

Entretención fáctica por el planeta!



CuriosityStream es el premiado servicio de contenido documental donde los televidentes de todas las edades pueden alimentar sus pasiones y explorar nuevas. Vea miles de programas sobre espacio, arte, volcanes, historia, viajes, automóviles, arquitectura, océanos, y por supuesto, dinosaurios. Del creador de Discovery Channel, CuriosityStream te ayuda a explorar dónde y cuándo despierta tu curiosidad.



Para mayor información, contactar a [robert.gold@curiositystream.com](mailto:robert.gold@curiositystream.com)

JULIO 2020 | AÑO 29 | # 388

# Prensario Internacional

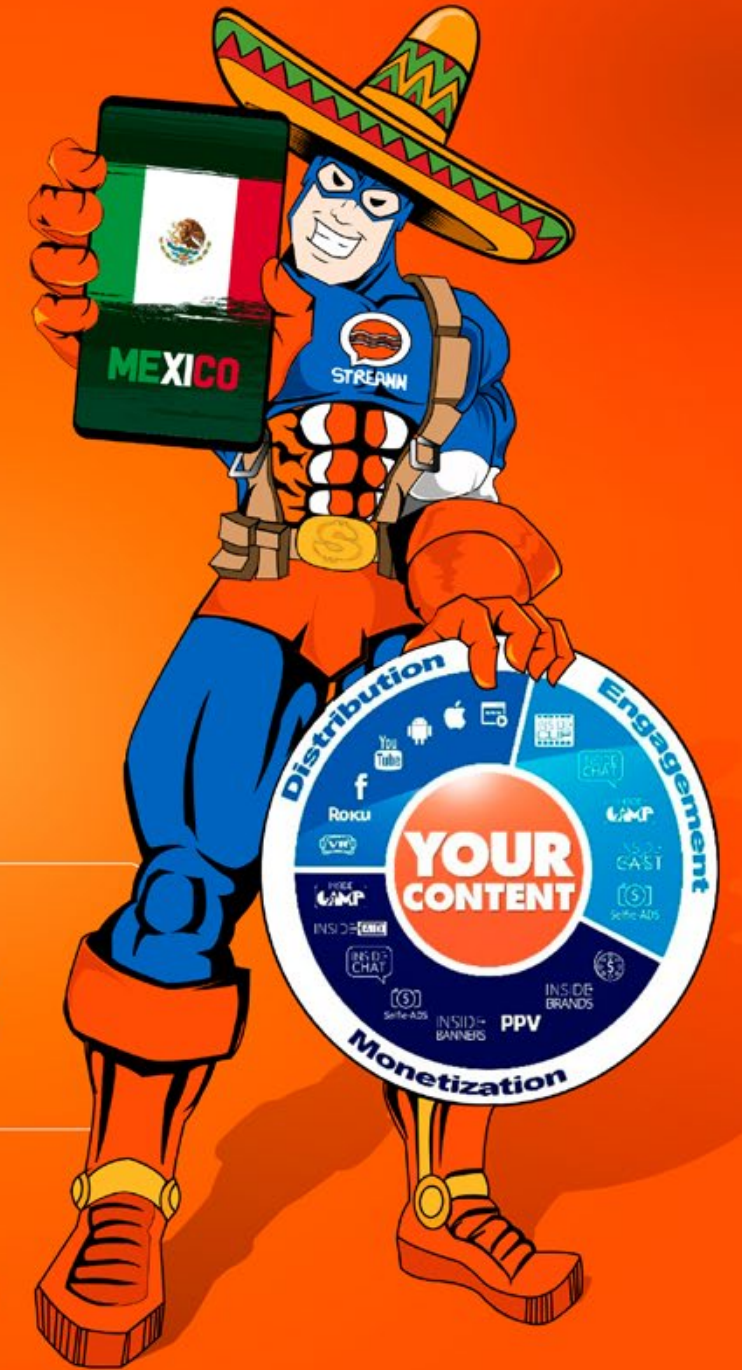
www.prensario.net

PAY TV • OTT • STREAMING



LA PLATAFORMA  
**OTT**  
MÁS INNOVADORA

**+100** FORMAS DE  
DISTRIBUIR  
INTERACTUAR  
MONETIZAR



#gotContent?

EDICIÓN ESPECIAL  
• AFILIADOS • AD SALES  
• BROADCASTING

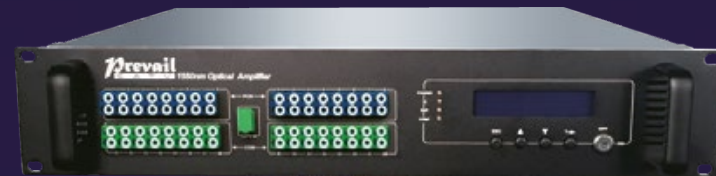
EXPO MEXCA  
ESPECIAL MEXICO & CENTRAL AMERICA

**Prevail**  
CATV

**Tenemos 32 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.



Transmisión óptica inteligente modulada directamente de 1550 nm WT-1550-DM  
Transmisor óptico externo modulado de 1550 nm: WT-1550-EM  
SBS es de 13dBm a 19dBm



**2.4G y 5.8G**

GPON ONT de doble frecuencia: WGP3200-DW



Receptor óptico FTTH  
WR-1075MB-WD



Receptor óptico FTTH  
WR-1082B



Receptor óptico FTTH  
WR-1088-M



Receptor pasivo  
PR1201

**GEPON ONU**



8 a 16 puertos GEPON  
GEPON

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



**FUERZA**  
*Latina*

## Mujeres que inspiran

También en Latinoamérica las mujeres levantan la voz para reivindicar sus derechos, para denunciar discriminación, desigualdad y violencia. Las mujeres ganan protagonismo en todos los ámbitos y se movilizan para cambiar esta realidad. Ellas son Fuerza Latina.

Natalia Orozco y Yoani Sánchez conducen el programa en DW Español.

[dw.com/fuerzalatina](http://dw.com/fuerzalatina)

## Prensario Especial de México y Centroamérica (MEXCA)

Gran evento con revista digital y expo virtual

En Prensario Internacional volvemos a realizar este mes de julio nuestra tradicional Edición Especial de México que venimos realizando desde hace 22 años.

Este 2020 de Pandemia, indudablemente no es uno más, con la suspensión de las expo físicas y la imposibilidad de imprimir revistas. Por eso mismo, lo haremos con un nuevo formato creado especialmente a partir de las condiciones que impone la Pandemia y que ya hemos probado exitosamente en nuestra NAB Virtual y los Virtual Screenings, además de haber ampliado la cobertura a los principales operadores de Centroamérica.

Se trata de un evento virtual, Prensario México y Centroamérica MEXCA que durará del 20 de julio al 14 de agosto. Allí acompañamos la edición habitual de la revista Prensario Internacional en su versión digital, con una expo virtual donde se reproduce la dinámica que se da en las expos de la

industria, con stands virtuales (microsites) de nuestros anunciantes, las noticias, la presencia de los principales clientes de afiliados —incluyendo los nuevos ISPs— y nuestros newsletters. Como suele ocurrir en los especiales de México de Prensario, también tenemos mucho contenido de Adsales para las señales.

Todo el evento virtual se promociona con nuestros newsletters, email blasts, por supuesto nuestra web Prensario.net y el trabajo de redes sociales, uniendo al público especializado Tier 1 de la industria con los tier 2, 3 y público final con varios cientos de miles de vistas.

Por todo eso decimos que, como otras cosas en la Pandemia, este nuevo formato de evento virtual es superador y vino para quedarse, pues permite unir la llegada profesional de Prensario con la masiva, dándole muchos más valores agregados a nuestros anunciantes y durante casi todo un mes.

## Prensario's Virtual Special Mexico & Central America (MEXCA)

In Prensario International We are beginning with a new edition of our Special Mexico Edition, the same we have been doing for 22 years.

But this 2020 is unusual with the pandemic, and we will do it with a new format that we ran successfully at our virtual NAB and Virtual Screenings.

This new format includes a virtual event from July 20 to August 14, reproducing what

we find at the Conventions of the video industry. It has the digital version of Prensario International, a virtual expo with microsites for our advertisers and the interviews of the key operators and the new ISPs. Ad sales content is also included. It will be promoted by our newsletters, email blast, our web Prensario.net and our social media work, joining the traditional best target of operators with new massive audience.


### Prensario Internacional

 **Publicación mensual de Editorial Prensario SRL**


Las Casas 3535  
C1238ACC  
Buenos Aires, Argentina  
Tel: (+54-11) 4924-7908  
Fax: (+54-11) 4925-2507


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


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


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

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

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

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

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

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

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

**Director Editorial:**

Alejo Smirnoff

**Editora:**

Agustin Dettoni

**Online Manager:**

Juan Campi

**Se envía por suscripción**

**Precio anual, vía aérea:**

En toda america: USD 150

Resto del mundo: € 150

©2020 Editorial Prensario SRL

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



Viva Viviana - IVC



El Chapo - A&E



Botched - E!



Project Runway - Lifetime



El último Papa - H2



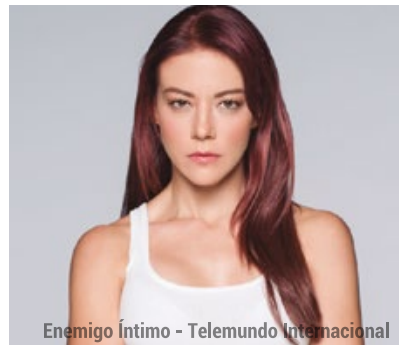
**NOS EMOCIONA**



Lost - SYFY



Lincoln Rhyme - AXN



Enemigo Íntimo - Telemundo Internacional



Pawn Stars - History



**ASUMIR**



Minions - Studio Universal



The good doctor - Sony Chanel



Riverdale - Warner Chanel



Law & Order SVU - Universal TV



**NUEVOS DESAFÍOS**

**Ole™ / DISTRIBUTION**

Una sólida trayectoria, con una nueva **visión hacia el futuro.**

**NUEVOS RETOS • GRANDES CANALES • NUEVAS EMOCIONES**



# México: Entre la televisión, las redes sociales y el streaming

Fortalezas con sus grandes jugadores pese a la pandemia

Pese a que cualquier análisis de la situación actual se ve inevitablemente afectado por la influencia de la pandemia Covid 19, por la modificación de patrones de conducta que ella ha representado, tenemos ya algunos elementos de juicio que permiten evaluar las posibilidades a futuro.

