basados en el universo audiovisual de esa propiedad. También opera en distribución de cine a través de Diamond Films que ya está presente en siete territorios de Latinoamérica, además de España.

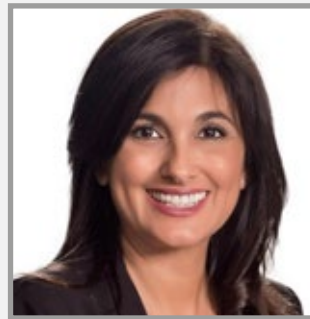


En sus más de diez años como presidente de Viacom International Media Networks (VIMN) para las Américas, **Pierluigi Gazzolo** logró fortalecer esa unidad con la adquisición en 2016 de Telefe (Argentina) y la creación en mayo de 2018 de Viacom International Studios (VIS), su productora global para pantallas propias y de terceros con operaciones en Buenos Aires, México, Madrid y Manchester. Tras dejar la presidencia de VIMN en manos de JC Acosta, Gazzolo fue designado presidente de OTT internacional para el quinto grupo de medios más grande del mundo, que se prepara para el escenario digital que se empezó a delinear en 2019 y se completará el próximo año con el lanzamiento del sistema AVOD Pluto TV en la región. A esto se le suma la tarea de integración que emprenderá desde VIS, como unidad líder para la creación de contenido original en la recientemente fusionada ViacomCBS.



Tondero es el principal productor y distribuidor cinematográfico de Perú. Desde el lanzamiento de Tondero Distribución en 2016, en alianza con **Cecilia Gómez de la Torre**, la compañía dio un salto enorme en el negocio internacional. La ejecutiva aportó su expertise de más de 20 años en la industria televisiva con alianzas como las que tiene con América TV para distribuir sus novelas y servicios de producción de Estudios Américas, y acuerdos de coproducciones internacionales en TV y cine. Además, forma parte del grupo de productores independientes peruanos que impulsó la Ley de Promoción de la Actividad Cinematográfica y Audiovisual, promulgada el 8 de diciembre en el Congreso de la Nación. Por otra parte, Gómez de la Torre es socia co-fundadora de la Worldwide Audiovisual Women Association (WAWA) que se lanzó en Noviembre 2016 y ya cuenta con más de 400 socias de todo el mundo.

PROTAGONISTAS 2019



Patricia Jasín

VP de Ventas Internacionales
TV AZTECA

 Desde su designación al frente de TV Azteca Internacional, **Patricia Jasín** ha repositionado a uno de los referentes de la televisión hispana en el mundo en sus dos principales segmentos de negocio: la venta de señales 24hs y la distribución de contenidos. En el primer caso, incrementó la visibilidad en los mercados del trade potenciando todos sus canales internacionales y generando acuerdos con los más importantes sistemas de TV de paga, y en el segundo, selló alianzas estratégicas con productores (como Cuarzo Entertainment de Argentina) que le ha permitido diversificar su catálogo sumando formatos de entretenimiento y documentales que le posibilitan ganar nuevos mercados. En NATPE Miami 2020 lanzará un área digital con contenidos específicos para los entornos digitales, y apuesta a la coproducción. El objetivo es ganar en diversidad y que su oferta sea lo más amplia posible para enfrentar los desafíos del mercado que viene. Su lema es: "No se trata de vender, sino también de ser facilitadores de negocio".



Diego Lerner


Presidente
THE WALT DISNEY
COMPANY LATIN AMERICA

 La adquisición de 21st Century Fox y el anuncio del lanzamiento de su propio servicio de streaming Disney Plus han puesto a The Walt Disney Company en el foco de los comentarios sobre el presente y futuro de la industria, con Diego Lerner liderando esta monumental transformación en América Latina, tras una brillante carrera iniciada en la Argentina y continuada en Europa. Lo que diferencia a este proceso de los muchos que ha vivido la industria en las últimas décadas es la dimensión, la complejidad y la variedad de temas a tratar. En el nuevo universo audiovisual que se está desarrollando, el usuario decide qué quiere ver y el ecosistema se lo obtiene, dándole a la libertad de elección una escala nunca antes lograda, pero también inéditas responsabilidades para no defraudarlo.



Carlos Moltini


CEO
TELECOM
ARGENTINA

 **Carlos Moltini**, quien ha dejado el cargo de CEO de Telecom Argentina para hacerse cargo de los planes estratégicos del holding – que opera TV paga, banda ancha, telefonía móvil y OTT en Argentina, Paraguay y Uruguay –, ha sido un verdadero protagonista en este 2019. Flow, el servicio de streaming desarrollado durante su gestión como respuesta al avance de las plataformas OTT, se ha posicionado como un factor de decisión para los suscriptores, en un contexto regional donde si bien el cord cutting no es relevante, sí lo es el fenómeno de cord never, donde las nuevas generaciones contratan Internet sin pasar por el cable. Esto gracias a la estrategia de contenidos originales desarrollados en coproducción con canales de TV paga y TV abierta. Este año, lanzó la segunda temporada de *Un Gallo para Esculapio* junto a TNT y Underground; *Morir de amor* con Telefe; *Otros pecados*, junto a Pol-ka y El Trece, y las más recientes, *Inconvivencia* con Cuarzo e Idealismo Contenidos; y *Atrapa a un Ladrón*, con VIS.



Whit Richardson


Presidente
WARNERMEDIA
LATIN AMERICA

 Bajo el liderazgo de **Whit Richardson**, WarnerMedia Latin America ha ampliado sólidamente sus alcances en la cobertura de deportes, el rubro que más inversión publicitaria atrae y por lo tanto puntal de negocios para el grupo. La estrategia mundial en este rubro incluye franquicias como la NBA, NFL o la UEFA, mientras que en Sudamérica tiene a los equipos de la serie A de Brasil, el fútbol argentino en TNT Sports y el chileno con CDF. En la generación de contenidos, con la exitosa gestión de Tomás Yankelevich, continúa avanzando en ficción y entretenimiento, mientras consolida el área de distribución, que ya cerró sus primeros acuerdos en Latinoamérica. Se anunciaron varios proyectos como *Tu Parte Del Trato* con Polka Producciones, *eltrece* y Cablevision Flow en Argentina, y en Brasil produjo la bioserie *Hermanos Freitas* con Gullane y VideoFilmes. Además, sigue empujando su área de entretenimiento con la adquisición y producción de formatos y apuesta fuertemente al branded content.



Emilio Rubio


CEO
HBO LATIN AMERICA

 Siguiendo la línea pionera de producción original, HBO Latin America, bajo el liderazgo de **Emilio Rubio**, ha generado más volumen de producción al tiempo que sumó nuevos territorios. En Colombia produjo la serie *Mil Colmillos* (2020) junto a Rayhuela Films, mientras que en España, bajo el mando de Miguel Salvat pero con apoyo del equipo latinoamericano, anunció cinco proyectos con talento cinematográfico de primera línea como *30 Monedas*, del director Alex de la Iglesia. En la región sigue firme con las producciones locales y ya promueve la nueva biopic sobre el ingeniero brasileño *Santos Dumont*, uno de los productos punta de lanza del área de distribución internacional liderada por Xavier Aristimuño, VP Licensing, que ya ha logrado varios acuerdos clave a nivel global.



Eduardo Ruiz


Presidente &
General Manager
A+E NETWORKS
LATIN AMERICA

 Con crecimiento de audiencia y distribución en todas sus señales, A+E Networks Latin America con el liderazgo de **Eduardo Ruiz**, continúa apostando a nuevos proyectos para la región y al estreno de superproducciones, apoyado en una estrategia 360° con una pata fuerte en digital. Tanto A+E como History y H2 crecieron en audiencia entre 10 y 30%, mientras que en distribución, History y H2 superaron los 4 millones de hogares en México, y Lifetime sumó 1 millón de hogares nuevos. En la parte de programación, apostó a grandes producciones como *Metrópolis* en México, *Desafío sobre fuego Latinoamérica*, además de *El Embarcadero* la serie producida por Atresmedia Studios y Vancouver Media para Movistar, de la que A+E tiene los derechos para México y Brasil, y adquirió los derechos de *Narcos* para TV paga. Finalmente, lanzó la superproducción *Hernán* para History, que relata la historia del conquistador Hernán Cortés.



Juana Uribe


Vicepresidente
CARACOL TV

 En los últimos años, Colombia se ha posicionado como hub de producción y exportación de contenidos latinos al mundo, y Caracol TV ha sido emblema a través de su vicepresidenta, Juana Uribe. Al liderazgo del mercado televisivo local en los últimos siete años, ha sumado una importante presencia internacional a través de la distribución y acuerdos de coproducción, con Lisette Osorio como VP de ventas internacionales. Caracol TV genera acuerdos estratégicos tanto con jugadores tradicionales (Sony) como con OTTs, con quienes tiene planes a largo plazo (Netflix). Uribe ha encarado una potente evolución de contenidos no sólo en su core, dramas, sino también en entretenimiento, un género al que ha apostado muy fuerte con *El Desafío* o *La Agencia*, entre otros títulos. Este gran momento ha sido coronado con el primer Emmy Internacional obtenido por Colombia gracias a *La Reina del Flow*, la novela de mayor audiencia en Colombia en 2018 que fue vendida en 80 mercados internacionales.



Patricio Wills

Presidente
TELEvisa
STUDIOS

 Con larga trayectoria en la producción internacional y liderando el área de producción de contenidos de Televisa desde hace dos años, **Patricio Wills** es uno de los realizadores de series contemporáneas en español más reconocidos. Su estrategia se centró en un ambicioso plan de generar contenidos originales de calidad bajo el formato de estudios, que busca producir para propios y para terceros, cambiando de modelo de negocio según el proyecto. La iniciativa está evolucionando muy bien con producciones como *El Dragón*, producida junto a W Studios, que se ha emitido con éxito en Univisión y Netflix la llevó a más de 200 países. Su estrategia se basa en un profundo conocimiento de lo que el público busca en las historias, logrando combinar los valores básicos como la valentía y el coraje, frente al mal y la traición, pero adaptando los relatos a la actualidad.

Frida Media: Año de grandes acuerdos en Latinoamérica

En una industria que sigue mutando, **Frida Media** ha logrado una excelente distribución en toda la región. Así, desde septiembre, ven **Love Nature**, **ZooMoo** y **PX Sports** en América del Sur y Centroamérica. ‘Estamos sumamente agradecidos por la confianza depositada en nosotros’, expresaron **Marcelo Bresca** y **Diego Torregrosa**.

Además, Frida anunció un acuerdo con **Movistar Perú** para sumar la señal de telenovelas turcas **Kanal D Drama**. ‘Sabemos el potencial del producto y de la buena aceptación del público en Latinoamérica, estamos convencidos que este será el primer paso para que todas las operaciones del Grupo Telefónica puedan contar con las mejores telenovelas para sus clientes’.

Este año se lanzaron **DHE** y **Sun Channel** en **Entel Chile**. En Argentina con **Movistar** se

lanzó **DHE**. En Bolivia, se cerró con **Entel** la incorporación de los canales **Kanal D Drama**, **Love Nature**, **Morbido TV**, **CincoMAS**, **ZooMoo** y **Sun Channel**. ‘Con estos canales más **PX Sports** podemos darnos por satisfechos y agradecidos por la confianza puesta en nosotros para lo que se viene en el mercado Boliviano en el próximo año’.



Marcelo Bresca y Diego Torregrosa

Próximos pasos

A partir del 2020, Frida confirmó su desembarco en el mercado colombiano, donde estará presente en **Andina Link** y posteriormente recorriendo el territorio para acercar su portafolio a los distintos operadores ofreciendo alternativas y entendiendo sus necesidades.

‘Tenemos las mejores telenovelas turcas en **Kanal D Drama** junto al séptimo arte con **DHE**, los documentales de **Love Nature**

y para los más pequeños **ZooMoo**, viajando por el mundo con **Sun Channel** y saltando al vacío con **PX Sports**, espionando la vida de los más famosos del deporte junto a **Trace Sport Stars** y lo mejor de la música con sus videos que nos brindan desde **Trace Latina** y **Trace Urban**, con una ventana no solo a España sino a Europa de la mano de **CincoMAS**, sin olvidarnos de los fanáticos del cine de terror que nos regalan desde **Morbido TV**’, resumieron **Bresca** y **Torregrosa**.





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.