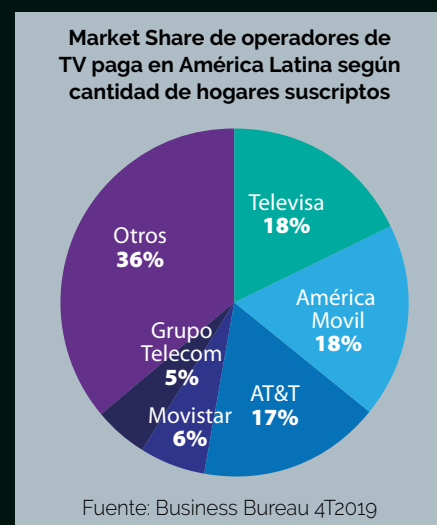
México es el mayor país de América Latina en términos de base de suscriptores de TV paga y el segundo en suscriptores de Streaming, servicios VOD (Video On Demand) también denominados OTT (Over The Top) y que están comenzando a ofrecer opciones AVOD (Advertising Video on Demand) gratuitas con publicidad. Cuenta también con dos de las más poderosas emisoras de TV de aire –Televisa y Azteca—y, en condiciones normales (o

“convencionales”, otra definición adecuada), una potente producción cinematográfica y televisiva, uno de los motivos para que Netflix haya decidido mudar su base operativa de Brasil a México.

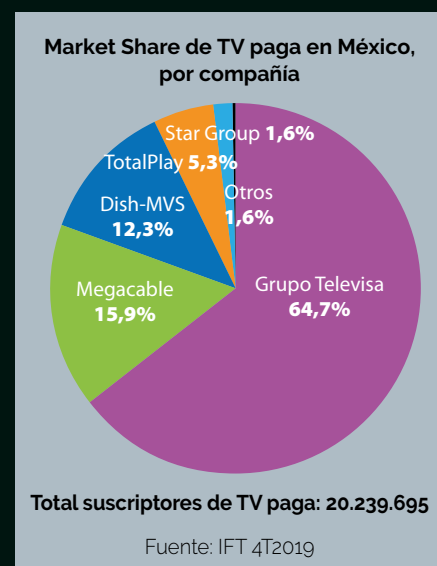
Igualmente importante para el análisis es que cuenta con buena provisión de acceso a Internet, tanto a través de las telcos –donde es relevante la presencia de **América Móvil**, por su capacidad de inversión— como por ISP’s (Internet Service Providers) en múltiples lugares de la República, incluyendo casos como **StarTV**, que ofrece tanto programación de TV como banda ancha por satélite. Otro factor a tener en cuenta es la temprana digitalización –en comparación con otros países de la región— de los servicios analógicos de TV, dejando libres frecuencia que pueden ser utilizadas por servicios móviles. También existe la Red Compartida, concesionada a **Altan** y cuya función sería extender el alcance de la conectividad a zonas de menores recursos.

Con respecto a la inversión publicitaria, un informe del portal Expansión con datos de **Havas Group** citaba una caída prevista de 15% durante la cuarentena resultante de la pandemia, de mayo a junio, lo cual implicaría una caída anual de 7,7%, tras un primer trimestre con 7,4% menos que en 2019, pero con menor incidencia sobre ‘plataformas digitales y televisión’, consideradas los ‘medios más favorecidos’, en parte por haber aumentado la audiencia promedio y las horas diarias frente al receptor de TV y los dispositivos inalámbricos.

Sin embargo, entrado julio el problema sigue vigente. El gobierno presidido por **Andrés Manuel López Obrador** ha mostrado una posi-



ción en favor del reinicio de las actividades, al igual que Donald Trump en Estados Unidos y Jair Bolsonaro en Brasil. Por otra parte, hay rubros, como los productos de higiene y limpieza, cuyo consumo aumenta ante circunstancias difíciles, por lo cual habrá que esperar más tiempo para poder evaluar la evolución del mercado publicitario con mayor precisión, como también ocurre con la industria de la tv paga y de la televisión en general.



Rodrigo Gómez, Raimundo Fernández, Enrique Yamuni y Gerardo Seifert, de Megacable

## TV abierta con más audiencia en la pandemia

Un informe del **Instituto Federal de Telecomunicaciones** señala que, a fines de 2019, existían en México 199 canales adicionales a los de 2014, llegando al 90% de la población con 885 señales.. Y, las cifras de audiencia crecieron sustancialmente con la pandemia: de acuerdo a Javier Tejado Donde en **El Universal**, se estaría llegando a 4 millones de personas en las 28 ciudades que mide **Kantar Ibope**, lo cual, proyectado, daría 8 millones de personas y a partir de las 3.00 PM en lugar del ‘prime time’; también anota audiencia en crecimiento para los canales con programación para niños como el 5 y 7 en la CDMX.

Esto revirtió cifras anteriores de **Nielsen Ibope** que indicaban una caída en el tiempo promedio diario dedicado a la TV: de 3 horas 16 minutos en 2009 a 2 horas 33 minutos en 2019.

Para la TV de paga, dichas cifras indicaban un incremento de 36 minutos diarios en 2009 a 1 hora 5 minutos en 2019, tras haber llegado



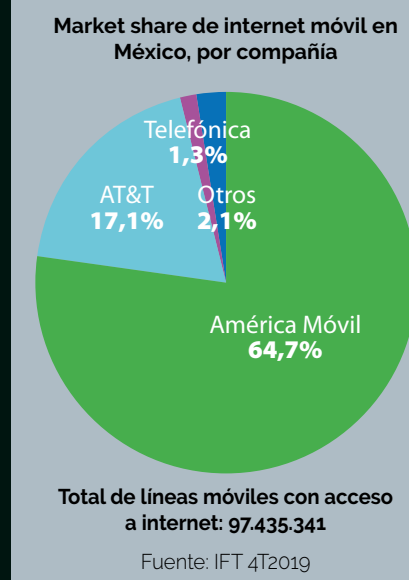
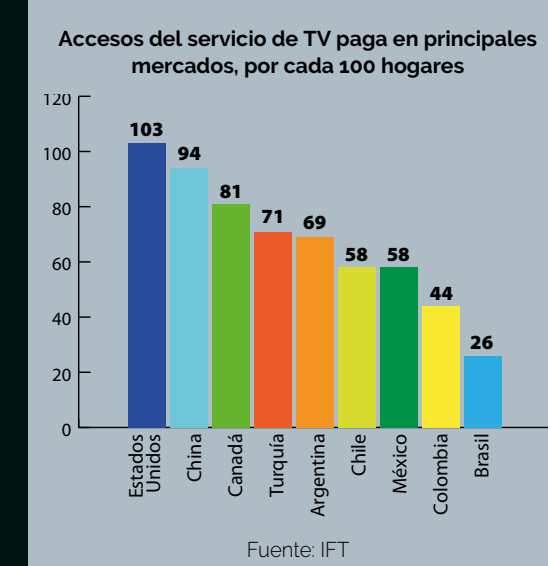
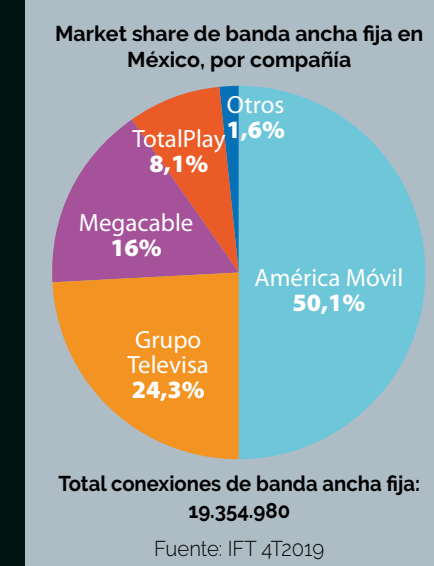
Pedro Carmona de TV Azteca y Eduardo Kuri, CEO de Totalplay

a 1 hora 7 minutos en 2017, lo cual puede deberse en buena medida al aumento de la cantidad de suscriptores en estos períodos. Los rubros publicitarios más explotados en TV abierta fueron servicios y recargas de telefonía celular y medicamentos de venta libre.

Con respecto a la participación de mercado en los principales dominios del país, las cifras de Nielsen Ibope adjudicaban, a fines de 2019, 57.79% para las emisoras de Televisa, 31,70% para las de TV Azteca, 6,35% para ImagenTV y 3,85% para Multimédios.

## TV de paga con más de 20 millones de suscriptores

De acuerdo al **Instituto Federal de Telecomunicaciones**, a diciembre 2019 había en México 20.239.695 suscriptores a TV de paga, de los cuales el 57% la recibía por satélite, el 37% por cable y el 6% por IPTV. México es uno de los países latinoamericanos donde menor es la caída en TV de paga lineal debido al streaming, junto con Argentina, en tanto Brasil ha sido uno



de los mercados más afectados dentro de la región.