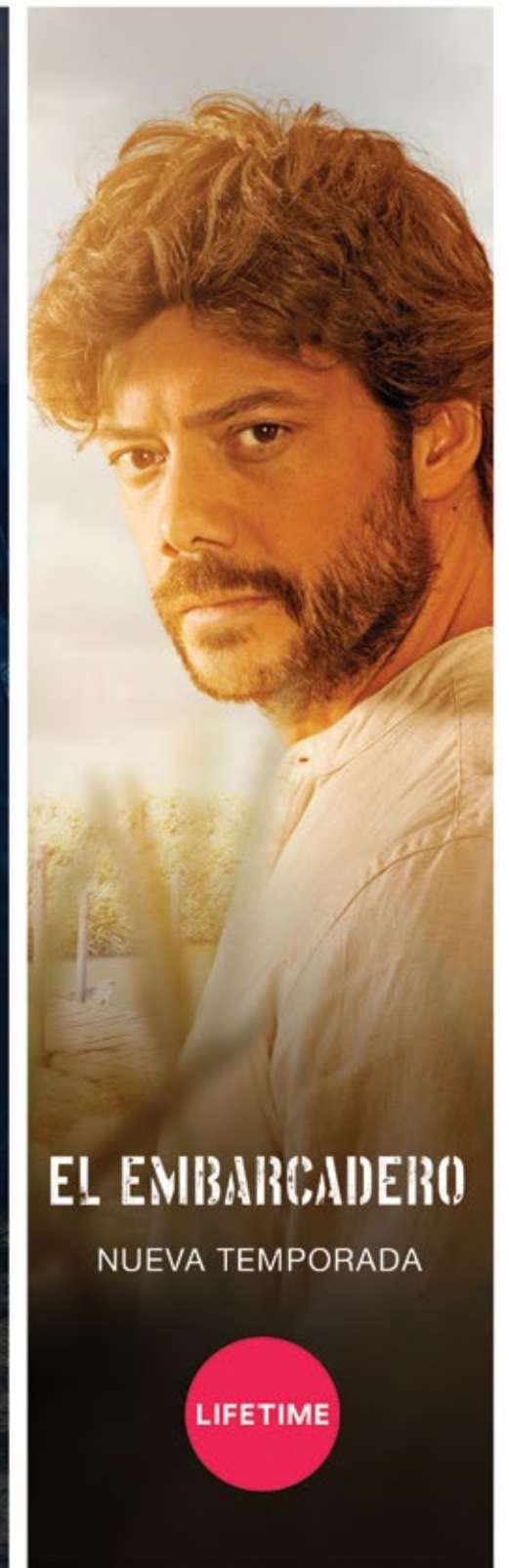
Ponemos a su disposición nuestro departamento técnico y comercial para cualquier consulta.



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 99 AVE # 407
Doral - Florida 33178
786 616-7610

www.arjcompany.com



**LAS SUPERPRODUCCIONES
MÁS ESPECTACULARES
ESTÁN EN**

A+E
NETWORKS™
LATIN AMERICA

PLAY ON DEMAND

Atresmedia presentó sus nuevas herramientas publicitarias

Durante su UpFront 2020 en España

Atresmedia presentó en España su UpFront de programación que, bajo el concepto "NexTV", busca eliminar la frontera entre televisión y digital para empezar a hablar de un mercado audiovisual global y mejorar la segmentación con productos híbridos que se apoyan en la tecnología y en data.

El evento estuvo bajo la conducción de **Silvio González**, consejero delegado, y **José Miguel García-Gasco**, director general de **Atresmedia Publicidad**. En este marco, lanzó sus herramientas **CrossDevice** y **Digital Skin**, que se adaptan al nuevo entorno de comunicación y flexibilizan la propuesta comercial de Atresmedia con una oferta audiovisual que busca satisfacer todas las demandas de comunicación de las marcas.

CrossDevice Advertising es un producto publicitario multidispositivo que, gracias al estándar tecnológico europeo **HBBTV** y a la tecnología de **Smartclip**, aporta eficiencia a campañas combinadas de televisión lineal y entornos digitales. Abre además, una nueva era en la publicidad multidispositivo donde la televisión se sitúa como el centro del hogar, multiplicando su cobertura gracias a su data de consumo. Con él, las marcas pueden establecer estrategias en el ámbito online en función de la data de consumo de tv de los hogares.

Digital Skin es un nuevo hito en el mercado publicitario por ser el primer formato

híbrido de **Addressable TV** de la televisión abierta de España. Utiliza tecnología **HBBTV** para incluir una capa de información digital superpuesta sobre la emisión de televisión lineal (sobre un spot o sobre contenido). Al igual que el anterior, permite segmentar en función de la data sobre

consumo televisivo del hogar.

Ambos se medirán con la herramienta el **Video Advertising Reach (VAR)**, una solución de **Atresmedia Publicidad** y **Smartclip** que permite calcular la cobertura de video en televisión y digital. Desarrollada por la consultora **tres14 Research**, y basada en las fuentes oficiales del mercado, se trata de un software de planificación online que permite tanto pre-evaluar, realizando simulaciones para las planificaciones de una campaña, cómo post-evaluar los resultados de una campaña ya emitida en ambos medios. Con **VAR** se satisface una demanda del mercado: generar una herramienta para la medición cross-media que permita evaluar resultados globales de campañas de televisión y video online.

González ha defendido el modelo de negocio del grupo y la calidad de sus contenidos como escaparate inmejorable para marcas, así como su filosofía para construir una sociedad mejor: 'Estamos muy orgullosos de lo que hacemos. El sentimiento de pertenencia a nuestro grupo es de los más altos que hay, porque no solo nos dedicamos a hacer televisión, radio o cine; sino porque lo



José Miguel García-Gasco, director general de Atresmedia Publicidad

hacemos con un propósito: cada día nos levantamos con el objetivo de defender la reflexión y la emoción. Y en eso, os necesitamos a todos', dijo.

García-Gasco destacó el trabajo para aunar la televisión lineal y el universo digital, generando un producto 'infalible' para cualquier marca: 'Hemos derribado los muros que han existido hasta ahora entre la TV y Digital. Hablamos del mundo audiovisual, entre convencional y especial, entre publicidad y comunicación. Hemos logrado romperlos integrando creativamente publicidad y contenidos, con tecnología y con medición. Somos capaces de mejorar la segmentación e incluso de lograr coberturas incrementales a las de la televisión. Podemos ofrecer a las marcas productos para cubrir todas sus necesidades de comunicación', finalizó.

Este ha sido el segundo Upfront del grupo para ventas publicitarias. En esta edición, conducida por **Eva González**, tuvo seis stands de venta, más de 400 invitados entre anunciantes, agencias y medios, y la presencia de **Matías Prats**, **Josep Pedrerol**, **Manel Fuentes**, **Cristina Villanueva**, **Jorge Fernández**, **Roberto Brasero**, **Carlo Costanza**, **Jalis de la Serna**, **Quim Domenech**, **Jesús Mosquera**, **Fran Rivera**, **Juanma Ortega**, **Angie Rigueiro**, **Carlos Rodríguez**, **Manu Sánchez**, **Carlos Scholz**, **Vicente Vallés**, y **Raudel**, entre otras personalidades, así como los principales directivos de Atresmedia.



Silvio González, consejero delegado de Atresmedia



LA TELEVISIÓN QUE NOS UNE



www.atresmediainternacional.com

AMC Networks potencia su fuerza creativa

AMC Networks International Latin América tuvo su cóctel de fin de año y fue la oportunidad para hacer un balance de este 2019 y comenzar a anunciar los proyectos del próximo año.

Verónica Naguila, Sales Director de AMC Networks International Latin América, se refirió al trabajo llevado a cabo durante este año, en el marco de las dificultades que ha tenido Argentina. 'Fue un año difícil para el país y esto obviamente impactó en la industria publicitaria'.

'El equipo de ventas de Argentina pudo sortear muy bien todos estos factores externos, y crecimos. Incorporamos buena cantidad de clientes, tuvimos 23 nuevos, lo que es algo para festejar. También es para celebrar la fidelidad de los clientes que ya venían trabajando con nosotros y que continúan apostando al medio. Estoy orgullosa del trabajo hecho por el equipo de Ad Sales y del resto de las áreas que aportan mucho, que nos dan un soporte muy necesario', destacó.

'Generamos propuestas diferenciales. Por ejemplo, estuvimos trabajando mucho en el proyecto de Nivel X (AMC fue seleccionada por

Movistar y Wunderman B.A. para producir la serie de seis episodios que se emitió en YouTube). En cuanto a PNTs estuvimos con las marcas que nos acompañaron siempre como **Timbó, Mastellone, Bodegas Esmeralda, Bodegas Cielo y Tierra**', remarcó la ejecutiva.

En relación al trabajo que realizará próximamente, destacó activaciones especiales durante el verano. 'Es una nueva apuesta que queremos hacer, con el canal **El Gourmet** especialmente. El año que viene el canal cumple 20 años por lo que vamos a hacer una gran campaña. La idea es poder sumar activaciones desde Ad Sales que apoyen con clientes grandes nuestros. Queremos subir a los clientes a nuestros contenidos, hoy la industria gira más entorno a eso que a la tanda en sí', explicó.

En este sentido, dijo que AMC se está convirtiendo en productora y agencia creativa, más allá de su lugar como medio. 'Nosotros generamos ideas de base, y trabajamos con agencias que tienen un sinfín de productoras para trabajar, pero que nos elijan es un orgullo para nosotros', completó.



Verónica Naguila, Sales Director en AMC Networks

El trabajo en digital

'Trabajamos ya sea una estrategia global para el anunciante, o simplemente posteos. El área digital nos desarrolla cada vez más propuestas para que nosotros podamos subir a las marcas. Por ejemplo ahora se lanzaron los clubes, tenemos el **Club del Gourmet** que día a día tiene más miembros, y lo que los clubes demuestran es que son una muy buena herramienta para fidelizar a la audiencia. También la aplicación **MiPocket** que se lanzó este año fue una excelente apuesta; ya que a través de esta app con todas las señales de AMC, se proponían concursos para la audiencia, que a su vez podía acceder a contenido exclusivo en la app.

Kanal D Drama se lanzó en Cable Onda Panamá

Thema América anunció que **Kanal D Drama**, producto de una asociación con Kanal D International, expandió su presencia en Panamá a través de **Cable Onda**.

'El contenido turco se ha convertido rápidamente en el preferido de la audiencia

latinoamericana. El acuerdo con Cable Onda subraya el gran interés que existe por parte de los principales operadores de América Latina de contar con un catálogo de los mejores dramas turcos disponibles en el mercado', afirmó **Patrick Rivet**, CEO de Thema América. Kanal D Drama ofrece más de 1500 horas de dramas y series turcas premiadas, historias universales con personajes que cautivan y lugares fascinantes. Entre los títulos que destacan y que estarán disponibles a los suscriptores de Cable Onda están **Secretos Prohibidos, Tormenta de Pasiones, Honor y Respeto**, y la exitosa **¿Qué Culpa Tiene Fatmagül?**, entre otros.



Patrick Rivet, CEO de Thema América



La exitosa telenovela turca ¿Qué Culpa Tiene Fatmagül?



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

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



Turner presentó sus nuevos contenidos para 2020 en México

Con un UpFront realizado el pasado jueves en el hotel Live Aqua de CDMX, Turner anunció sus novedades de programación para el 2020, que tendrá 'más y mejores contenidos' a nivel local y para toda Latinoamérica.

Sharon Zyman, gerente general & VP AdSales México y Colombia, afirmó: 'Nos estamos posicionando con nuevas opciones de contenido, tecnología y entretenimiento que nunca antes se habían visto en el mercado. ¿Cuántas veces han visto una serie que les ha cambiado la forma de ver el mundo? Pero esto va estrechando vínculos con la gente que más les importa: su familia, sus amigos. Y eso es a lo que nos dedicamos en Turner'.

Turner ha evolucionado su portafolio de marcas icónicas para generar una nueva propuesta de contenido, data, tecnología, e insights con el objetivo de construir historias significativas y relevantes, que les permitan a los fans conectar y enriquecer la experiencia de contenido.

Para el próximo año, se anunciaron nuevos contenidos como *Amarres*, *La Muchacha que Limpia*, *Las Bravas* y *Particular Crowd*, además de ampliar su temporada de premios con

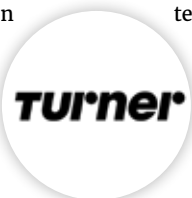
Spotify Awards.

'Hicimos un grupo de profesionales con una nueva visión. Este nuevo equipo está capacitado para producción, transmisión y sindicación de contenido. Ese nuevo contenido se enfoca en todas nuestras verticales: ya sea deportes, infantiles, películas, awards. Y estamos dispuestos a entrar en sus hogares durante todo el 2020', agregó Zyman.

Sobre el trabajo realizado en México, añadió: 'Tenemos grandes talentos locales. Nuestro contenido está traspasando fronteras y lo estamos llevando a todo el mundo'.

La propuesta de valor de Turner para este 2020 está basada en el conocimiento profundo de las audiencias y en una efectiva medición de la performance, branded content innovador, una visión completamente multiplataforma y la venta consultiva.

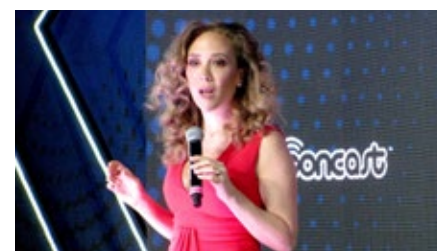
'Hoy contamos con un equipo especializado en branded content, capaz de generar historias que trasciendan e impacten a través del tiempo, logrando así conexiones en conjunto con las marcas', finalizó **Alejandro Manrique**, director de AdSales de Turner México.



Marcelo Tamburri, VP y gerente de Canales de Turner Latin America



Alejandro Manrique, director de AdSales de Turner México



Sharon Zyman, gerente general & VP AdSales México y Colombia

Segunda temporada de *Generación E* junto a YPF

Turner e YPF estrenaron la nueva temporada de *Generación E*, la serie de branded content que muestra cómo estudiantes de Argentina proyectan, diseñan y producen autos de carrera impulsados por motores eléctricos, que se puede ver en *Space*, *TNT Sports* y *Cartoon Network*.

Este ciclo pone en pantalla el proyecto *Desafío Eco YPF* en el que diferentes escuelas participan de un concurso donde se busca reflejar los valores de trabajo en equipo, integración interdisciplinaria y aprendizaje mediante la puesta en marcha de un proyecto de movilidad eléctrica y sustentable.

Durante la presentación, realizada en el edificio de YPF ubicado en Puerto Madero, **Enrique Sabatini**, director ejecutivo de AdSales de **Turner Internacional Argentina**, comentó: 'Estamos muy contentos con los resultados que tuvo el programa y por eso se repite la sociedad con YPF. Los resultados y el análisis de eficiencia post emisión de la primera temporada fue espectacular. Estamos muy agradecidos de que YPF haya confiado en Turner como socio para producir un contenido que fue una enorme experiencia'.

Y completó: 'Desde hace algunos años, Turner atraviesa un cambio de paradigma y una transición muy fuerte. El grupo ha pasado de ser una empresa distribuidora



Enrique Sabatini, director ejecutivo de AdSales de Turner Internacional Argentina

de contenidos de terceros para convertirse en productora de contenidos propios. El foco hoy está puesto 100% en la producción de contenidos de calidad independientemente de donde lo consume el fan. Queremos encontrar al público donde esté'.

KUZEY GUNEY

LAS CHICAS DEL SOL

¿QUÉ CULPA TIENE FATMAGUL?

KANAL D
D R A M A

ATRÉVETE A VIVIRLO

HULYA

DULCE VENGANZA

Distribuido por
THEMA
A CANAL+ GROUP COMPANY

EPL Media: 'Queremos estar entre los cinco grandes de la región'



Gonzalo Antelo, director EPL Media

E-Planning, empresa con 20 años de experiencia en tecnología para publishers, lanzó hace dos años EPL Media con el objetivo de posicionarse en el mercado de publicidad directa y programática en la región.

Con más de 600 publishers, entre los que están La Nación (Argentina), Telefe (Argentina), Ámbito Financiero (Argentina), Semana (Colombia), El Universal (México), entre otros, alcanza a más de 150 millones de personas en toda la región, obteniendo 22 billones de impresiones en Latinoamérica y más de 1.500 millones en USA.

Bajo el concepto de "Audiences & innovation supply", EPL Media se presenta como red de medios de primera línea, unidos por la tecnología propietaria de E-planning, que proporciona una solución para las mar-

cas y agencias que necesitan un partner para sorprender con formatos de alto impacto, data y contextos de calidad para alcanzar sus objetivos de comunicación.

Su director, **Gonzalo Antelo**, lleva más de 15 años en la industria digital desarrollando importantes grupos de medios.

En Septiembre del 2018, asumió el liderazgo de este proyecto: 'Tuvimos un gran 2019, el crecimiento fue exponencial en ventas y rentabilidad. Ha sido un año intenso que nos permitió sentar las bases para lo que viene que es una mayor disponibilidad de recursos y foco en cada uno de los mercados'.

La compañía, que hizo una importante apuesta con su incorporación, planifica seguir desarrollándose en 2020: 'El desafío es generar equipos locales que puedan atender a las agencias y anunciantes. Los cuatro principales mercados de EPL Media son: Argentina, donde según ComScore alcanza al 81.6% del universo de personas conectadas, México con el 62.6%, Colombia con el 53% y USA con el 44.1%', sostuvo el ejecutivo en reportaje a Prensario.

'Para E-Planning contar con nosotros es tener una ventaja competitiva importante, ya que somos la principal fuente de demanda de deals programáticos. Vamos a comenzar la expansión en los mercados descriptos anteriormente y tal



vez sumaremos a España', agregó.

Sobre las demandas de la industria, señaló que son transparencia y data. En el primer caso indicó que llegó la hora de poner blanco sobre negro y premiar a los que siempre trabajamos seriamente. En el segundo punto, EPL Media cuenta con toda la tecnología de E-planning y las alianzas que se están gestando, para tener un producto que supera las expectativas de los clientes.

'Hoy estamos trabajando con las principales agencias del mercado. Vamos a profundizar nuestra llegada en todos sus equipos y anunciantes. Estamos convencidos de la enorme oportunidad que se presenta y no vamos a desaprovecharla'. De lado de los medios, comentó que hay mayores ingresos de programática, pero que aún no representa la parte mayoritaria de sus ventas.

'La venta directa es muy importante, de hecho, recomiendo a los medios evitar el placebo de los ingresos programáticos y no descartar la venta directa', advirtió.

En relación al mercado global de publicidad, Antelo completó: 'Anunciantes y agencias están migrando cada vez más sus presupuestos. Hay una apuesta renovada por la creatividad y el talento, que saludamos y celebramos. No hay que perder de vista la importancia de inspirar y transmitir emociones'.

E-PLANNING ES UNA DE LAS FUENTES DE DEMANDA MÁS IMPORTANTES A NIVEL INTERNACIONAL, ESPECIALMENTE EN EE.UU.



Fuente: Pixelate



Julieta Oriolo

/ELGOURMET @ELGOURMETTV

NUEVA SERIE

LAS ENSALADAS DE JULIETA

ESTRENO EN ENERO

20 Años

ALEJANDRO KEMBER, VP AFFILIATE SALES
Email: Alejandro.Kember@amcnetworks.com

Toolbox abre el abanico de posibilidades de streaming en vivo

Toolbox, líder en tecnología especializada en soluciones OTT y de TV Everywhere, inicia el 2020 impulsando el crecimiento de la industria OTT con *Toolbox Go*, una solución simple, rápida y accesible para aquellos operadores de TV y proveedores de contenido que buscan llevar toda la oferta tradicional de TV al mundo OTT en formato LIVE y VOD, de manera ágil y segura en múltiples dispositivos.

La nueva tecnología de Toolbox se distingue por su facilidad para la transmisión de contenido Live desde la gestión y preparación del contenido en vivo tanto para agregación como para distribución, con un comprobado grado de seguridad.

'Toolbox Go acorta la brecha tecnológica entre los líderes de la industria y los competidores que aún no alcanzaban a transmitir contenidos en vivo. Estamos atravesando un antes y un después en la historia del streaming', anunció **Mauro Peluso**, Co-Founder de Toolbox.

Siguiendo las necesidades del mercado de las soluciones enterprise, se destaca *Cloud Pass*, líder en autenticación y autorización



de usuarios conectando a más de 150 cable operadores y content providers globales a través de la "Red Federada de Toolbox", que se ha ampliado para ofrecer funciones de conexión y gestión Direct to Consumer con *Cloud Pass D2C*. Se trata de una plataforma de manejo de suscripción centralizada, que además de autenticar y autorizar usuarios, permite gestionar cuentas, productos, paquetes de suscripción en diferentes modelos de negocio e integraciones con gateways de pago.

Por el lado de *Cloud Experience*, su plataforma para gestionar la visualización de contenidos en diferentes dispositivos, implementaron sus apps para Android TV y Apple TV, y tienen previsto sumar en el 1Q 2020 Smart TVs y Roku.

Para el próximo año, la compañía planea lanzar *Sports Hub* en el 1Q 2020. Se trata de una plataforma de administración, visualización y distribución dedicada especialmente al streaming de contenido deportivo en vivo, en directo y on demand. La solución cuenta con tecnologías específicas para maximizar



Mauro Peluso, Co-Founder and Board Director

la experiencia deportiva como integraciones para la interacción con contenido editorial, manejo de estadísticas, comercialización de publicidad e integración con plataformas externas que potencian el ARPU.

También sigue expandiéndose: en el último año renovó su Network Operations Center (NOC) de Uruguay, donde sumó nuevos talentos a su equipo en distintas partes del mundo. Así mismo, continúa su larga trayectoria interconectando sistemas de terceros a sus plataformas: 'Hemos superado la cifra de 200 partners integrados', completó el ejecutivo.

Tecnored inauguró oficinas en Buenos Aires

Tecnored realizó la inauguración oficial de sus nuevas oficinas en Buenos Aires, donde participaron cooperativas de todo el país, proveedores de tecnología para telecomunicaciones y ejecutivos destacados de la industria.

Juan Domínguez, presidente de Tecnored, agradeció a todo su equipo, especialmente a **Cristian Ramírez**, gerente de Tecnored Buenos Aires, a quien le reconoció la gesta y concreción de esta etapa de descentralización y crecimiento de la empresa que también cuenta con flota de vehículos propia para llevar adelante las obras proyectadas en distintas localidades bonaerenses y de otras provincias aledañas.



'Para mí es un orgullo contar con la presencia de las cooperativas en este momento tan importante de desarrollo para Tecnored. Nacimos y crecimos con las cooperativas. En algún punto, somos cooperativas. Entendemos lo que les pasa y pensamos en cómo ayudarlos. Mi cariño por las cooperativas se remonta a cuando de chico acompañaba a mi padre a solucionar algún problema que surgiera en la cooperativa de Santa Rosa de Calamuchita donde él trabajaba', dijo Domínguez.

Con la inauguración oficial de las oficinas en Buenos Aires, Tecnored suma otro punto de atención a los que ya posee en su casa



Antonio Roncoroni, de Fecosur; Juan Domínguez, de Tecnored; Pablo Bressano, de CGE; y Cristian Ramírez, de Furukawa

central en Córdoba, y en la sede de Santiago de Chile. En el evento, participaron **Antonio Roncoroni**, presidente de Fecosur, y **Pablo Bressano**, presidente de la Confederación General Económica Metropolitana.

Felices
FIESTAS
y un próspero
2020

LES DESEA



Datos de contacto

Sandra Chávez Tovar, Subdirectora de ventas Latam
 +5255 5764 8131 | schavez@mvs.com

Matilde de Boshell, Representante regional
 +571 642 0068 / 79 | mboshell@mbanetworks.com



Jornadas Internacionales: Evolucionar en tiempo de crisis

2019 JORNADAS INTERNACIONALES
HILTON BUENOS AIRES HOTEL - 24, 25 y 26 DE SEPTIEMBRE

ATVC y Cappsa realizaron en Buenos Aires la 29° edición de Jornadas Internacionales que, pese al contexto político y económico por demás complejo en Argentina, logró convocar a los clientes clave del país y del resto de la región, con gran movimiento y una integración total entre la expo comercial y el lobby del Hilton.

Estuvieron los grandes jugadores del mercado como Telecom, DirecTV, Telectro, Supercanal y Telefónica, pero también las asociaciones Red Intercable, Catel y hasta las empresas de Uruguay, Paraguay, Perú y Bolivia.

El acto inaugural contó con la participación del jefe de gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, **Horacio Rodríguez La-**

rreta. Lo acompañaron la entonces presidenta del **Enacom**, **Silvana Giudici**; el secretario de gobierno de modernización, **Andrés Ibarra**; y los presidentes de **Cappsa** y **ATVC**, **Sergio Veiga** y **Walter Burzaco**.

Sergio Veiga se refirió a la transformación en los hábitos de consumo de contenidos y con ellos a la evolución de la tecnología, y dijo que el desafío es dar respuesta en tiempo y forma a estas nuevas demandas. 'Los programadores y distribuidores estamos haciendo grandes esfuerzos y desarrollos para llevar el contenido a todos lados', resumió.

Por su parte, el presidente de ATVC dijo que la TV paga no ha cesado con el compromiso social y el desarrollo, y que el sector ha evolucionado e invertido. 'Esta edición de Jornadas nos encuentra en medio de la convergencia; ofreciendo contenidos propios y ampliando las redes para llegar a todos los pueblos'.



Sergio Veiga, Andrés Ibarra, Horacio Rodríguez Larreta, Silvana Giudici y Walter Burzaco en la Inauguración de Jornadas

Andrés Ibarra se refirió a la creación de la agenda digital, con los distintos proyectos de innovación y la reducción de la brecha digital, con avances en banda ancha fija, agregando 2 millones a los 6,8 millones existentes cuando asumió el gobierno de Mauricio Macri. 'Aumentó la velocidad, de 4,5 Mbps a cerca de 20 Mbps y 2500 localidades conectadas, así como 15.000 Kms de rutas con conectividad. La empresa estatal **Arsat** llevó a más 30.000 Kms de fibra óptica iluminados los 6500 que había al comienzo de nuestro mandato'.

'Anunciamos la reducción y pesificación del precio mayorista de la banda ancha y el congelamiento hasta enero, así como la licitación de la banda de 450 MHz, espectro destinado a zonas rurales en 50 áreas y avanzamos en licitar el espectro que tenía Arsat, para que el plan de comunicaciones tenga sustentabilidad. También se han generado aportes no reembolsables para la inversión en localidades no rentables, para lograr la conectividad y buenos servicios de las empresas que ofrecen los servicios'.

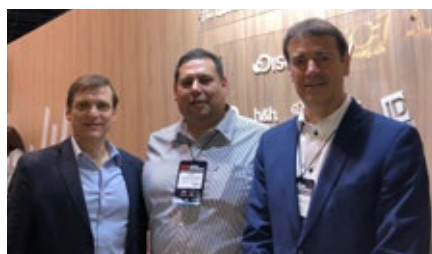
DirecTV y Telecom

Manuel Abelleira, presidente de **DirecTV Latin America**, y **Carlos Moltini**, CEO de **Telecom Argentina**, compartieron sus diferentes situaciones y opinaron sobre el futuro de la industria en un panel moderado por la periodista **Silvia Naishtat**.