## Streaming en crecimiento y con más competencia

El aislamiento preventivo ha resultado en un fuerte crecimiento de las suscripciones a los servicios de streaming (OTTs) que se está reflejando tanto en las cifras de **Netflix** –aunque en forma de estimación, porque la empresa sólo publica cifras regionales y no las nacionales de suscriptores— como de sus principales competidores. Por ejemplo, **Televisa** reportó un 111% de aumento en registros entre febrero y mayo para su plataforma **blim**, con un aumento de consumo de contenidos de 359%. En cuanto a **Netflix**, la consultora británica **Comparitech** estimó para México que la base de suscriptores habría crecido de

6,78 millones en diciembre 2019 a 7,4 millones a marzo de este año, un aumento del 9% en tres meses.

Para Nicolás Lucas, escribiendo en **El Economista**, Netflix registraba en septiembre de 2019 unos 6,8 millones de cuentas, en tanto **ClaroVideo**, de **América Móvil**, estaba en 2,75 millones; **Amazon** tenía 465 mil clientes, **Blim** contaba con 150 mil más alianzas con operadores de TV paga y un convenio con el grupo español **Antenatres** que le aporta contenidos, y **MovistarPlay** estaba en 40 mil cuentas, si bien está ahora gratis para los usuarios de **Telefónica** tras su acuerdo con **AT&T**.



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



Jean Paul Broc de Izzi

## TV y Streaming en América Central

Claro y Millicom sumaron posiciones de Telefónica en varios mercados

Pese a que han estado entre los países pioneros en materia de TV paga en el continente, desde que TEPAL nació en Panamá en 1992, las naciones centroamericanas muestran altibajos en cuanto a evolución y penetración en tv de paga, y en ellas las telcos han logrado una posición preponderante.

En los comienzos de la industria, la posibilidad de acceder a los satélite Conus de los Estados Unidos brindó a estos países la posibilidad de acceder a la programación de los canales de Estados Unidos y comenzaron a aparecer cableoperadores que llamaron la atención de la Motion Picture Export Association de los Estados Unidos por exhibir su material sin autorización. Por iniciativa de Cable Onda de Panamá, Cable Tica de Costa Rica y otros operadores de América del Sur, TEPAL (Televisión Paga en América Latina) comenzó con reuniones anuales en Panamá y otros lugares de la región — una en Orlando, Estados Unidos — para promover el acuerdo “Quit Claim” ofrecido por Hollywood: no ser objeto de acciones judiciales a cambio de dejar de retransmitir sin autorización las señales estadounidenses.

Más allá del acatamiento de esta medida por los principales operadores, siguieron existiendo centenares de sistemas que ofrecían a sus suscriptores acceso a las nuevas señales dedicadas que la industria comenzó a emitir para la región, compitiendo con quienes operaban dentro de la formalidad y asistían a las reuniones de TEPAL y también las de Andina Link, en Cartagena de Indias y después también Andina Link Centroamérica, con reuniones principalmente en Costa Rica y El Salvador.

### Consolidación para el mapa actual de Centroamérica

La aparición de las conexiones a Internet atrajo también a las telcos que operaban en



Agustín Vigil, de América Móvil; Rita Hering, de ViacomCBS; Alberto Islas, de Claro Video; Laura Pérez y Natalia Delmas, de ViacomCBS Americas

la región y el cercano Caribe, como América Móvil, Cable & Wireless y posteriormente Millicom y Telefónica, que ahora está desinvertiendo para reducir su deuda. televisa también ofreció sus canales propios. El grupo LibertyMedia, creado por John Malone y con amplias operaciones en Estados Unidos y países de Europa, compró VTR en Chile y, años más tarde, Cable & Wireless, teniendo operaciones en Puerto Rico; C&W aporta Costa Rica, donde compró Cable Tica; Dominicana, Guatemala, Honduras, Colombia y El Salvador. La compra de Cable Onda de Panamá por parte de Millicom en 2018 agitó las aguas de la competencia, ayudadas por el avance de esta empresa en otros dos mercados antes postergados: Paraguay y Bolivia y la adquisición de dos operadores en Costa Rica. Digicel, telco con sede en Panamá, opera desde 2008 pero no ha entrado en competencia con Millicom y América Móvil; un reciente informe de BNAmericas considera que el grupo deberá ‘reestructurar su deuda’ en un plazo cercano.

En este proceso de consolidación, Millicom se comprometió a adquirir la filial de Telefónica en Costa Rica, de lo cual desistió en mayo y se estima que la empresa española buscará otros adquirente, aunque



Daniel de Simone y Marianella Silveira, de Millicom

sumó Panamá y Nicaragua. América Móvil intentó adquirir la filial de Telefónica en El Salvador, pero la Superintendencia de Competencia rechazó esta alternativa; en cambio, la empresa timoneada por Carlos Slim obtuvo el control de las operaciones de Telefónica en Guatemala.

Con respecto al streaming, en Panamá, por ejemplo, están disponibles los servicios de Netflix, Amazon Prime Video, Cinebunker (cinemateca con 150 producciones locales y extranjeras; es gratuito), Rakuten Viki (AVOD con contenidos asiáticos), entre otros. En El Salvador y Guatemala, Tigo (Millicom) incluye Amazon Prime Video. El AVOD PlutoTV está disponible desde abril en los países de la región, junto con la mayor parte de América Latina.

SONY®

VENICE

Versión 6.0

Emoción en Cada Cuadro



### Nuevas Características

Segunda Línea de Cuadros de Usuario

Nuevas capacidades en High frame Rate

Importación de Archivos Advance Rendering Transform

Y otras más en noviembre con la versión 6.0



f Sony.ProfessionalLatinAmerica @SonyProLatin

© 2020 Sony Latin America. Todos los derechos reservados. La reproducción total o parcial sin aprobación por escrito está prohibida.



# La disrupción del streaming llegó a México.

El innovador y disruptivo servicio gratuito de streaming que ofrece una experiencia única con los mejores **Contenidos de TV, Películas y Series.**

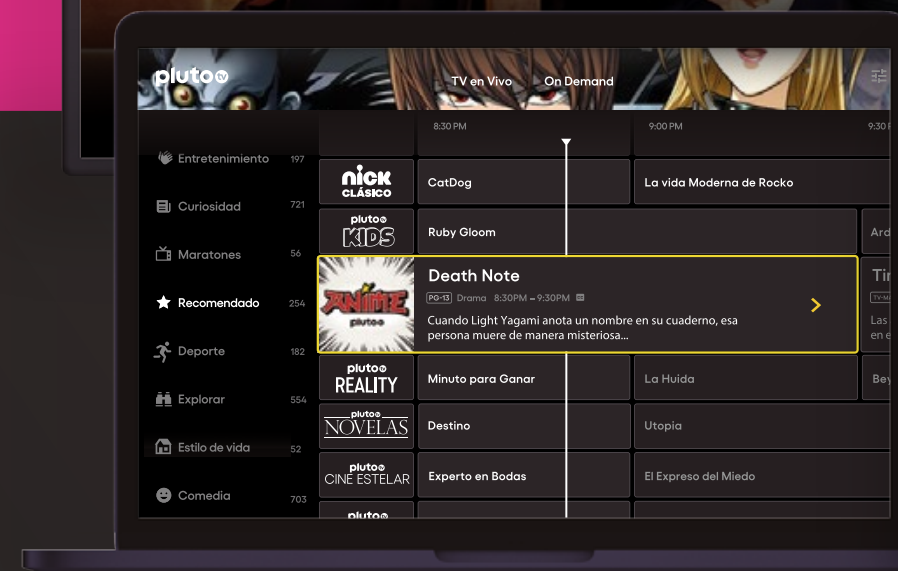
Fácil de usar y con una plataforma publicitaria ideal para Partners y Marcas.

Una nueva forma de conectar con tu audiencia en una nueva dimensión del entretenimiento.

**pluto.tv**

Powered By

**VIACOMCBS**





## Novavisión/Sky: Los diferenciales de siempre más el crecimiento con el OTT Blue to go

En México, Centroamérica y República Dominicana

Alex Penna, presidente de SKY, VETV y Blue Telecomm bajo el paraguas de Corporación Novavisión, S de RL de CV y SKY habló sobre la experiencia de video que ofrece e DTH de la República Mexicana como sublicencia, y las otras dos compañías de DTH pre pago y telefonía, como titular. Y también, desde hace casi dos años, con su OTT Blue To Go bajo Novaimagen S de RL de CV.

### Sobre los 8 millones de suscriptores de video

Primero Alex dio, casi a modo de primicia para Prensario, hizo el balance actual de suscriptores de video de todas sus plataformas de post pago, prepago y servicio de internet inalámbrico, donde están llegando a los 8 millones de usuarios con una cifra exacta develada el 8 de julio de 7,538,961 suscriptores, los cuales generan 7,960,591 RGUs, 6,031,436 de prepago, 1,425,726 de post pago, 503,429 de internet y telefonía. Es así que están superando de buena forma la pandemia. 'Registramos una fuerte demanda en México por nuestros productos de video particularmente los de prepago, internet y los paquetes de doble play e incremento en los niveles de recarga de prepago. Allí en los paquetes de doble play es importante destacar que actualmente tenemos 140k RGUs de post pago y 277k de prepago.

Igualmente, en el CA&RD hubo también un incremento en suscriptores bloqueados y consecuente reducción en cobranza por la crisis'.

### Consolidación del OTT Blue to go con 100.000 suscriptores

En particular Blue to Go se ha consolidado en el mercado como TV Everywhere, según remarcó Alex: 'BTG sigue creciendo, hemos superado los 100,000 suscriptores. Este servicio está direccionado a nuestros suscriptores de pospago a partir de nuestros paquetes FUN y Platinum. A pesar de



Alex Penna

contar con todo tipo de contenidos para diversión en familia, películas, conciertos, estrenos, video on demand, series, etc, nuestro enfoque está en proporcionar a estos suscriptores la oportunidad de disfrutar de nuestros contenidos deportivos exclusivos sin importar donde se encuentren y cuando ellos quieran'.