Sobre la coyuntura actual del país,



Jorge Di Blasio, y Lucio Gamaleri, de Red Intercable y Carlos Moltini y Roberto Nobile (centro), de Telecom



Sergio Canavese y Claudio Isolani, de Discovery Networks, con Jorge Vargas, de Econocable



Diego Torregrosa de Frida, Gonzalo Arrisueño y Gustavo Castro de MovistarTV, Marcelo Bresca



Joel Barradas, de HBO; Sebastián Pierri, de Telectro; y Tony Salanova, de IVC



Roberto Argueta, Daniel de Simone, de Millicom; y Fernando Muñoz, de Televisa Networks



OPTIMIZAMOS LOS CONTENIDOS GENERANDO MAYORES UTILIDADES

frida
MEDIA GROUP



MARCELO BRESCA | DIRECTOR COMERCIAL
+54 9 11 6216-2584 | mbresca@fridamedia.com

DIEGO TORREGROSA | DIRECTOR COMERCIAL
+54 9 11 5623-9639 | dtorregrosa@fridamedia.com

Jornadas Internacionales: Evolucionar en tiempo de crisis



Alejandro Kember, Florencia Geoghegan, Damián Frezza y Christian Vanzini, de AMC Networks

Abelleyra dijo que la economía ha estado complicada en toda la región y que tuvieron que adaptarse a lo que los consumidores podían pagar. En su caso, la deuda la asume la empresa matriz, AT&T desde Estados Unidos, por lo que el problema de la moneda no termina siendo crucial aunque sí encuentra una pesada carga impositiva que es perjudicial para el negocio.

El desafío principal está en permanecer competitivos y para eso la empresa ha invertido en diferentes estrategias. Una de ellas fue la implementación del servicio prepago para los estratos económicos más bajos, aunque es un negocio muy volátil porque estos segmentos sufren mucho la inflación con una pérdida del poder adquisitivo.

Otro recurso de DirecTV ha sido la apuesta a los deportes en todas las plataformas, sobre todo con el fútbol local. 'Adaptarse al consumidor y dar más alternativas de visualización', remarcó el ejecutivo.

Carlos Moltini compartió el panorama del grupo Telecom. Dijo que después de la fusión, en el primer trimestre del 2018, se anunció un plan de inversión de USD 5000 millones distribuidos en tres años para ser líder en revenue share y market share. Luego, con el devenir de la realidad económica del país, ese plan se vio afectado y se terminó invirtiendo USD 1350 millones en 2018 en la compra de equipamiento en la primera mitad del año. Este año lo que iba a ser 1700 millones apenas será de 900 millones.

Es decir, que el problema macro ha afec-

tado al desarrollo de la infraestructura necesaria para contener la creciente demanda de ancho de banda por parte de los consumidores. Coincidió con su par respecto a las cuestiones impositivas y habló de las asimetrías con los operadores OTT,

remarcando que usan y estresan una red que requiere de constantes inversiones millonarias para dar soporte a sus contenidos cada vez con mayor definición, y por otra parte, no tienen las mismas obligaciones impositivas ni regulatorias que los operadores.

Nuevos retos del sector TIC

En el panel sobre los nuevos retos del sector TIC, con la participación de los consultores **Ismael Saldívia** y **Sonia Agnese** y el gerente de Mobile y Store de Telecom, **Gastón Molina**. Destacaron las asimetrías de las industrias locales respecto de las empresas de escala global, tanto en lo que respecta a inversión en infraestructura como a la parte impositiva. Además, coincidieron en la importancia de contar con reglas claras, estables y justas para todos como elemento sustancial para crecer.

Gastón Molina, de Telecom, describió el proceso de creación y evolución de Flow, que busca dar una experiencia transparente al usuario. Dijo que la plataforma se lanzó en 2016 y desde entonces ha tenido un crecimiento mayor al esperado. En 2018 se realizó el cambio de interfaz de usuario y ya en 2019 la cifra de usuarios alcanzó 1,5 millones, donde 700.000 cuentan con el Set-Top-Box.

El uso del VOD creció sustancialmente desde que se lanzó Flow y la mayoría de los usuarios aprovechan las funcionalidades avanzadas, como el catch-up TV. Los eventos deportivos son un gran driver del consumo, sobre todo cuando se transmite

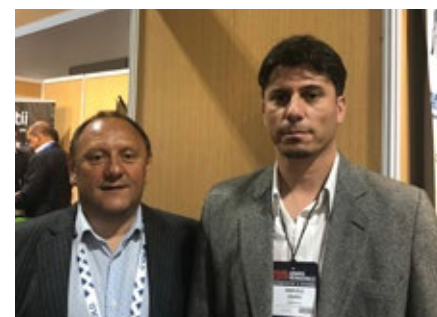
en vivo durante horarios en que los usuarios están fuera de sus hogares.

Los desafíos que enfrentaron y los que tratan de vencer con la innovación son: la fragmentación del contenido, a lo que se dio respuesta integrando todos los servicios posibles entre ellos Netflix y YouTube. Lo que viene es la búsqueda integrada de todos los títulos en una misma pantalla sin importar a qué plataforma pertenezcan.

Otro desafío es el usuario multitasking, que realiza diferentes actividades en simultáneo. Para esto Flow buscó dar una experiencia aumentada, con contenido complementario como estadísticas, tribias y la integración de radio y música.

Y por último, la personalización del contenido que se enfrenta con un segmento kids y la oferta personalizada en base a las preferencias del usuario, algo que se está desarrollando.

'Para el futuro, buscamos consolidarnos como los curadores de contenidos para el cliente, integrando nuevos players y aunando todo en una única experiencia. Seremos un super agregador de contenido', concluyó.



Ariel Droyesky, de Bold, y Marcelo Juarez, de Supercanal

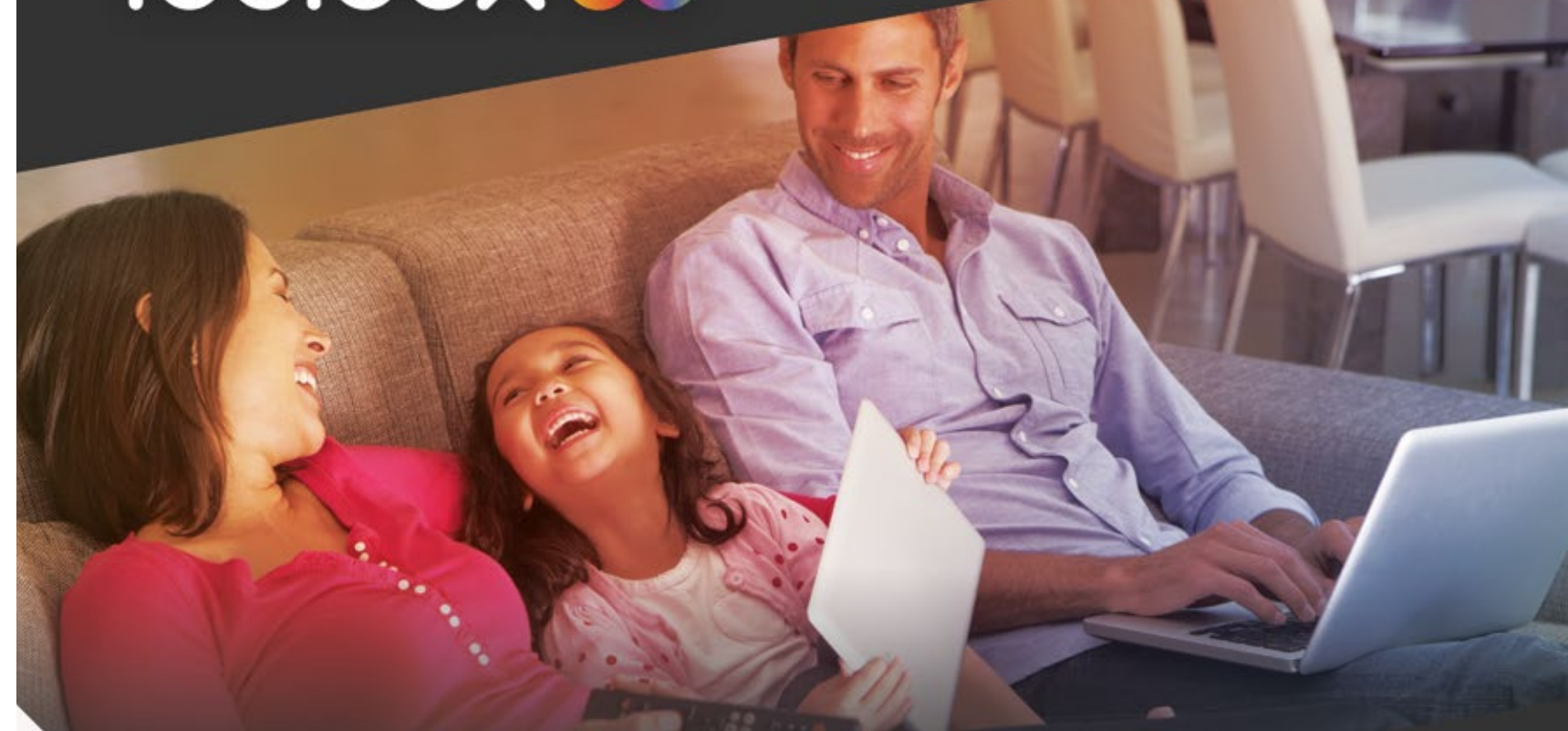


Alejo Smirnoff y Carlos Granzotto de Gigared

2019 JORNADAS INTERNACIONALES

HILTON BUENOS AIRES HOTEL - 24, 25 y 26 DE SEPTIEMBRE

toolbox GO



TURN YOUR BUSINESS INTO AN OTT. IT'S SIMPLE, QUICK AND AFFORDABLE



All your traditional TV offer in your own apps and multi-device platforms with Live & VoD content.

Your business continues anywhere, anytime.

We deliver speed... Let's go!

toolbox

toolboxtve.com



Llegamos para darle soluciones



info@bvstv.com - Tel.: +54 11 5282 6400 - bvstv.com

Soluciones end to end

Acompañando la convergencia digital

Confianza
 Servicio Soluciones
 Equipo humano Solidaridad
 Respaldo Servicio Valores Soporte
 Calidad Dedicación
 Solidez Soporte Equipo humano Servicio
 Calidad Valores Respeto
 Proyección Solidaridad
 Compromiso



MBA Networks: Atrescine llega a izzi y Blim

Nueva plataforma digital para entregar sus señales en IP

MBA Networks sigue haciendo una gran gestión de venta de señales en Latinoamérica apoyada en la calidad de sus contenidos y el VOD, que es un valor agregado para el operador. **Matilde de Boshell** dijo: 'Eso fortalece la inclusión de las señales lineales, incluso la más reciente, **Atrescine**, que ya está en **DirecTV** Panregional, y ahora saldrá en **izzi** de México y en su OTT **Blim** con un canal lineal en SVOD. En **Telecom Argentina** estamos muy bien con todos los contenidos en VOD y **Claro** lanzará la app el año próximo'.

También sobresale **Curiosity Stream**, que se está lanzando en un operador regional.



MBA empezó a trabajar con la señal del fundador de **Discovery** este año, y afirmó. 'Tenemos material en 4K y con 6000 títulos de VOD, la curación de lo mejor que se ha producido y con unos géneros espectaculares más allá del factual. Esta señal se diferencia por la calidad de producción'. 'Además, estamos vendiendo muy bien las demás señales con todos y cada uno de los canales; todos tienen su presupuesto y lo respetamos. Esto con los canales de **MVS**, **Caracol Internacional**, **Hemisphere** y los demás, las ventas no paran. Para todos ellos creamos una plataforma digital para entregarlos en IP, como se hace con **Blim**,



Matilde de Boshell, de MBA Networks, con Mar Martínez, de Atresmedia; Fernanda Merodio, Hemisphere; Eduardo Stigol y Juanjo Licata, de Inter/Tuves

para actualizar la oferta de canales a las necesidades de los operadores. Esperamos seguir generando unidades de negocio en 2020. MBA Networks sigue generando resultados y abriendo oportunidades', resumió.

Trappem: Plataforma regional para ISPs

Con la representación de Katya Sagastizábal



El equipo de Trappem de Pablo Balaguero, con John Guerrero, de Wircom, y Katya Sagastizábal

Una novedad interesante de Jornadas fue el crecimiento de la plataforma **Trappem** de Chile a la región, que cuenta con **Pablo Balaguero** en el área de Marketing. Se trata de una asociación de ISPs chilenos con más de 20 socios y se suman más.

Ahora está trabajando en la incorporación de contenido de video a la

plataforma y para eso contrató a **Katya Sagastizábal**, reconocida representante de canales para Perú y Bolivia, que extiende su campo de acción comprando contenido para cualquiera de estos ISPs sin importar donde se encuentren.

Además, ofrece a sus asociados una plataforma completa con soluciones tecnológicas para dar contenido en IPTV. Permite tener un rating real en línea de lo que consumen los usuarios generando metadata valiosa para operadores y señales. Está haciendo alianzas con canales abiertos tanto en Chile como Perú.

Infomir: Gran proyecto para Multitel en Brasil

Infomir estuvo en Jornadas Internacionales de Buenos Aires, donde **Ricardo Pirola**, SVP de Ventas y desarrollo de negocio, destacó que la empresa ya empezó a fabricar sus decodificadores en Manaus, Brasil, para abastecer a su cliente **Multitel TV**, que tiene un gran proyecto nacional de IPTV. Es un buen paso para su consolidación en la región, que se complementa con su presencia en los mercados.