### Diferenciales vigentes de SKY y de VeTV

Ante el efecto negativo que se viene por la pandemia en México y Centroamérica Pena sostuvo: 'Sin duda nuestra cobertura territorial, los contenidos exclusivos y la extensa red de distribuidores que tenemos siguen siendo nuestros grandes diferenciales'.

También habló de la vigencia y del éxito masivo de VeTV que sigue siendo el servicio de TV paga con más suscriptores en la República Mexicana.

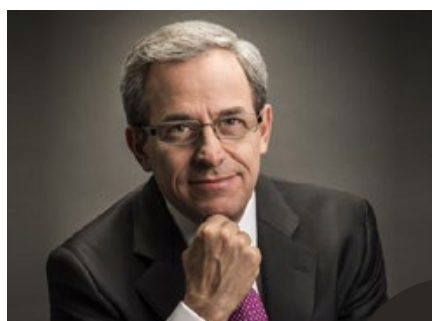
'Mantiene su potencial, pero obviamente no a las tasas de crecimiento que logramos hasta 2017. El mercado en México y Centroamérica & República Dominicana ha alcanzado niveles de penetración y competitividad altos, lo que hace que el potencial de crecimiento sea más limitado. Además, creo que el impulso en ventas que hubo desde mediados de marzo de 2020 como resultado de la pandemia, ya empieza a normalizarse y posiblemente veremos un efecto negativo en el crecimiento de la base de suscriptores, empezando en el 4T de 2020 como resultado de un incremento importante en el desempleo, cierre de bares, restaurantes y establecimientos comerciales, así como la disminución en las remesas de EUA a México'.

Y concluyó: 'Por eso entre las Prioridades de trabajo para lo que queda del año está normalizar la cobranza de hoteles, bares, restaurantes y establecimientos comerciales en México, y normalizar la cobranza en Centroamérica y República Dominicana. Una vez superada la pandemia, nuestra expectativa es seguir creciendo nuestra base de suscriptores en video e internet, tanto en single como en doble play'.



## Izzi: Su oferta de video es más fuerte que nunca

Salvi Folch: 'Hoy somos agregadores de toda clase de contenidos'



Salvi Folch, CEO de izzi

'La oferta de video de izzi nunca ha sido más fuerte que ahora, ya que somos un jugador que siempre busca estar a la vanguardia' destaca en entrevista con Prensario su CEO **Salvi Folch** y agrega: 'La forma en la que nuestros clientes utilizan el contenido ha cambiado de forma importante, quieren ver el contenido a la hora, en el lugar y en el dispositivo de su preferencia. **izzi TV** e **izzi go** han cambiado el juego y son muestras claras de la fortaleza de nuestra plataforma y oferta. Si antes éramos un agregador de canales lineales, ahora somos un agregador de toda clase de contenidos, incluyendo contenidos no-lineales. Por ello los suscriptores de izzi pueden contratar en izzi TV diversas opciones como **blim**, **Netflix**, **HBO**, **Fox Premium**, **Starz Play**, **Acorn TV**, **Noggin**, **Quello** y muchas ofertas más. Debemos estar atentos a ofrecer todos los contenidos que demandan nuestros suscriptores. Adicionalmente, mediante el uso de **Izzi go** pueden ver el contenido en cualquier dispositivo, dentro y fuera de su hogar. Hemos avanzado mucho, pero seguiremos innovando para mantenernos como referentes en la televisión de paga en México', remarcó.

### Claves en la pandemia de Covid-19

'Hoy en día es muy difícil pensar en un hogar sin acceso a internet, sin entretenimiento o sin telefonía. Ha sido un privilegio para nosotros ser pieza clave durante los últimos meses para ayudarles a conectarse con sus seres queridos, continuar con la escuela a distancia, jugando con sus amigos, haciendo "streaming" del contenido de su preferencia o trabajando desde casa. Estamos haciendo esfuerzos extraordinarios para mantener nuestra base de suscriptores y apoyarlos en estos momentos. Para ello, tomamos diversas medidas que van desde la

apertura temporal de canales y contenidos, descuentos en la renta de películas On Demand y opciones de paquetes de menor precio para quienes enfrentan problemas temporales para realizar sus pagos. Hemos visto indicadores que reflejan el difícil momento por el que están pasando algunos de nuestros clientes. Esto no ha hecho más que reafirmar nuestro compromiso con ellos' comentó Folch.

### 30% y 20% de incremento en el consumo de internet y video

'Sin duda alguna, esta pandemia afectó los hábitos de consumo de nuestros suscriptores, en los distintos servicios que ofrecemos. El uso de datos de nuestros suscriptores de internet tuvo un incremento significativo de más del 30%. En cuanto a video, registramos un crecimiento de más del 20% en los consumos de los canales lineales y de contenidos bajo demanda'. 'Estamos satisfechos de que a pesar de que las redes alcanzaron límites récord de consumo en los meses de abril y mayo, nuestra infraestructura funcionó de forma adecuada, para brindarles a nuestros clientes servicios de calidad. En todo momento, nuestra principal prioridad sigue siendo la seguridad y bienestar de nuestros clientes y compañeros de trabajo, mientras continuamos conectando a millones de mexicanos con estándares de clase mundial' señaló el CEO de izzi.

### Oferta atractiva cuádruple play frente al OTT

'**izzi móvil** es un nuevo servicio de telefonía móvil, con una oferta muy atractiva para nuestros suscriptores. Al ofrecer datos ilimitados, nuestros usuarios puedan consumir video en sus dispositivos móviles, cosa que resulta muy difícil hacer con planes limitados. Por ejemplo, la combinación de **izzi móvil** e **izzi go** es muy potente ya que nuestros usuarios pueden ver canales lineales o miles de horas de contenido bajo demanda, mientras están fuera de casa o en movimiento'. 'En adición a eso, en izzi queremos que cualquier dispositivo se convierta en una pantalla, y eso es lo que **Izzi go** nos permite hacer. Actualmente, transmitimos las principales cadenas de TV, deportes en vivo y noticias, además de miles de programas y películas On Demand en cualquier dispositivo iOS, Android, así como

computadoras a través de nuestra aplicación. Además, con **izzy kids**, los padres de familia pueden tener confianza y tranquilidad con el contenido al que acceden los más pequeños de la casa en sus dispositivos', indicó Slavi.

### Nueva caja de video Android

'En izzi siempre estamos a la vanguardia en innovación tecnológica y sabemos que, en este mercado tan competitivo, tenemos que seguir mejorando continuamente. Es por eso que recientemente lanzamos nuestra nueva caja de video, basada en tecnología android, que tiene muchas nuevas funcionalidades como la incorporación del uso de la voz para controlar los dispositivos y con ello mejorar la experiencia de los suscriptores. De igual forma, en conjunto con **Amazon Alexa** y **Google Assistant** hemos desarrollado la posibilidad de utilizar la voz para poder controlar las funciones de nuestra caja de video'. 'Asimismo, hemos desarrollado un nuevo producto muy competitivo para las pequeñas medianas empresas, **izzi negocios**, es un producto ideal que se ajusta a sus necesidades, concluye Folch'.

### Televisión en vivo en izzi go

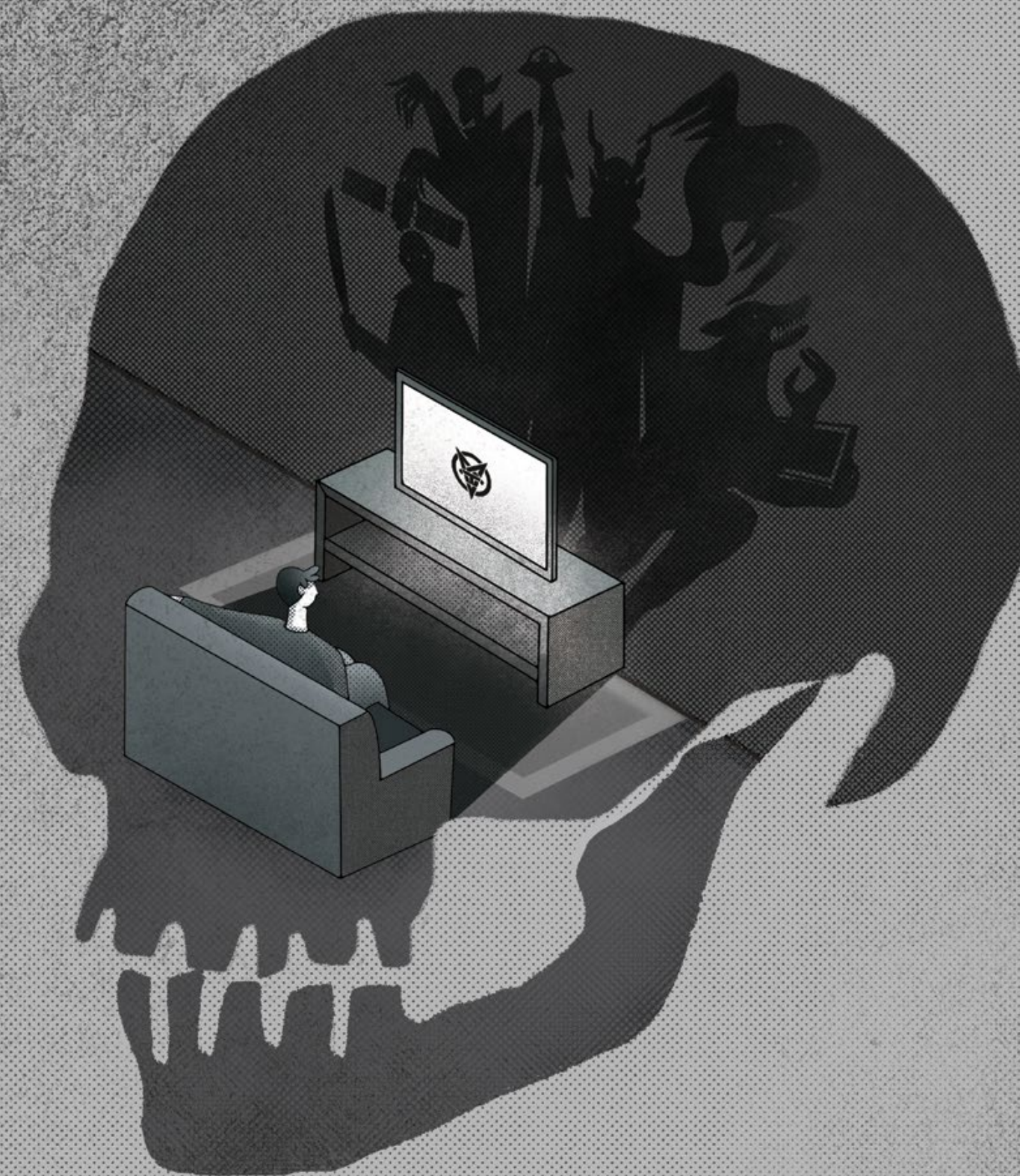
- Transmitimos en cualquier dispositivo la mayor parte de los canales que el cliente obtiene en su nivel de suscripción de TV, mientras esté en casa.

- Hoy izzi go ofrece hasta 80 canales en HD, incluyendo deportes en vivo, infantiles y noticias en tiempo real. izzi On Demand en izzi go

- Con izzi go, el cliente puede acceder a toda la oferta de izzi On Demand en cualquier dispositivo mientras esté en movimiento o en casa.

- Con ello, puede ver desde su teléfono, tablet o computadora decenas de miles de programas y películas On Demand.

- Con izzi go, el cliente también puede aprovechar al máximo las suscripciones premium a HBO, Fox Premium, blim, Starz Play, Quello, Karaoke y más.



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







## Megacable: Todo el contenido de video en un solo lugar con Xview+

Construye también su red GPON

Megacable se posiciona a la vanguardia de la industria con el lanzamiento en septiembre de la versión 2.0 de XVIEW+, destacamos los comentarios de su Director General, Raymundo Fernández.

‘Los suscriptores de video tradicional durante el año 2020 se han visto estables en un número similar con el que contábamos en diciembre del 2019. Esto se debe principalmente a dos situaciones, la primera al enfoque de Megacable de empaquetar los tres servicios en una oferta de valor muy atractiva para el cliente, y la segunda a que la emergencia sanitaria que hizo que las familias se quedaran en casa lo que trajo aparejado una apreciación del servicio de televisión de paga. Incluso vimos un incremento importante de suscriptores de video, internet y telefonía a partir del final de marzo y durante los meses de abril y mayo.

‘En lo que tiene que ver con nuestro servicio NGV interactivo llamado Xview, este sigue presentando crecimiento récord, rebasando ya el millón de suscriptores y con una muy buena adopción por parte del suscriptor de los servicios interactivos y del consumo de los contenidos en video en demanda; en donde ya registramos más de 4,5 millones de streamings en un mes (assets vistos)’, remarcó.

### Lanzamiento de Xview+ en septiembre

‘Vemos con mucha ilusión el lanzamiento para septiembre de nuestro nuevo servicio Xview+ que es la evolución de nuestra plataforma de video de nueva generación. Vamos a sorprender al mercado con funcionalidades que nadie tiene, como encontrar todos tus contenidos de todas las plataformas en un sólo lugar, a través de un buscador universal que además funciona con la voz y con calidad 4K’.

‘Xview+ une todos los contenidos de video en un solo lugar. La idea es contar con una experiencia de usuario atractiva, intuitiva y sencilla. Con Xview+ los contenidos de los canales lineales, de las plataformas Premium como HBO y Fox, de las plataformas de strea-

ming como Netflix y Amazon, se encuentran en un mismo lugar, en una misma experiencia, soportada por la alianza con Google, ya que nuestra plataforma corre sobre Android TV’, destacó Raymundo.

No tenemos duda que este servicio nos conectará con las nuevas generaciones, así como con los suscriptores antiguos que verán una plataforma amigable y con buenos paquetes de bundle, para convertirnos en el mejor y mayor integrador de las nuevas apps que sumado al contenido tradicional de pay tv es una formula ganadora’, remarcó.

### Las Señales lineales son una parte esencial

‘Las señales lineales son una parte esencial en esta nueva experiencia de Xview+, ya que están presentes con todo su contenido tanto lineal como el que proporcionan para nuestro servicio de VOD. En Xview+ los contenidos de las señales lineales viven en el mismo ecosistema que los contenidos de streaming, hay que recordar que en nuestra plataforma los canales lineales cuentan

con funcionalidad de Time shift TV y start over por lo que el lineal se convierte en no lineal y se puede disfrutar cuándo sea y dónde sea’, indicó Fernández.

### Se viene la red de GPON

‘Un efecto positivo de 2020, es que aseguramos el desempeño de nuestras redes de cable HFC y Fibra óptica, logrando soportar una mayor demanda de consumo de ancho de banda de manera eficiente y observando una alta satisfacción de nuestros clientes. Ahora se viene la construcción de nuestra red gpon en las principales ciudades de Megacable’.

### Proyectos inalterables con la pandemia y la variación del dólar

‘Como efectos negativos de la pandemia observamos una contracción en el segmento Pyme, esto principalmente en abril. La buena noticia es que con la apertura de la economía ya notamos una reactivación’.



Raymundo Fernández

‘Adicionalmente los impactos en el tipo de cambio, gastos de enlaces para servicio de internet y gastos de higiene, han puesto presión sobre nuestros márgenes y la devaluación del peso ha recaído sin duda sobre los proyectos de inversión. Aún así, la compañía mantiene sus proyectos principales de evolución de red y de video, gracias a su solidez financiera y de buen manejo operativo.

Igualmente, un efecto negativo que todavía no vemos, es que: con la contracción económica que se viene en el segundo semestre, será todo un reto mantener los suscriptores. Para ellos ya nos preparamos lanzando paquetes económicos que permitan que muchas familias logren conservar sus servicios’.

### Las redes fijas, más necesarias que nunca

‘La competencia siempre ha estado ahí y siempre estará, nos ocupamos en estar a la vanguardia y ofrecer servicios que aporten valor a los suscriptores. El mercado es reactivo siempre a las mejores ofertas y al buen servicio. Consideramos que nuestra organización es experimentada y ha mostrado una capacidad para operar de manera eficiente, crecer y reaccionar al mercado, lo que sin duda nos da una fortaleza.

Con una posición financiera y de mercado envidiable nuestra estrategia no es de contracción sino de aceleración de proyectos estratégicos (con su debida medida y contracción de los no estratégicos). Las redes fijas son más necesarias que nunca. Los cambios en home office, entretenimiento en el hogar, videojuegos, video no lineal y streaming requieren más ancho de banda, convirtiéndonos en esenciales para la vida cotidiana de nuestras comunidades’, concluyó Fernández.



CULTURA DEPORTE MÚSICA

AGARRA LA OLA  
¡EL CANAL DEDICADO AL ESTILO  
DE VIDA MILENIAL Y GEN-Z!



MÉXICO

## Totalplay, siempre a la vanguardia tecnológica

Inédito control del contenido, todo en un solo lugar

**Totalplay**, el operador de telecomunicaciones del grupo **Salinas** propietario de **TV Azteca**, desde sus inicios se posicionó a la vanguardia tecnológica y, en adición a eso, en los últimos años con la dirección general de **Eduardo Kuri**, además de seguir en la misma vía, tuvo un gran salto de calidad en su posicionamiento en el mercado y en sus lanzamientos con los programadores, ofreciendo todo en un mismo lugar.

‘**Totalplay** es la plataforma de conectividad y entretenimiento digital más completa, pues te permite obtener la máxima productividad y control de tu experiencia de entretenimiento. Llega al 100% de sus clientes con tecnología de fibra óptica, con la cual no sólo agiliza la carga y descarga de contenidos, sino que con sus decodificadores posee la capacidad tecnológica para ampliar su red y llegar a más áreas de tu hogar si así lo requieres. Los decodificadores repiten la señal WIFI. Posee

la capacidad tecnológica para ofrecerte hasta 500 megas en la descarga y carga de archivos, navegar en internet y realizar streaming sin interrupciones.

### Todo en un mismo lugar

En la cuarentena, los atributos tecnológicos de **Totalplay** crecieron en importancia. Permiten soportar una velocidad óptima en todos los dispositivos conectados, ya sea en videoconferencias, descarga de archivos, hacer streaming y jugar en línea. Todo lo puedes hacer al mismo tiempo. **Totalplay** te ofrece la opción de convertir tu pantalla en un smart TV, con lo cual obtienes la experiencia más completa a través de aplicaciones integradas como **Netflix**, **Amazon Prime Video**, **Youtube**, **HBO** y **FOX**, entre otros nuevos lanzamientos como los OTTs de **ViacomCBS Noggin** y **Paramount+**, de lanzado el 1 de julio.



Eduardo Kuri

Otro de los servicios que obtienes con la plataforma interactiva de **Totalplay** es el uso de dispositivos móviles como control remoto. **Totalplay** es sinónimo de vanguardia tecnológica, pues también ofrece la opción de controlar el mundo del entretenimiento a través de tu voz. Mediante un dispositivo inteligente como **Echo** u otro compatible, incluso desde un smartphone con la app de **Amazon Alexa** podrás encender o apagar tu decodificador, cambiar de canal y abrir aplicaciones y controlar la reproducción del contenido en sus canales, además de la búsqueda de series o películas por género, nombre o actores. Si lo anterior no te basta, puedes hacer match con **Totalplay** y **Netflix**. En esta opción **Totalplay Match** puedes integrar los dos servicios en una sola cuenta.