Ricardo Pirola, Egor Malyarov y Claudio Lessa, de Infomir

Optictimes/RZFiber

Bruno Conejo, representante de **Optictimes** para el Cono Sur con sede en Perú, destacó que el fabricante asiático reconocido por los productos **RZFiber** está planeando llegar con stock local a Buenos Aires, Argentina, para continuar con la ampliación de su alcance regional que funciona con una red de oficinas locales.



Bruno Conejo, de Optictimes

SVC.

INTEGRANDO SOLUCIONES

GRACIAS A TODOS LOS CLIENTES POR CONFIAR EN NOSOTROS.



ARISTA

JVC



telestream

FOR.A

Litepanels

ANTON BAUER

ATTO

autoscript

AVP

APOGEE

BELDEN

EVANAFE

CLAIR BROTHERS

GLOOKAOK

GRAYMETA

LEADER

LEYARD

Marshall Electronics

MASSTECH

MEINBERG

netinsight

ObjectMatrix

sachtler

Sonnox

STEADICAM

TERADEK

TSL

Vinten

WAVES

WILDMOKA

URPB

Blackmagicdesign

Sistemas de Video Comunicación S.A.

www.svc.com.ar

info@svc.com.ar

(+5411) 5218 - 8000



Caper 2019 dio un mensaje positivo a toda la industria

CAPER 2019
BROADCAST - CABLE - SATELLITE - CINEMA - AUDIO - LIGHTING



El corte de cinta inaugural con Ralph Hayek, del INCAA, y la comisión directiva de Caper

Del 29 de octubre al 1 de noviembre, se realizó en Buenos Aires una nueva edición de Caper que logró convocar a los principales broadcasters y trajo a profesionales de toda la región, pese al contexto de crisis económica que atraviesan estos países.

Pilar Orge Sánchez, gerente general de Caper confirmó que se alcanzaron los 4000 visitantes de diferentes países de Latinoamérica en los tres días de exposición, y remarcó especialmente la presencia de más de 30 profesionales del broadcast en Chile, algo más que meritorio considerando el conflicto social del país, que se inició en octubre y aún continúa.



Roberto Favelukes, de BVS y Jorge Notarianni, de TWDC



Daniel Borovsky, de Fox, y Julián Kobak, de Viditec

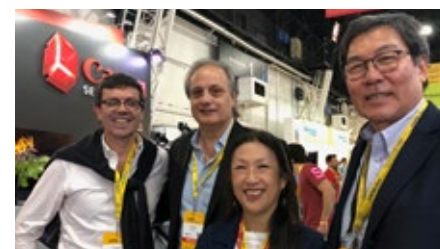
La ejecutiva destacó el éxito de los seminarios de capacitación pagos que se realizaron desde el martes y confirmó su realización para el año próximo. Participaron en esta iniciativa empresas como Industrias KC y Espa Elec, que trataron diseño, montaje y certificación en redes PON (FTTx); AVIXA (Audiovisual and Integrated Experience Association) en

visualización de imágenes; Comunicaciones Setetec en redes FTTH-GPON; y Cadero (Cámara Argentina de Radios Online) que ofreció una clínica de producción integral para podcast.

El mensaje de la inauguración

En la inauguración oficial, **Ricardo Solari**, presidente de Caper, habló de la crisis económica que atraviesa al país y de su fuerte impacto en la industria de broadcast, radio y cine. Remarcó la intención de la Cámara de seguir siendo un órgano de consulta para ser tenido en cuenta por las nuevas autoridades en Argentina a partir del 10 de diciembre, en todos los temas que requieran reglamentación oficial.

Entre los puntos centrales, se refirió a los subsidios Fomeca y los Aportes No Renovables (ANR). 'El Estado debe perfeccionar estos subsidios que permiten tener actividades que de otra manera serían irrealizables y actualizar los montos que se otorgan'. También habló del apagón analógico, que se postergó al 2021. La recomendación es que se realice



Ricardo Deza y Gustavo Capua, de Viacom Telefe, con Liliana y Norberto Isikawa

de manera planificada y por zonas y regiones.

Otros temas de relevancia que mencionó Solari fueron la ley de economía del conocimiento, con repercusión en la producción de contenidos, y la seguridad eléctrica, además del comercio exterior. Sobre esto último, dijo que la Cámara incluye importadores y exportadores de equipamiento, y desarrolladores de software. 'Hay que reducir los costos de logística, no restringir el ingreso de productos de alta tecnología que no son fabricados en el país pero que resultan indispensables para el armado de los equipos que luego se exportan'.

La palabra de los expositores

PRENSARIO consultó a algunos de los principales integradores presentes en la feria cuál era su balance y el resultado para ellos. **Eduardo De Nucci**, de **Viditec**, compartió: 'Logramos cumplir los objetivos que nos habíamos propuesto antes de la feria. Tuvimos el apoyo de la mayoría de los proveedores que, más allá de la situación de Argentina y la región, siguieron apoyando el mercado y a nosotros para poder llegar a él. **Sony, Riedel, EVS, Elemental, TVU y ERI**, entre otros mandaron gente para presentar tecnología y hablar con los clientes'.

'La meta de acercarle al segmento de mercado más bajo novedades como las cámaras o productos de Blackmagic, también lo pudimos cumplir. Hubo muchas consultas de productoras pequeñas o del interior del país, escuelas y radios. Nos sorprendió gratamente porque era una incertidumbre cuánta gente de esa parte del público iba a venir. Creo que sí hubo menos gente que el año pasado, se sintió la crisis', añadió.

'Avanzaron proyectos que estaban en carpeta, y como estamos abriendo operaciones y comenzando a tener mercado afuera, sobre todo en Bolivia y Uruguay, estuvimos atendiendo público de esos países también. Hubo bastante concurrencia de Chile que para Sony y los demás proveedores estuvo bien. El balance es bueno, podría haber mejorado con más gente, pero el objetivo se cumplió',

completó De Nucci.

En **SVC**, fueron un éxito los seminarios de **AVID** ofrecidos en el stand, especialmente con la participación de **Adrián Taverna**. **Mariano Simonetta** dijo sobre esto que todas las charlas iban a estar disponibles en el sitio de la empresa. También agregó que funcionó muy bien según sus expectativas el teatro **Dolby Atmos** con música en vivo todo el tiempo y afirmó: 'Los clientes podrán probar toda la tecnología que trajimos a CAPER el lunes en nuestras oficinas, todos estos equipos están en el país para quedarse'.

Facundo Favelukes, de **BVS**, dijo: 'No esperaba un buen show en el contexto del año y de la industria con la transformación que está teniendo, pero me encontré con que pese a las complicaciones sigue habiendo oportunidades, inversiones, negocios e intenciones de acompañar esta transformación digital en el proceso del negocio, en la tecnología. Ya no nosotros queriendo innovar desde los equipos que vendemos sino desde el modelo de negocio de los clientes'.

Favelukes remarcó que hubo muchos comentarios sobre el cambio de pabellón y que el tema de la alfombra generó incertidumbre en las marcas al principio, pero lo entendieron cuando se les explicaron los motivos. Fue común escuchar que venían con expectativas muy bajas y que se llevaron cosas buenas: 'Todos se llevaron algo positivo, tanto el que tenía una oportunidad de

negocio como el que consideraba que tenía que estar y estuvo'.

Por su parte, **Jorge Moya**, de **OM Systems**, señaló: 'Estar aquí es una apuesta a futuro. Fue un año duro pero no perdimos la perspectiva. Sentimos el gran apoyo de nuestras marcas representadas, entre ellas **Dalet y Ross**, no solo en Argentina sino en todo el proyecto regional'.

Christian Kardashian, de **Live Media**, y **José Luis Reyes**, de **LiveU** -su marca representada en Argentina- comentaron que la feria fue muy buena para ellos, donde el foco fue la exhibición del sistema **Matrix** con sus nuevas soluciones avanzadas de software. 'LiveU sigue siendo líder con sus "mochilinks"; si bien ya ha surgido mucha competencia, ninguna cubre todo el mercado desde los clientes más grandes que van a la alta gama hasta los más pequeños con productos más accesibles'. Live Media también presentó la solución **Sodyo** de **Stream Media** y tuvo en su stand el apoyo de Eutelsat, con **Dino Muñoz**.

El nuevo gerente regional de **Canon**, **Aldo Picasso**, que fue por primera vez a Caper, dijo que la prioridad en Latinoamérica es el desarrollo de productos 4K de la marca y afirmó: 'En Buenos Aires, con la combinación de servicio a cargo de **Isikawa**, y ventas con **Cine Center**, tenemos la propuesta más completa de habla hispana'.

Marcelo López Colomar, de **TLT**, remarcó

que la feria superó las expectativas. Allí presentó la nueva línea de LED **Led Go**, que compite con el rango más alto. De su marca representada **Manfrotto**, estuvo **Stefano Finesi**, el nuevo director de ventas globales.

La conclusión general fue que la feria fue mejor de lo esperado. Todos consideraban que habría un menor caudal de visitantes por el momento crítico de la economía en muchos de los países de la región y sobre todo por el conflicto que se vive en Chile, pero sorprendió gratamente ver a los principales clientes y varios equipos técnicos de otros países como Bolivia, Perú, Uruguay y Chile.



Aldo Picasso, de Canon; Jorge Notarianni, de The Walt Disney Company; y Julio Fava, de Cinecenter



Marcel Gallo de Fuji, Marcelo López Colomar de TLT y Alex Reyes de 3GT de Chile



Francesco de Ambroggio, de VideoCorp; José Luis Reyes de LiveU; y Mariana Della Maggiora, de Live Media; Rodrigo Duvo y Alexis Collao, de Turner Chile; Carlos Solis de Saimex Video y Camilo



Christian Kardashian de Live Media, Fernando Banús, de EL Nueve Telearte y José Luis Reyes, de LiveU



Adrián Toscano y el equipo de TyC Sports; con Esteban Erize de VideoSwitch y Gilbert Felix, de Enco



Agustin Noya, Domingo Simonetta, de SVC; y José Calles, de AVID

INSTRUMENTAL, CONECTORES, PATCHCORDS, PIGTAILS Y CAJAS DE EMPALME Y DISTRIBUCIÓN PARA REDES ÓPTICAS

SVC: Exitoso seminario de AVID con Adrián Taverna

Con la presencia de una gran cantidad de ejecutivos de las marcas representadas, SVC tuvo una gran Caper donde pudo mostrar los últimos desarrollos disponibles en el mercado. Allí tuvo la posibilidad de mostrar cómo trabajan sus clientes y los beneficios que están obteniendo de estos avances tecnológicos.



Tal fue el caso de **Adrián Taverna**, ingeniero de sonido en vivo histórico de **Soda Stereo** y **Gustavo Cerati**, que compartió su experiencia con la tecnología AVID ante

el público que se reunió en el microteatro armado en el stand del integrador.

Taverna habló de sus comienzos, de las bandas con las que trabajó en vivo, de su incursión en proyectos de estudio como ingeniero de mezcla y productor, y de su visión sobre el avance de la tecnología. Por supuesto de Soda Stereo y Gustavo Cerati, pero lo más destacado fue sin dudas cómo cambió su forma de trabajo gracias a la digitalización del audio y en ese sentido como AVID, con la aparición de la *Venue D-Show*.



Adrián Taverna, ingeniero de sonido de Soda Stereo

Además de AVID, se destacaron en el stand de SVC Glookast, Litepanels, Flowics, Telestream, For-A, Aspera y Autoscript que recibieron buena cantidad de clientes interesados por averiguar las novedades, y en muchos casos con proyectos concretos tanto en el área de video como audio profesional.

BVS: Gran despliegue de sus marcas en Caper

BVS volvió a tener una gran presencia en Caper, nuevamente con espacios destacados para cada una de sus marcas y vida propia en el interior del stand, donde se destacaron cuadros móviles de gente del staff y de la prensa con la imagen del Fortnite. Además, tuvo un bar de Sushi para albergar a los mejores clientes del mercado.



De las marcas, se destacaron **Harmonic** con **Adrián Copantsidis**, **Primestream** con su nuevo gerente regional **Mario Díaz**,

Interra con **Juanchy Mejía**, **NPAW**, **SynaMedia** que remarcó su crecimiento, **Mediakind**, **Aviwest**, **Clearcom**, **Aja** con **Manny Rosado** y **Evertz** con **Rodrick Smith**.

Aja Systems y Evertz

Manny Rosado de **Aja Systems**, destacó al *KiPro Go*, que es un éxito desde su lanzamiento habiendo comercializado 500 unidades en pocos meses a nivel mundial y ya están pidiendo los primeros en Latinoamérica. Puede gra-



Gonzalo Pampin, de Mediapro; Matias Favelukes y Facundo Favelukes, de BVS; Fernando Bonaventura y Santiago Vila, de PromTV

bar en HDR e ir a las redes como YouTube rápidamente en H264.

Rodrick Smith de **Evertz**, habló de sus últimos lanzamientos más allá de los nuevos Multiviewers, routers y matrices que ahora vienen para IP, con gran combinación no sólo de software sino también de hardware.

LiveU apuesta a las grandes soluciones de software

LiveU y su representante **LiveMedia** cerraron en Caper un año de gran participación en los eventos de Broadcast en la región y la IBC de Amsterdam. **José Luis Reyes**, VP de Latinoamérica para LiveU, dijo que la marca sigue apostando a sus grandes nuevas soluciones de software como la *Matrix*, que se vendió a **CNN Brasil**.