## América Móvil: Transformación digital para México

Claro Video crece en toda la región

Una de las iniciativas más interesantes de los últimos tiempos, es el anuncio de **Microsoft** sobre de la inversión de 1.100 millones de dólares en un plan de transformación digital para México, anunciado en febrero, que incluye participación por parte de **Telmex** y **Telcel**, empresas del grupo **América Móvil**, para ‘trabajar en la transformación digital de nuestros procesos y sistemas, incluyendo el uso de Inteligencia Artificial, con beneficios y eficiencias para nuestros usuarios’, declaró **Oscar Von Hauske**, jefe de operaciones de líneas fijas y director de América Móvil. El plan incluye ‘ofrecer servicios para facilitar la transformación digital de las empresas mexicanas’.

De acuerdo a lo anunciado, directivos de América Móvil y otras empresas locales integrarán un Consejo Asesor, a ser creado, para guiar a Microsoft en esta iniciativa, cuyo propósito es ayudar al desarrollo del país, mejorar la calidad de la

educación y servir de entrenamiento para ‘centenares de miles’ de jóvenes emprendedores.



Oscar Von Hasuke

### Claro Video va para los tres millones de usuarios en México

Tras muchos años de negociaciones, especialmente en México, por la condición de su título de concesión y su carácter de incumbente con **Telmex**, el grupo **América Móvil** finalmente encontró en los últimos años la manera de ofrecer video en toda Latinoamérica, y generar grandes oportunidades a todos los programadores de señales, tanto los más tradicionales como los nuevos que se acercaron a la región con IP y OTT. Fue a través de **Claro**, específicamente con **Claro Video**, su servicio de VOD a gran escala, que compite con **Netflix**. El servicio comenzó en Brasil, donde adquirió operaciones de primera envergadura en con el líder de TV paga **NET** y luego **Embratel** en Colombia, con una serie de operaciones como **Cablecentro** y **Cable Pacífico**; la apuesta llegó a Centroamérica, donde todavía sigue creciendo y acaba de sumar la operación de **Movistar** en Guatemala. Con la convergencia y la utilización de los servicios móviles como clara tendencia, logró también posiciones representativas de liderazgo en la mayoría de los países. Los últimos dos países donde finalmente pudo empezar a ofrecer video, superando las cuestiones regulatorias, fueron Argentina y el propio México, donde está disponible a sus clientes. Claro Video superaba estas semanas los 2,75 millones de usuarios en una gran masa crítica para el grupo comandado por Carlos Slim.



Únete a Clan. El mejor canal infantil disponible en toda América

AUDIOVISUAL FROM  
**SPAIN**

MÉXICO

## DirecTV Go llegó a México

DirecTV Go, la plataforma que combina televisión en vivo y contenido bajo demanda, llegó a México para ofrecer estrenos, series, documentales, películas, deportes y una amplia oferta premium.

La plataforma ofrece un extenso catálogo, con cerca de 80 canales de televisión, incluidos contenidos de Azteca como: Azteca Mundo, ADN40, Imagen Multimedia, Azteca Corazón y Azteca Cinema. Además de traer las mejores series de HBO y los contenidos de FOX y ViacomCBS. Para los más pequeños, se encuentra una sección de series animadas y películas, con contenido de Cartoon Network, Disney Channel, Nickelodeon, Discovery Kids y más.



El contenido deportivo es otro valor agregado, que es adaptado según los planes de programación en función de la situación actual, y también ofrece opciones para practicar en casa, la Liga MX, Ascenso MX, así como otras competiciones locales y lo mejor del fútbol internacional y otros deportes como MLB, NFL y NBA. Michael Bowling, presidente de DirecTV Latinoamérica, dijo: 'Nos complace llegar a los consumidores con una oferta de entretenimiento única que combina canales de TV y contenido a pedido. La combinación ideal para acompañar a nuestros consumidores, no sólo brindando información importante, sino también entretenida'. Y agregó: 'Hemos trabajado durante varios meses en este proyecto. Llegamos a Mé-



Michael Bowling, Presidente de DirecTV Latinoamérica

xico en este momento inesperado donde debemos permanecer en nuestros hogares. Nos animaron a seguir adelante para que podamos acompañar a nuestros usuarios con información, entretenimiento y educación, para que puedan disfrutar de maratones de su contenido favorito o ver su programación favorita en vivo con canales locales o internacionales desde cualquier dispositivo'.

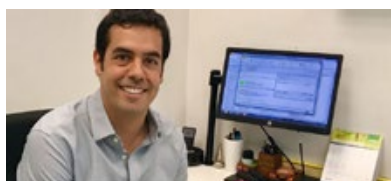
## Movistar Play suma señales en México

Tras el acuerdo con AT&T y la apertura a los clientes de Movistar en mayo

Telefónica Movistar en noviembre pasado hizo un convenio que le permite hacer uso de la red de última milla de AT&T, para ofrecer sus servicios como operador de telefonía e internet móvil, es un gran hecho que ambos carriers, competencia directa en el mercado, hayan logrado un acuerdo de este tipo. El siguiente paso fue a partir del 1 de mayo, que con la contingencia derivada del coronavirus COVID-19, y en apoyo a aquellos que mantienen el autoaislamiento en casa, abrió su plataforma de streaming Movistar Play. Pero no sólo eso, que incluía una parte del contenido de HBO, el plan Lite de Movis-



tar Play fue gratis para todos los usuarios de prepago y postpago de Movistar. A partir de allí empezaron a crecer y sumaron otros acuerdos con programadores—AZTV de Paga lo está anunciando en esta edición especial de Prensario MEXCA en su nota respectiva—. Prensario está siempre en contacto con Gonzalo Arrisueño, gerente de contenidos para Hispanoamérica de Telefónica, que coincidió en que le han dado un giro al negocio de la compañía con la nueva compartición de infraestructura móvil con AT&T, y que están sumando señales y llegando a más gente.



Gonzalo Arrisueño, gerente de contenidos para Hispanoamérica, Telefónica

Un poco cumple lo que Arrisueño había anticipado a Prensario hace dos años, y es que en muchos territorios las plataformas van convergiendo en Movistar Play, un concepto a futuro que es siempre interesante desarrollar.

Por el lado de Centroamérica, está en tiempo de definiciones mientras mantienen la operación en Costa Rica.

## DISH México sigue creciendo en banda ancha satelital

Operando sobre el satélite Amazonas 5 de Hispasat. MVS, el operador de TV de paga de Dish México, viene creciendo desde fines de 2018 con el servicio de banda ancha On Satelital. El servicio se denomina On y al respecto, Santiago Ennis, director de Internet inalámbrico y Marketing de MVS, señaló que el

acuerdo 'permite a Dish México, a través de On Satelital, expandir su oferta a lo largo del territorio nacional, ayudando a que muchas personas y empresas se vean beneficiadas'. Para zonas terrestres con acceso a fibra, se utiliza la red compartida. En agosto del año pasado se formó una alianza con Free-

domPop para ofrecer internet inalámbrico fijo, telefonía celular y televisión satelital, con el paquete básico de Dish y acceso a la plataforma Dish Móvil para utilizar en cualquier dispositivo.



# LA TELEVISIÓN QUE NOS UNE



www.atresmediainternacional.com



## StarTV sigue creciendo con su “ola amarilla”

Lanzamiento de su hub de contenidos

StarTV, el proveedor de televisión satelital mexicano sigue creciendo: ‘StarTV con su “ola amarilla” llegó para quedarse, hoy contamos con un producto muy interesante; en la parte comercial ofrecemos los paquetes más económicos del mercado mexicano’, dijo Bruno Pruneda, director general de StarTV en diálogo con Prensario.

Y agregó: ‘Por otro lado, hemos seleccionado nuestro contenido para que vaya mejor dirigido al nicho que buscamos y sin canales de relleno. Técnicamente, también presentamos varias ventajas, nuestros decodificadores pueden grabar contenido y poner pausa en vivo sin costo y desde el paquete más económico. StarTV se ha posicionado como el operador “irreverente” del mercado de TV de paga, nacimos en enero de 2017 cuando nadie se lo esperaba y hemos ido creciendo de manera constante. Hoy tenemos antenas amarillas en el 82% de los 2,464 municipios del país’.

### Situación frente a la pandemia

‘Al inicio de la pandemia en México, vimos una reconexión un poco más alta de nuestros clientes sin señal, así mismo el interés por la contratación también creció, pero al paso del tiempo (junio) empezó a faltar dinero a las familias más necesitadas y el efecto fue lo contrario.

StarTV, desde marzo y hasta el 15 de junio, abrió cierto número de canales sin costo, ‘en algunos de ellos recibimos el apoyo de los programadores y en otros, subsidiamos el costo para mantener entretenidos y con

información a nuestro clientes. Nuestra industria no sufrió el encierro al grado de restaurantes, gimnasios u hoteles, pero al final mucha gente se quedó sin un ingreso, y la TV de paga en nuestro segmento tarde o temprano también se resintió’ señaló el ejecutivo, y prosiguió. ‘Creemos que, con la apertura total de los comercios, retomaremos la venta local y de cambaceo que se tuvo que disminuir y que es fundamental para StarTV’.

### La importancia de los DTH

‘Debemos de ver a un DTH como la mejor opción para zonas no conectadas, para clientes que buscan paquetes económicos que pueden combinar con internet u otro tipo de servicios de otros operadores. Sin duda la tecnología de DTH tiene muchas ventajas de cobertura, pero también limitantes para ofrecer otro tipo de servicios. En países muy conectados o de geografías “sencillas”, un DTH seguramente irá perdiendo clientes si no encuentran un producto atractivo, pero en Latinoamérica creo que aún tenemos espacios perfectos para esta tecnología. Es difícil llevar fibra o inclusive servicio de telefonía celular a las poblaciones rurales en los desiertos y zonas montañosas de México. Por todo esto, en StarTV, llevamos a nuestra “ola amarilla” a donde otros no llegan’, concluyó Pruneda.

### Prioridades de trabajo para lo que queda del año

Sobre las prioridades de la compañía para el segundo semestre, Bruno dijo: ‘En StarTV buscaremos convertirnos en un gran concentrador de contenidos o plataformas, en donde todos los tipos de portafolios o catálogos convivan en un mismo sitio, con fácil acceso, fácil autenticación, facilidad de forma de pago y amigable para el usuario.

Lanzaremos nuestro nuevo



Bruno Pruneda, director general de StarTV

“hub” de contenidos, el cual saldrá oficialmente en julio del presente año. Hoy ya estamos integrados con HBO Go, Fox App, Noggin, Paramount+ y HotGo. A mediano plazo lanzaremos otras plataformas importantes para inmediatamente después ofrecer contenido exclusivo’.

### En búsqueda de nuevas alianzas

El ejecutivo reafirmó su postura sobre la búsqueda de nuevas alianzas, y agregó: ‘Por supuesto, ahora más que nunca. StarTV necesita seguir fomentando alianzas con generadores de contenido, socios distribuidores, puntos de cobranza, nuevas tecnologías, etc.

La alianza que debemos trabajar todos, es mejorar el nivel de contenidos de los canales lineales. Hoy una misma película está al mismo momento en 5 canales y esto no le sirve a nadie. Por otro lado, los programadores siguen “paquetizando” un alto número de canales.

### Evolución de la oferta de señales lineales

‘Contamos ya con 99 canales lineales, y en este tercer cuatrimestre creceremos a más de 110, estamos evaluando distintos canales que nos permitan crecer juntos.

Por otro lado, nuestros clientes de internet satelital siguen creciendo. StarGo está diseñado para zonas sin internet tradicional, es el nuevo internet satelital de última tecnología en México’, finalizó.

1ER CANAL DE TELEVISIÓN  
HISPANOAMERICANO  
DE BIENESTAR Y  
CUIDADO AMBIENTAL



## SEMBRANDO UNA TELEVISIÓN CONSCIENTE EN TODA AMÉRICA

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



CONTACTO: Valentina Alvarado  
valvarado@intinetwork.tv

DESARROLLAMOS CAMPAÑAS A FAVOR DE LA CONSERVACIÓN  
DE LA NATURALEZA Y LA SOSTENIBILIDAD.

WWW.INTI.TV



## Marco García Cruz de Cinépolis: 'El cine mexicano es fuerte en streaming'



Marco García Cruz, Managing Director de Cinépolis KLIC, el servicio de streaming de la cadena de salas de cine mexicana Cinépolis, habló sobre los cambios de hábitos y costumbres que se pueden generar en la industria cinematográfica, al producirse la reapertura de salas, y en general con el auge del Video On Demand. Marco afirmó que: 'Se da el caso de que el cine mexicano es fuerte en streaming', con mucha gente que considera al cine como algo caro, pero gustosamente alquila para ver esos títulos en streaming'. Otro mecanismo existente es la 'preventa', con pago anticipado: 'A veces las películas son exitosas en la preventa; el contenido mueve voluntades y masas, y hace tomar decisiones que parecen poco racionales'.

### Pandemia y cierre de salas

Ante la pandemia y el cierre de las salas, la promoción del servicio de streaming fue también importante: 'Nos enfocamos en acercar la mayor cantidad de gente posible, mediante el lanzamiento de promociones que fuimos ofreciendo, con empresas como Uber Eats y Coca-Cola. Logramos multiplicar la cantidad de nuevos usuarios por 6, consiguiendo que en mayo y abril el consumo haya sido tres a cuatro veces mayor que antes de la pandemia, progresivamente el consumo en junio fue el doble'.

### Conexiones de anda ancha y Churn

Sobre el ancho de banda como factor importante para el éxito de los servicios de



Marco García Cruz

streaming, dijo: 'El ancho de banda promedio en México es de 3 a 4 Mbps, hay poco mercado para 4K, que requiere como 20 Mbps'. Con respecto al "churn" (rotación anual de los suscriptores), dijo: 'se observa un crecimiento, pero aún no muy grande, por razones económicas'.

## Cinépolis y Turner firman acuerdo de distribución en la región

Producto de este acuerdo, durante el segundo semestre del año se emitirán en la pantalla grande entre ocho y diez títulos realizados por el sello cinematográfico Particular Crowd, a través de TNT Original. *Fuga de Pretoria* será la primera en estrenarse el viernes 17 de julio. Turner Latin America, la empresa de medios multiplataforma perteneciente a WarnerMedia, y Cinépolis +QUE CINE, la marca enfocada en traer contenido al-

ternativo a la pantalla grande, anuncian el acuerdo de distribución para exhibir de manera exclusiva en toda la región las nuevas producciones de Particular Crowd, el sello cinematográfico de Turner que brinda contenido original a través de TNT Original. Durante el 2020, Cinépolis +QUE CINE estrenará entre ocho y diez películas de Particular Crowd en los países en donde la cadena exhibidora opera: México, Chile, Guatemala, Honduras, El

Salvador, Costa Rica, Panamá, Colombia, Perú, Argentina y Brasil. Dichas historias originales han sido pensadas para una audiencia global, con temáticas universales y de géneros populares como comedia, acción, drama, terror y suspenso. Las películas que estarán llegando a la pantalla grande de la mano de Cinépolis +QUE CINE y TNT Original cuentan con grandes talentos como Daniel Radcliffe, Marisa Tomei, Liev Schreiber y Peter Sarsgaard.

## Amazon Prime Video México: más que una plataforma de streaming

En los tiempos que corren, Prime Video busca subir escalones en el entretenimiento a través de streaming, luego de la suba por el impuesto digital a grandes compañías en México en la primera parte del año, donde Prime ha salido librado, ya que su precio lo incluye, sigue en busca de posicionarse fuerte ante sus competidores buscando más suscriptores. En busca de nuevos adeptos, a través de redes sociales, Amazon Prime Video difundió desde el mes de junio que por 30 días se puede tener acceso a su contenido gratis, además

de estrenar contenido original. Dentro de las nuevas funciones, que siguen sumando mes a mes para seguir posicionándose en la región, se agrega la creación de perfiles para adultos y niños dentro de su plataforma, para que diferentes usuarios puedan usar una misma cuenta, en conjunto con nuevo contenido mensual. En cuanto a canales lineales, tienen Prime Video Channels, el servicio adicional de suscripción mensual, de Amazon Prime Video, por el que los usuarios pueden



contratar para acceder a las plataformas OTT de distintas programadoras, como HBO, Starzplay, Paramount+, MGM, TV Azteca, Acorn TV, Pongalo, Noggin, Cbeebies y Love Nature, y pueden consumir sus señales líneas o contenidos on demand. Actualmente, en busca de ser más que una plataforma de streaming, también avanza en un proyecto a futuro para incorporar señales de TV lineales en vivo a su servicio, de modo de complementar su oferta de contenidos On Demand actual.

DESCUBRE LO MEJOR DEL ENTRETENIMIENTO

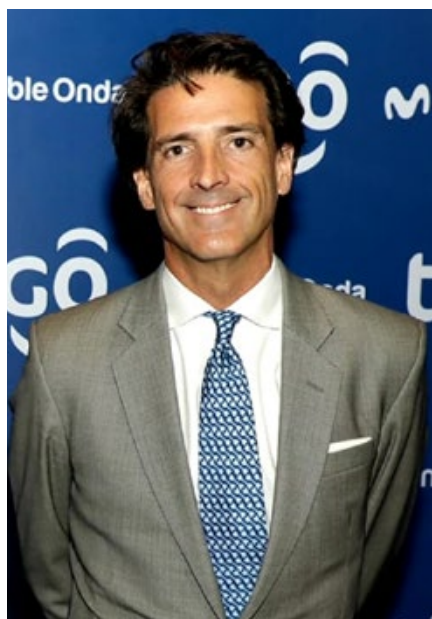
XTIME CHANNEL

CINECLICK CHANNEL

xtimechannel | cineclickchannel

xtimechannel.com | cineclickchannel.com

## Milicom TIGO: Apoyo a la comunidad creando valor a largo plazo



Mauricio Ramos, CEO

Mauricio Ramos, CEO de Milicom TIGO, habló sobre las medidas que se implementaron para responder ante las necesidades de los clientes en tiempos de pandemia, y los movimientos a futuro, manteniendo su propósito: sumar conectividad, responsabilidad y concientizar. ‘Durante estos últimos meses, el equipo de TIGO en operaciones en América Latina siguió prestando servicios a clientes en medio de la pandemia global de COVID-19.

En este contexto, la conectividad digital es esencial para toda persona trabajadora, desde hospitales a negocios, pasando por agencias gubernamentales con la necesidad de informar rápidamente.

### Las primer fase como plan de respuesta

‘En las primeras semanas, dentro de la fase uno, el plan de respuesta fue protector: mantener a los empleados seguros; luego los planes de acción se alinearon con los de los ministros de salud de cada jurisdicción. Las reuniones con proveedores, socios y clientes pasaron a ser digitales. Y un 75% de fuerza laboral trabaja desde la casa’.

‘Las funciones esenciales, como centros de llamadas, mantenimiento de red, equipo

de instalación y centros de datos se mantuvieron activos, se instaron protocolos para separarlos por turnos con equipos sanitarios de protección’.

Y resaltó: ‘Nuestros equipos de tecnología y servicio técnico están afuera para que los clientes de TIGO puedan quedarse en casa’.

### Una mayor conectividad para brindar seguridad

Según cuenta Ramos, se agregó mayor capacidad a la red para enfrentar el aumento de tráfico para una conectividad continua e ininterrumpida.