LiveU satisface necesidades de los clientes

además de seguir liderando el exitoso segmento de mochilas y dispositivos para hacer uplinks por línea celular, donde si bien surgieron muchos competidores sólo hay dos consolidados y la marca solo cubre una parte del espectro.

En cuanto a **LiveMedia** de **Christian Kardashian**, en el stand también tuvo por primera vez a **Eutelsat** con **Dino Muñoz** para



José Luis Reyes, Christian Kardashian y Dino Muñoz de Eutelsat

hacer una buena gestión, a **Streann** y también a **Sodyo**, marca que maneja en la región **Danilo Bautista** y viene de presentarse en Brasil con buen éxito, permitiendo escanear y generar leads de venta de manera instantánea.



MACH ELECTRONICS S.A.
Pedro del Castillo 748. C.A. de Buenos Aires.
C1414AWP. Argentina.
www.mach.com.ar

Teléfonos: 0800-122-7362 / (+54 11) 4011-4500
WhatsApp: (+54 911) 6824-4500
E-mail: info@mach.com.ar



Canon: Aldo Picasso extiende su gestión al Cono Sur

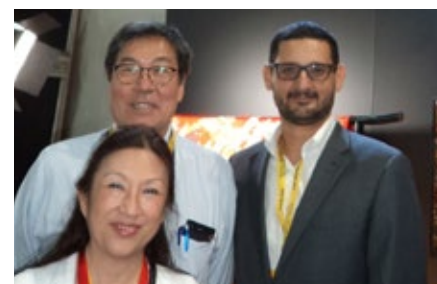
Canon estuvo en Caper representada por Aldo Picasso, ejecutivo con más de siete años como gerente regional para las Américas, liderando las ventas y el desarrollo de negocios. Ahora, amplió su responsabilidad a todos los países del Cono Sur, manejando directamente todos los mercados y con oficinas locales en México y Brasil.

Aldo Picasso dijo que su prioridad es desarrollar la nueva línea de productos para 4K



en deportes y noticias, donde ve que hay una necesidad de mercado. destacó que Canon tiene un gran equipo de ventas y servicios a través de CineCenter de Julio Fava y de Isikawa, este último con el centro integral nuevo de servicio más completo de todos los países salvo Brasil, inaugurado dos años atrás con más de 300 metros cuadrados.

Sobre sus lentes para cine, dijo que tienen un calor especial que los pone en la prefe-



Liliana y Norberto Isikawa con Aldo Picasso

rencia de los profesionales, con toda la línea PL y los Sumire que se conocieron en NAB y empiezan a llegar a la región.

TLT suma nuevas marcas y agranda sus oficinas

Marcelo López Colomar, de TLT, volvió a tener buena presencia en Caper con un stand central, de buen movimiento y muchos productos en exhibición. Dijo que la expo se vio más chica pero con una muy buena concurrencia, y que se alcanzaron las expectativas.

En iluminación, TLT presentó la línea para cine de la marca LEDGO, que compite con el rango más alto para venta o rental, y los estabilizadores gimbal



Moza. El acuerdo se concretó en NAB y ya los llevó a Buenos Aires. Se pudieron ver varios modelos que ya están instalados en Telefe y el grupo Turner.

Eso además de seguir con el trabajo habitual con Fujinon, brindando un gran soporte técnico. También continúa con las baterías de Swit y de Manfrotto y destacó el apoyo de Stefano Finessi, su director global de ventas. Finalmente, anunció que como parte del



Marcel Gallo, de Fujinon, Marcelo López Colomar y Alex Rees, de 3GT Lab de Chile

trabajo a largo plazo TLT mudará sus oficinas a un nuevo edificio con más metros y un mayor salón de ventas y muestras.

TV Group: Consolidación y Crecimiento

Con un stand central en Caper, TV Group mostró su gran momento y crecimiento, la excelente relación con las marcas, partners y clientes. Así, demostró su posición de referente actual como integrador de marcas líderes de audio, video e iluminación.

Renso Orio, director comercial de TV Group, dijo: 'El crecimiento consolidado es fruto de las relaciones estratégicas obtenidas con los clientes, proveedores y marcas. Esto sumado a un arduo trabajo y entender las necesidades de nues-



tros clientes, nos potenció en la implementación de proyectos en los últimos años'.

'La empresa se encuentra en una etapa de crecimiento continuo, y está centrada en brindar soluciones idóneas', remarcó.

A partir del trabajo continuo con marcas líderes, logró sumar nuevas soluciones para ofrecer a los clientes proyectos acordes a su necesidad de inversión. Trabaja con marcas como Sony, Panasonic, Data-video, Blackmagic, Sennheiser, entre otras.



Gabriel González, Renso Orio y Edson Marion, de Merlin

Pro Bag, otra de sus empresas con fabricación nacional, sigue manteniéndose en lo alto en lo que respecta a la protección y traslado de equipamiento.

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

Diseñamos y fabricamos productos y soluciones que convierten las infraestructuras de edificios en autopistas de alta capacidad para servicios de ocio, salud y bienestar en el hogar.

Un Fabricante que Garantiza la Calidad de su Producto con el Mejor Soporte Post Venta

EL FABRICANTE EUROPEO CON PRESENCIA EN MÁS DE 100 PAÍSES



soluciones avanzadas para redes GPON



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



soluciones profesionales para operadores DTH



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



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



Televes

www.televes.com | www.televescorporation.com



Televes Corporation®

Sony PSLA



Sam Fares y Eduardo de Nucci

Sony presentó por primera vez en Latinoamérica su cámara FX9. Fue con un recorrido de prensa ofrecido por Samuel Fares en el stand de Viditec donde se exhibía en Caper. Destacó que es una cámara que puede tener el mismo suceso que la Venice porque es más económica, puede trabajar con 4K y ser manejada por un solo operador. Trae un sensor 6K de fotograma completo y está equipada con Fast Hybrid AF, doble valor ISOBase y técnica de Color S-Cinetone.

Vizrt Group



Filippo Ferlini, Pablo Bisio de Carbi y Pablo Pérez de Newtek

Filippo Ferlini dijo que en los días previos a Caper quedó conformado el Vizrt Group que se distingue por tener tres unidades separadas a Vizrt, Newtek al estándar para IP NDI para seguir avanzando en sus desarrollos. Más allá de tener 700 personas en 120 locaciones, se ha potenciado la central de San Antonio. En lo comercial, seguramente la división de las tres áreas será por el segmento de mercado al que tradicionalmente se dirigen, más alto precio en Vizrt y más bajo en Newtek.

Videobit



Osvaldo Rodi, Carlos Noguera y Ernesto Dupraz

Según destacó Osvaldo Rodi, Videobit tuvo sus marcas en Caper como Konvisión que vendió 20 monitores a Artear, Sumavisión que vendió a Disney o Qvidium a Telefónica.

También estuvo allí Carlos Noguera de AVBB con Phabrix y su nueva marca Dream Chip Technologies, con cámaras Atom One 4k y Aton One Mini, que tienen disponible para Estados Unidos y Latinoamérica.

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

CPE ATLAS



STBTP



CPE ATLAS Mini



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

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

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

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

Belden vende Grass Valley



Tim Shoulders

Belden confirmó su intención de desinvertir en Grass Valley, compañía que había adquirido en 2015, en el marco de un programa lanzado para reducir costos aprobada por su Junta de Directores previo al cierre del tercer trimestre.

El proyecto de venta no implicará la interrupción de las operaciones actuales de Grass Valley, que continuará enfocándose en satisfacer las necesidades de clientes, socios y empleados.

3Way

3Way volvió a tener un muy bien ubicado stand en Caper para seguir con su trabajo nacional e internacional, donde recibió mucha gente de Chile –viajaron hasta 35 broadcasters– y hasta de Brasil. Sigue con su apuesta con todos los broadcasters, distribución de TV y también sistemas de cable.



Guillermo Massucco y Damián Naguirner de Obix

Merlín

Edson Marlon de Merlín, afirmó que el integrador regional que viene desarrollando un interesante desarrollo regional con Datavideo desde su empresa en Miami donde dispuso de seis personas creciendo mucho. Ahora el proyecto es repetir la movida con Panasonic y con Sony.



Edson Marlon, de Merlín, y Gabriel González, de TV Group

Mach Electronics lanza nueva división Sport Mach LED

Para la iluminación de alta potencia en estadios deportivos

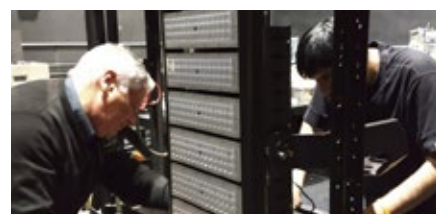
Mach Electronics, empresa con 35 años de trayectoria en el mercado de las telecomunicaciones y el Broadcast para el Cono Sur, acaba de lanzar la nueva división Mach LED, especializada en ingeniería de proyectos lumínicos para ciudades, industrias, oficinas y estadios deportivos.

Esta área de negocios surge como evolución natural de la división de tecnología LED, que tiene a Julián Rodríguez como Product Manager. 'El equipo de Mach LED está compuesto por ingenieros y ejecutivos comerciales que brindan un soporte total, desde la gestión del negocio hasta la puesta en marcha de las luminarias', explicó.

Este año, la nueva área tuvo el gran desafío de desarrollar e implementar el recambio tecnológico LED en el club Central Córdoba de Santiago del Estero, lo que le permitió incrementar los niveles lumínicos, optimizando la transmisión televisiva de los partidos. 'Fue el primer estadio de Argentina en contar con esta tecnología', agregó.

Recambio a LED

En los últimos años, se ha llevado a cabo un gran recambio a LED en el alumbrado público, así como en los predios más grandes, comercios y hogares. No sucedió lo mismo en los estadios, que carecían de asesoramiento y empresas especializadas.



Comentó Rodríguez: 'Debido al gran avance tecnológico de la televisación y transmisión de los partidos, desde el 2018 la Conmebol obliga a los clubes participantes de la Copa Libertadores y Sudamericana al cumplimiento de un completo manual de iluminación. A la vez, la Superliga Argentina de Fútbol

copia este manual para llevar adelante un paulatino pero constante cambio de iluminación en todos los estadios del país'.

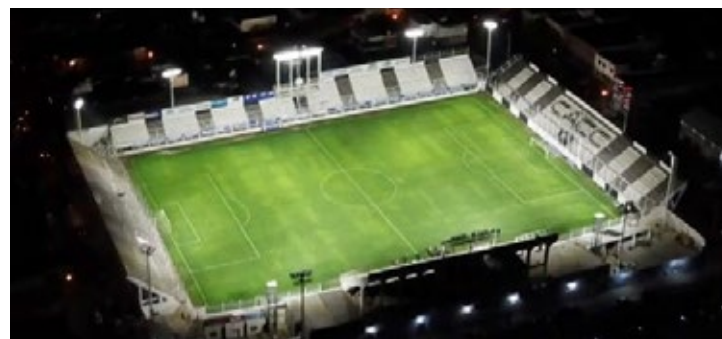
'La proyección del negocio es muy alentadora, ya que en poco tiempo los clubes se verán obligados a migrar a sistemas modernos de iluminación. Al momento, existen muy pocas empresas con el know-how suficiente para hacer frente a este gran desafío', completó.

'Con la implementación del VAR se instalan alrededor de 30 cámaras adicionales por partido. El nuevo Manual Conmebol exige mayor iluminación desde sectores del estadio donde antes no se lo consideraba. Por esto, es sumamente relevante el diseño lumínico en software para que luego de la instalación de las luminarias se haga una precisa calibración y orientación de los proyectores LED'.

Implementación en Central Córdoba

Contó el ejecutivo: 'Cuando el club Central Córdoba ascendió a la primera división del fútbol argentino, tenía tanta deficiencia lumínica que ni siquiera se observaba el banderín del corner. El promedio estaba en los 250 lux. Con la nueva iluminación LED, se mejoraron las uniformidades y se logró un nivel superior a 1100 lux en disposición horizontal'.

Agregó: 'El proyecto ha tenido un impacto muy positivo en toda la institución. A la vez,



El estadio de Central Córdoba en Santiago del Estero, con la nueva iluminación LED

clubes como Vélez Sarsfield, Racing, Patronato y Rosario Central, cuyos estadios aun no migraron a LED, jugaron de visitantes en el estadio y mostraron interés en conocer el proyecto'.

'Para Mach LED ha sido un importante caso de éxito, ya que se posiciona en el mercado como una alternativa de calidad para llevar el cambio a LED en todos los estadios', resumió.

Control inteligente

Además de la iluminación en sí misma, Mach LED desarrolló un sistema de control inteligente donde los proyectores se manejan desde un celular. 'La versatilidad del LED respecto a su encendido inmediato permite recrear escenas de iluminación de manera variada y completa', explicó.

Así, mencionó que algunos clubes desean tener la iluminación al 50% antes del partido y en el entretiempo, otros organizan shows y les interesa armar escenas con distintos juegos de luces. 'También incorporamos la experiencia de Mach Electronics en el negocio de la seguridad respecto a la instalación de cámaras, centros de monitoreo, control de accesos al estadio y en palcos, fibra óptica y puntos Wi-fi'.

Y concluyó: 'Mach LED tienen el know how para llevar la experiencia, ingeniería y la implementación de los distintos sistemas de control y seguridad a cualquier país de la región'.

Elimine las Interrupciones de Energía

Fuentes de Energía Ininterrumpible para la Red HFC y el Usuario Final



LINDSAY
BROADBAND

Soluciones robustas de energía ininterrumpida y con precios competitivos que mantienen a los usuarios conectados durante cortes de energía inesperados. Estos potentes dispositivos son muy fáciles de operar y tienen opciones de monitoreo remoto.

Fuente de Energía Ininterrumpida

- 900 o 1350 W
- Tecnología ferresonante controlada por micro procesador que regula la forma de onda de salida trapezoide con interacción entre la entrada y las baterías
- Sistema inteligente de gestión de carga de las baterías, ajusta el nivel de carga dependiendo de la temperatura de operación de las mismas
- Monitoreo de parámetros de operación via DOCSIS®/EuroDOCSIS™



LEON™



UPS para Subscriptores

- 8- o 24-horas de respaldo para dispositivos de 12 VDC
- Baterías con tecnología de litio
- Funciones controladas por micro procesador
- Tiempo de transferencia cero (0)
- Monitoreo remoto de estatus por telemetría

Manteniéndote Conectado.

Tecnología Robusta. Desempeño Garantizado.

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

Soluciones Energía, RF, Ópticas y Servicios de Valor Agregado



Chile Media & Content se pasa al 31 de marzo del 2020

CHILE MEDIA & CONTENT

Por la crítica situación social, política y económica que atraviesa Chile, sobre todo en la capital del país, **Grupo Isos** decidió postergar la realización de **Chile Media & Content 2019**, que se iba a realizar del 26 al 27 de noviembre, para el 31 de marzo del

año próximo.

La organización emitió un comunicado donde declara: 'A pedido de nuestros clientes y sugerencias de las autoridades y operadores de Chile, dados los acontecimientos acaecidos en Santiago, CM&C pasa a realizarse los días

31 de marzo y 1 de abril de 2020'.

El evento tendrá lugar en la nueva fecha en el hotel Santiago by Mandarin, con organización de Isos y espera reunir a toda la industria de la TV paga y los contenidos en Chile.

DirecTV: Los operadores pierden 93 millones al año por la piratería en Chile

Desde hace siete años, **DirecTV Chile** viene trabajando para enfrentar la piratería, informando sobre los perjuicios de dicha práctica y generando conciencia del daño a la industria creativa.

Catalina Achermann, gerente de Asuntos Externos y Regulatorios DirecTV Chile, dijo: 'A las personas les es indiferente que estemos frente a un delito que es punible. Esta conducta se ve reforzada con la disponibilidad del contenido online en Chile, ya que somos uno de los países que cuenta con Internet de mayor velocidad y menor latencia en la región'.

Según la **Subtel**, un 87,4% de los hogares

están conectados y un 91,5% de las conexiones se realiza a través de un dispositivo móvil.

'En este contexto, las personas no miden los riesgos que implica la piratería y que los exponen a eventuales usos fraudulentos de sus datos personales', agregó.

'Según el último informe de la Alianza contra la Piratería de Televisión Paga (ALIANZA), el monto total de impuestos no pagados en nuestro país como consecuencia de la piratería de contenidos alcanza los USD 42 millones', detalló la ejecutiva.

'Las pérdidas anuales ocasionadas por la



Catalina Achermann

piratería a los proveedores de TV paga en Chile, ascienden a USD 93.114.785, mientras que para los programadores en nuestro país, las cifras son de USD 46.641.404 (excluyendo la piratería en línea). Esto es, a mayor piratería, mayor daño a la economía creativa y a los recursos que ésta necesita para mantener sus estándares de calidad'.

Gtd despliega 3500 km de cable submarino

gtd



Fernando Gana, gerente de infraestructura de Gtd

El 2019 ha sido de grandes inversiones en innovación tecnológica para **Gtd**, el operador que da servicio de TV paga e Internet a 150.000 y 250.000 hogares de Chile, respectivamente.

Entre los principales proyectos, **Fernando Gana**, gerente de infraestructura de Gtd, destacó: 'Avanzamos con la expansión de fibra óptica hacia el norte de Chile con redes en Iquique, Antofagasta, La Serena y Viña del Mar, además de aumentar el crecimiento en más de diez localidades en el Sur'.

'Nuestro proyecto más emblemático es el cable submarino de fibra óptica **Prat**, que desplegaremos desde Arica hasta Puerto Montt, cuya extensión tendrá un total de 3.500

kilómetros', agregó.

En relación a las operaciones internacionales, expresó: '**Gtd España** concluyó con la red de fibra óptica en Madrid además del crecimiento en las principales ciudades de ese país. Por otro lado, **Gtd Colombia** avanzó con el despliegue de redes en Bucaramanga y Medellín. Y, por último, **Gtd Perú** aumentó las inversiones en la red de fibra óptica en Lima y en provincias. Todo esto acompañando el crecimiento y necesidades de nuestros clientes en los cuatro países donde Gtd está presente'.

Además, habló del inicio de la operación del datacenter Tier III en Puerto Montt, que vino a completar la red de siete centros de datos que

están en Colombia, Perú y Chile. 'Buscamos aportar al desarrollo de Chile como un polo de atracción de negocios', comentó.

'Nuestras principales novedades tendrán foco en entregar servicios TI, y entre ellos nuevos servicios de seguridad en nuestras redes. Por otro lado, en el mundo Residencial implementaremos más soluciones para smart home, que reemplazarán poco a poco los ingresos de TV paga', completó.

Llega una nueva experiencia

diboxGO

dibox

red Intercable



Movistar desplegó fibra óptica en la ciudad de Tocopilla

Movistar Chile completó el plan de despliegue de fibra óptica en Tocopilla, que tuvo como objetivo reemplazar la red de cobre de la ciudad por esta tecnología y transformar a la ciudad en la con mayor potencial digital de la región de Antofagasta, dándole la capacidad de albergar la llegada de futuras tecnologías, como el 5G.

Lo próximo es el proceso de repliegue y recolección de todo el cobre que quedará en desuso, y que operaba desde 1989. Este apagado, el primero de una central de la compañía en el marco de su despliegue de fibra, implicará un ahorro energético de 135 amperes, equivalente a lo que consumen 23 hogares.

‘En Movistar Chile trabajamos por que todos nuestros despliegues de conectividad



tengan dos focos: dotar a las ciudades de la mayor tecnología posible, como en este caso lo es la fibra óptica, y también cuidar el entorno con un plan de retiro de cables permanente y responsable; así logramos que nuestras operaciones se realicen dentro de un círculo de sustentabilidad permanente. Por ejemplo, en Tocopilla beneficiaremos a nuestros 3 mil clientes y a los casi 25 mil habitantes y 1.200 emprendimientos y empresas de la zona’, expresó **Antonio Bueno**, director de Red de Movistar Chile.

Por su parte, el alcalde de Tocopilla, **Luis Moyano**, comentó: ‘Esta medida permitirá que la ciudad tenga un nuevo rostro, lo que sin duda traerá una nueva visión de Tocopilla desde el punto de vista turístico. La mejora en



Antonio Bueno, director de red de Movistar, junto al alcalde de Tocopilla, Luis Moyano

la infraestructura, limpieza, y por supuesto la señal en la comuna, sin duda harán que la calidad de vida de nuestra gente y sus visitantes sea más satisfactoria. Una vez más, expresamos nuestras felicitaciones a Movistar por esta iniciativa’.

Claro: ‘La convergencia es clave para mejorar la experiencia del usuario’

‘Innovar en contenidos, plataformas y nuevos servicios siguiendo las nuevas tendencias sociales ha sido la clave de nuestra estrategia’, expresó **Alfonso Emperanza**, Director Masivo Móvil de **Claro Chile**, que da servicio de TV paga a 400.000 suscriptores. ‘Fuimos una telco pionera en lanzar hace unos años nuestra plataforma de streaming **Claro Video** y ahora sumamos a nuestros planes móviles **Claro Gamer**, que da acceso a nuestros usuarios a cientos de juegos en forma ilimitada ampliando nuestros servicios a nuevos territorios’.

‘Estamos convencidos que la convergencia en contenidos es la tendencia, sobre todo en el mundo de la entretenimiento. Hoy un usuario puede comenzar a ver una serie en su computador, seguir en el teléfono y terminarla en la TV. Las personas buscan contenidos y las distintas plataformas son un medio para llegar a ellos’, agregó.



‘En Claro Chile, este esfuerzo ha ido de la mano y con el respaldo de **América Móvil**, con quien nos anticipamos a la tendencia de convergencia de consumo de contenidos y nuestra estrategia ha ido en esa línea. Por ello, hace algunos años lanzamos nuestro servicio de streaming, **Claro Video**, que ha sido muy bien recibido por nuestros suscriptores de telefonía móvil e internet banda ancha. A través del tiempo hemos mejorado nuestra parrilla de contenidos en televisión de pago, tanto en el cable como satelital’.

Inversiones

‘Como nuestra compañía considera que la convergencia de servicios es clave para la buena experiencia de nuestros usuarios, invertimos en nuestros servicios de fibra óptica al hogar y también en la mejora de nuestra parrilla de contenidos de televisión

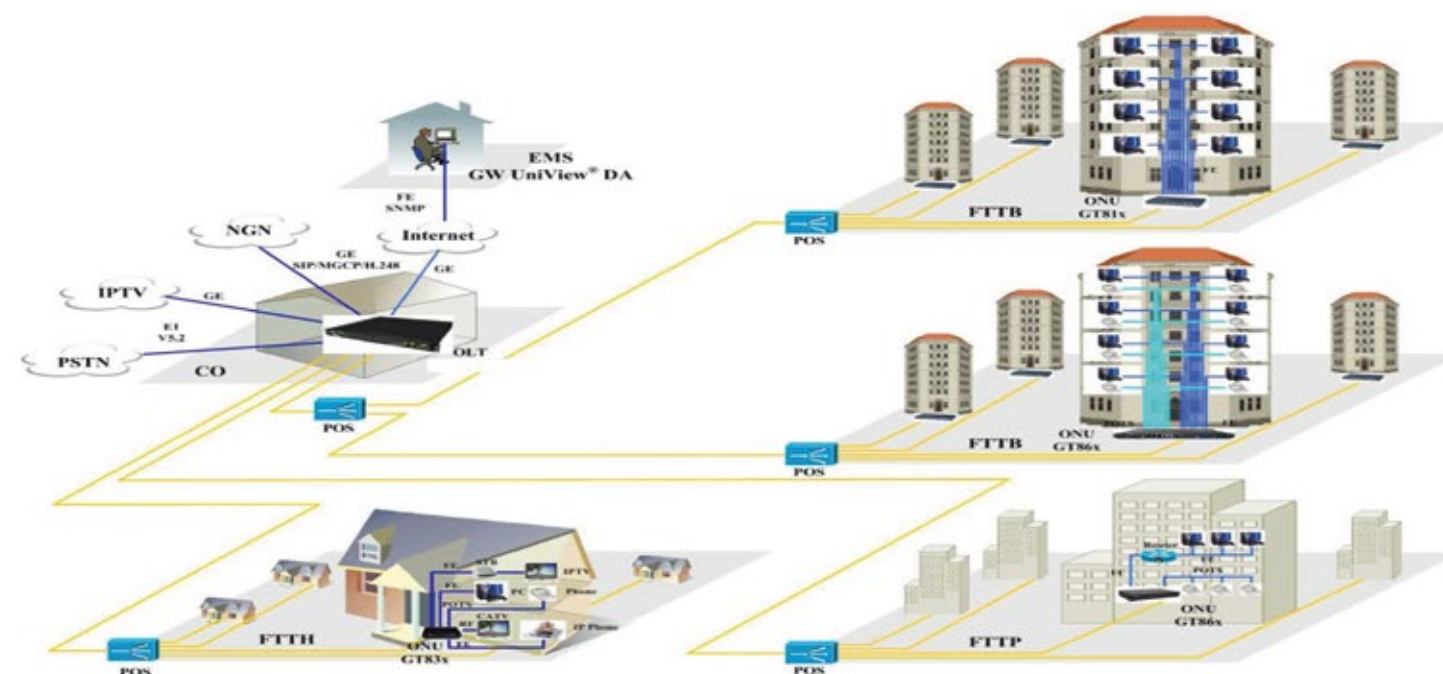


Alfonso Emperanza, Director Masivo Móvil de Claro Chile

por cable y satelital. En el mundo móvil, hay una serie de inversiones vinculadas a fortalecer la experiencia a lo largo de todo el país y hemos estado trabajando en propuesta de planes móviles que respondan a necesidades concretas. Es el caso de **Claro Gamer**, que en el ámbito de la convergencia de servicios y contenidos entrega acceso a cientos de juegos en línea’, señaló el ejecutivo.



La solución completa para Redes FTTH



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

www.wiretechsa.com.ar

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



Expo SCTE: Subiendo la vara a 10G

Se va para Denver en octubre 2020



La Expo Cable-Tec SCTE tuvo su nueva edición en el Louis Armstrong Convention Center de Nueva Orleans. El mensaje común fue demostrar fortalezas y optimismo bajo el slogan "Subiendo la vara" (Rasing the bar) y ofreciendo un estándar de 10 Gigas en el mercado, algo que ya se está haciendo con Docsis 3.1.

Ya empieza a dejar de correr la dicotomía entre HFC y fibra, donde las marcas líderes como la nueva **CommScope** –que incluye a **ARRIS**– o **PPC** que ya incluyen toda la gama de productos de fibra de vanguardia.

Es verdad que hubo algo de menor concurrencia general, pero desde el punto de vista de los latinos, sigue siendo una oportunidad única de ver a los mejores clientes con tiempo, con comitivas que no van a la IBC, por ejemplo. Uniendo así los dos mundos está todo intacto para la edición 2020 que será del 13 al 16 de octubre nuevamente en

Denver, más separada de la feria de Ámsterdam que le hace ya competencia con la convergencia al OTT.

Las delegaciones latinas más fuertes

La presencia latina, fuerte como todos los años, estuvo liderada por las delegaciones

de **Megacable** de México, con 11 personas pero incluyendo a sus principales ejecutivos como **Enrique Yamuni** y **Raimundo Fernández**, y de **Telecom** de Argentina, que tuvo una delegación de 15 personas pero esta vez sin la presencia de **Miguel Fernández**.

Esta vez no pudo participar de los Tech-Games que se realizan en la expo, explicó **Roberto López**, pues al sumar a la parte de Telecom era necesario primero hacer todo

un proceso con toda esa nueva área de la compañía para estar en igualdad de condiciones.

De México también sobresalió **izzi** con **José Antonio Garro**, además de algunos independientes como **Cable Tapa**. De Argentina también se destacaron **Telecentro** con **Fernando Herrera** y **Telered** con un equipo que incluye a **Gerardo García**, que fueron invitados por **BVS**, que está representado por **Hernán Pourciel**.

Pero también son de los más buscados **Millicom** con **Vincencio Maya**, grupo que también trajo gente de **Tigo Colombia**. Brasil hay un contingente de **Claro** con **Antonio Schumacher** y de **Multiplay**, con **Decio Feijo**, entre otros. También **Liberty** con Puerto Rico y Chile con



La apertura con carnaval de New Orleans



Karla Garcia y José Antonio Garro de Izzi México



Vincencio Maya y Fabián Aranda de Millicom



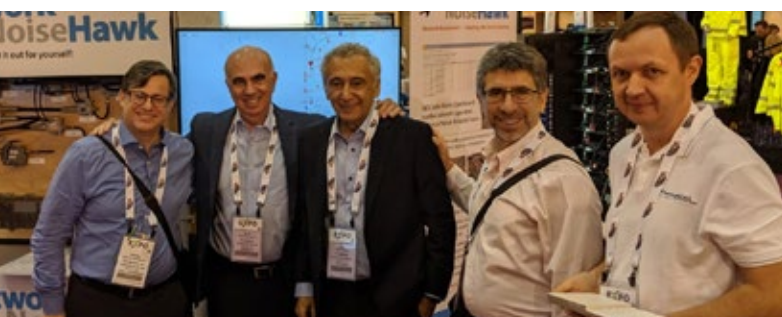
Luciano Rolim de Deviser con Fernando Pereira y Decio Feijó de Multiplay Brasil

Hernán Benavidez y **Telefónica de Perú** con **Renán Iglesias**.

Pero vale destacar el contingente de Costa



Enrique Yamuni y Raimundo Fernández lideran el equipo de Megacable



Antonio Schumacher de Claro Brasil, David Mosquera y Foad Towqif de Promptlink, Luiz Bourdot de Claro Brasil y Anton Shtikhlaytner de Promptlink

CISCO PowerVu D9800 Program Receiver

DISPONIBLE AHORA



- Single Service
- Multi Service
- Transcode
- SDI, ASI, IP & Multi-Tuner Options



01-918-251-2887
news.tulsat.com

www.tulsat.com



Expo SCTE: Subiendo la vara a 10G

Rica, encabezado por **Tony Balverde**, que a fin de año estarán lanzando su OTT; **Roy Salazar**, **Telecaribe** y **CableCentro**, todos del país centroamericano.

Grandes premios y a Eduardo Panciera de Telecom

El mismo optimismo se vio en la entrega de premios en el auditorio principal. Los premios más importantes fueron el Hall of Fame para **Andrew Parrot** de Mega Broadband, el Chairman's Award para **Steve Williams**, responsable de Docsis de Charter, Excelencia en Standards a **John Dolan** de Rogers, el de Excelencia en Learning & Development a **Richard Lapat** —el año pasado lo obtuvo **Roberto López** de **Telecom**

Argentina— y, como habíamos anticipado, a la querida **Zenita Henderson** como Women in Technology. También se les entregó el trofeo a los ganadores de los TEch Games.

Para destacar además está que el *Member of the Year* lo ganó **Cliff Simpson** de la empresa alemana **NetInsight**; que **Synamedia** —primera vez que vino con stand— ganó el premio a los Innovadores y que en el *Desayuno Internacional* de hoy jueves fue galardonado **Eduardo Panciera**, nuevamente

de **Telecom Argentina**, por su parte a la arquitectura de redes desde fuera de los Estados Unidos. Tras el almuerzo y antes de ese desayuno, **Roberto López** destacó este logro a **Prensario** por la perseverancia y trayectoria de Panciera.



Rodrigo Marin, Sandy Howie, Fernando Herrera y Pablo Stadella de Telecentro y Eduardo Cabrera de Technetix



Decio Feijó, Daniel Ameijenda, Fernando Pereira de Multiplay Brasil y Octavio Rolim de PPC



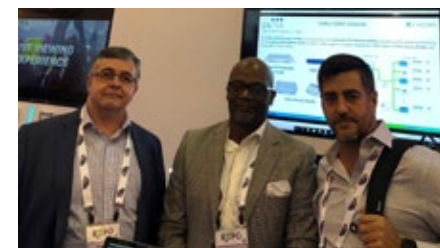
David Mosquera y Joel Alfaro de Promptlink con Aldo Carballo y Juan Lisardi de Telecentro Argentina



Hugo Amaral, Emilio Chalita y Marcos Takanohashi de Commscope



Carlos Rubio, Antonio Gálvez y Agnoldo de Alpha



Henrique Etrusco, Bill Clark de Vecima, Vincencio Maya de Millicom



Ariel Cuadrado de VerTV, Gerardo Garcia de Telered, Fernando Escobar de BroadbandTech, Javier Forenza de Teledifusora SA con Hernán Pourciel de BVS



Raúl Orozco de AMT con Tony Valverde, Christian Chinchilla, JCRodriguez y Eduardo Valdelomar de Telecable Costa Rica, Gerardo Gutiérrez de AMT

Turner

Creadores de contenido, generadores de EMOCIONES



Tu fanatismo por el Fútbol, Cine, Series, Noticias y Animación. Todo, en todas las plataformas.



OM Systems: Fuerte apoyo de Ross y Dalet

En Caper Show

OM Systems volvió a tener su stand protagonista en Caper, donde se destacaron sus marcas imbatibles a nivel global Ross, que tuvo a Jason Barden y equipo, y Dalet. Jorge Moya, socio gerente de la empresa, remarcó el apoyo de ambas y dijo que la apuesta en Caper fue más encuadrada dentro del plan a largo plazo que en lo que pueda redituarse en el corto plazo.

OM Systems está consolidada con un equipo humano de gran experiencia que no cambia con las coyunturas. Pero además de esas dos marcas, Moya también destacó a Harmonic y a XenData, con la que trabaja desde hace cinco años y que tuvo en Caper a Luis Estrada, quien habló de la implementación en la nube con LTO (Linear Tape Open) para MAM y PAM integrados.

En el área que dirige Mariano Cuerva, sobresalió la solución completa de Dalet tras la compra de Ooyala, que le permite ya no sólo la gestión de producción sino el trabajo



a la multipantalla y multidispositivo con manejo de AI. Dalet estuvo representada por Julien Decaix y Mario Mekler.



Jorge Moya, de OM Systems, con Jason Barden, Javier Larrondo y Jorge Sobenes, de Ross



Jorge Moya y Mariano Cuerva con Mario Mekler y Adrien Bouraly, de Dalet

Broadpeak

Broadpeak ya tiene 18 operaciones en Latinoamérica con los lanzamientos importantes que está haciendo en estos meses. La Expo SCTE fue para Arnault Lannuzel una buena oportunidad de ver lo que necesitan los clientes. Presentó una integración con Technicolor en Android TV STBs para mezclas ABR y tomar canales gratis del aire, como



Arnault Lannuzel con EKT

los canales regionales que dan gran valor a las operaciones.

Technetix

Eduardo Cabrera estuvo en su primera Expo SCTE con Technetix, donde destacó especialmente dos productos. Por un lado el FDX, full dúplex para la parte de distribución, que es un amplificador en línea que en el

retorno no transmite alto de manera que mejora la calidad del servicio bidireccional de los operadores. Por el otro lado el FDX Access, con 10gbps de ida y vuelta así que es como si se tuviera fibra sin tenerla.

PBN

Bernardo Castro de PBN que más allá del contexto difícil de Latinoamérica, tienen buena recepción sus plataformas ópticas AIMA, con una gran relación costo performance. De todas formas, para el futuro inmediato apostarán mucho a la parte de monitoreo. En la Expo SCTE estuvo acompañado de David Tod, Chief Comm Officer de la compañía.

Openvault

Max Padro de Openvault, destacó el trabajo que está haciendo en Latinoamérica, donde tiene a TV Cable Ecuador como principal cliente. Sus soluciones de software agregan valor en una relación de largo plazo.



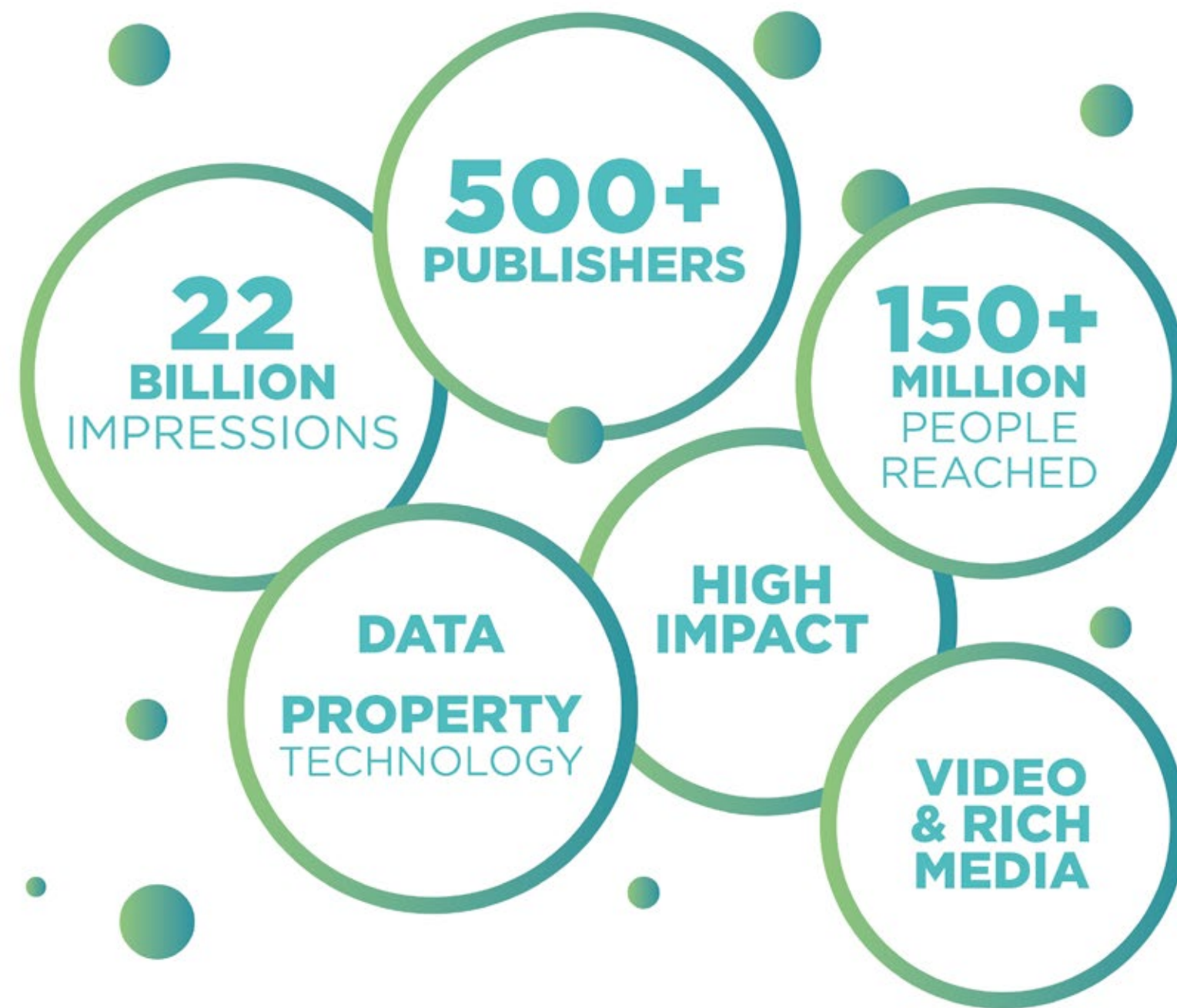
Lauren Trudeau y Max Padro, de OpenVault

Teleste

Gary Esnal de Teleste destacó en la Expo SCTE exhibió el Luminato 4x4 que había presentado dos semanas antes en la IBC de Ámsterdam. Es totalmente compatible con los modelos anteriores, trae más capacidad de procesamiento y permite 44 gigas en una unidad de rack con 144 QAMs



Eduardo Cabrera, el CEO de Technetix Paul Broadhurst, Marcelo Ruggiero y Rodrigo Marin



www.eplmedia.com