‘Todos nuestros centros de llamadas han sido trasladados a ubicaciones de trabajo remoto o en instalaciones propias con el distanciamiento obligatorio. Algunas de las tiendas y puntos de venta esenciales permanecieron y permanecen abiertos para brindar atención al cliente. La atención en línea se ha duplicado para asumir la carga adicional’.

A lo largo de estas semanas, se entregó tecnología y capacidades de telecomunicaciones a los gobiernos y las comunidades, apoyándolos en sus esfuerzos por mantener informado al público y contener el virus. Algunos de estos trabajos comprendió el envío de mensajes sobre higiene y prácticas de distanciamiento social, hospedaje de sitios de información, etc., también se proporcionó WiFi a locales críticos como refugios, centros de cuarentena y hospitales; además se apoya a la distribución de ayuda a los más afectados a través de nuestras plataformas **Tigo Money**; y optimizando los programas - **Conéctate Seguro** @, **Conectadas** y **Tigo Comunidades**’.

Comprometidos a mantener a los usuarios conectados durante la crisis, Tigo prepara un nuevo producto de banda ancha de línea mínima para aquellos clientes que enfrentan dificultades financieras: ‘Esta crisis pasará y estaremos presentes como también lo harán nuestros clientes. Es nuestra oportunidad de asegurarnos que

nuestras relaciones con los clientes se fortalezcan. Se trata de creación de valor a largo plazo’.

### Proteger las relaciones con los clientes y usuarios en la nueva fase

Dentro de la fase dos, la cual corre en la actualidad, se mantienen preocupados y optimistas sobre lo que esperan. Reasignando el capital, tanto humano como financiero a la tarea de garantizar la integridad del núcleo de sus redes, la calidad de atención al cliente y la salud de los empleados.

Ramos cuenta que: ‘Nuestro objetivo es proteger nuestras relaciones con los clientes y nuestra base de usuarios a largo plazo. Para mantener y mejorar nuestro liderazgo de marca, nuestra posición en el mercado y nuestro valor de capital a largo plazo’.

En previsión, han suspendido toda inversión no esencial, implementando un plan de ahorro de costos. Estas medidas preservarán la sólida generación de flujo y protegerán su balance’.

‘Proteger a nuestros empleados y las relaciones con las pequeñas empresas. En un momento en que muchas familias se preocupan por su futuro, hemos priorizado nuestra propia fuerza laboral y hemos acelerado nuestros términos de pago habituales para las pequeñas empresas locales’, agregó Ramos.

### Prepararse para la fase final

Estar preparados para las necesidades dentro de la nueva y fuerte ola digital, es el propósito principal de la empresa: ‘Podemos hacer esto porque hemos construido negocios sólidos y estamos preservando el flujo de efectivo y la liquidez. Queremos hacer esto porque nuestro objetivo es posicionarnos para una recuperación fuerte y rápida una vez que la vida vuelva a su nueva normalidad, que traerá una nueva ola digital fuerte. Y esa será la fase tres’, concluyó.



¡Solicítalos YA!

¡Contáctanos!

**Piedad Martínez P.**

Móvil: +57 3148620814

Mail: pmartinez@globalmedia1.tv



## Liberty selecciona a Ericsson para virtualizar toda su red móvil en LatAm

Liberty Latin America firmó un acuerdo con Ericsson como único proveedor para la virtualización de su red central móvil con el objetivo de acelerar su transición hacia las nuevas tecnologías en el Caribe y América Latina.

Mediante un acuerdo de tres años, Ericsson será el responsable de implementar soluciones de red de núcleo móvil virtualizadas y basadas en la nube, para soportar las operaciones de Liberty en los países de la región.

La implementación en Puerto Rico, Panamá y las Islas del Caribe, incluirá **Ericsson Cloud Packet Core**, política y gestión de datos unificados en la nube, **Cloud Voice Over LTE (VoLTE)**, Infraestructura de virtualización de funciones de red de Ericsson (NFVI) y soluciones de Network Manager.

Vivek Khemka, director de Tecnología y Producto de Liberty Latin America, destacó: 'Las circunstancias actuales han demostrado la importancia de las redes resistentes y de alta velocidad. La implementación de una nueva red central virtualizada en toda la región nos permitirá estar preparados para las necesidades cambiantes de nuestros clientes'.

Y agregó: 'Continuamos invirtiendo y modernizando nuestra red en toda la región para garantizar una mejor calidad de voz, velocidades de datos más altas, latencia más baja, seguridad de datos y mayor capacidad de recuperación de la red, mejorando las experiencias de nuestros clientes'.

Por su parte, **Arun Bansal**, presidente para LatAm de Ericsson, dijo: 'Con nuestra



Vivek Khemka

dedicación combinada en redes confiables y nuestras estrategias innovadoras para la región, estamos en una posición perfecta para llevar la próxima generación de conectividad al público. Trabajando estrechamente para modernizar las redes, no solo estaremos allanando el camino para los cambios tecnológicos, sino que aseguraremos un futuro más sostenible impulsado por la innovación para el Caribe y América Latina'.

## Roy Salazar: Lo que pasa en Costa Rica

Cablers independientes apuestan al FTTH

Roy Salazar, titular de Cablevisión de Occidente de Costa Rica que lidera la asociación independiente de 8 miembros —tenían más pero fueron compradas por Tigo—, destacó a Prensario que el gran cambio de esta etapa es que, antes la gente pedía banda ancha por entretenimiento, y ahora lo hace por trabajo: 'No estábamos preparados para ese consumo, pues la internet en redes fijas se basa en que nunca los usuarios van a estar todos juntos conectados y fue justamente lo que pasó. Para la asociación ha sido complicado, por ser justo el primer año de proyectos de conjunto. Nos centramos estos meses en la capacitación con Cablecentro, Cable Pacayas y Cable Caribe

para dar FTTH. Cablecentro ya tiene 1.000 clientes conectados con esa tecnología. La ventaja de las Redes pequeñas es que tienen más facilidad para la reconversión'. 'Otro aprendizaje es que el contenido de canales lineales ha pasado a un segundo plano. Sigue siendo importante por el entretenimiento, pero fue un error invertir tanto en algunos programadores que tienen un costo alto, pues eso nos limitaba la inversión en las redes. Si hubiera decidido reasignar el costo ya tendríamos FTTH en mi red' indicó Salazar.

### Teleuno y Futv de Rodolfo Travers

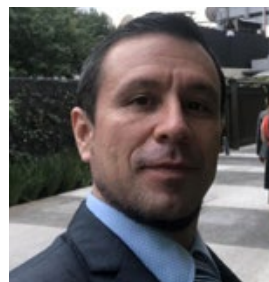
'Es importante el contenido local y con nuestro canal Teleuno, ya estamos hasta en el ICE. Hemos parado un poco la producción por la pandemia, pero mantenemos el perfil de noticieros de lunes a viernes. Incluso haremos contenido con el canal del fútbol local FuTV, que lleva adelante Rodolfo Travers. Lo bueno de este canal es que paró la intención de Tigo de tener todo el contenido exclusivo, hubo apoyo de Cabletica de LILA y se vende a todos los operadores'. 'A nivel internacional tenemos convenio con

Xti de México y está en la Red de Guadalajara, en Multinet de El Salvador y en el grupo de Guatemala de Sergio Carías. El año que viene le trataremos de dar más impulso regional', agregó Salazar.

### Más competencia desde el IPTV y crecimiento de Telecable

'En Costa Rica hay más competencia de operadores pues han surgido competidores vía IPTV, que son los que vendieron sus sistemas antes. El que se ha extendido luego que no se concretara su venta es Telecable de Gerardo Chacón. Tenemos un fondo solidario donde pagamos el 1.5% de los ingresos brutos para llevar fibra e internet a los lugares desprotegidos y damos computadoras. El estado quiere usarlo para pagar deuda por el estadio, estamos peleando para que eso no se pierda'.

'Otro tema es el desarrollo de la infraestructura, pues estamos tratando que se haga en conjunto con el Ministerio de Obras Públicas y Transporte, que antes sólo tomaban en cuenta al ICE', concluyó Salazar.



Roy Salazar



Carlos Leiva de Cablecentro y Gustavo Arcieniga (padre e hijo) de Regucom



**25 años** Innovando y agregando valor a la industria con **contenidos relevantes multiplataforma** para todas las audiencias

**+30** marcas

**+15** géneros

**+VOD** Video por Demanda

www.mbanetworks.tv  
comercial@mbanetworks.tv

**NBCUniversal**  
INTERNATIONAL  
NETWORKS



---

**CONTENIDO**  
PARA TODAS LAS  
**AUDIENCIAS**

---





## PCTV sigue velando por los intereses de los operadores

Absorbió el costo cambiario en la programación

**Alejandro Tanaka**, Director General de PCTV, remarcó a **PRENSARIO** sobre el rol y servicio de la compañía durante la pandemia en beneficio de los operadores. ‘Como ha sido históricamente, PCTV responde en beneficio de sus afiliados en esta pandemia, de manera responsable y solidaria, sobre todo absorbiendo el impacto tan fuerte que tuvo en los costos de programación la variación cambiaria, así el grupo empresarial al que pertenece PCTV y sus *partners* tecnológicos y de programación permanecen atentos para velar por los intereses de los socios que operan sistemas de telecomunicaciones en México, cuidando fuentes de trabajo y manteniendo servicios de primera calidad en términos de contenido’. ‘Los retos que representa esta situación son mayúsculos, financieramente por supuesto, pero también tecnológica y comercialmente, habrá que estar atento para aprovechar las oportunidades que esto nos deja, así como para sobrepasar lo más rápido y mejor posible las duras circunstancias que la pandemia trajo consigo’.

### El telepuerto no bajó en servicio

‘En relación a nuestro telepuerto, puedo comentar que el grupo de Ingenieros y de Recursos Humanos han hecho un trabajo extraordinario para desplegar los protocolos pertinentes que permitan asegurar la continuidad técnica de los servicios en el nivel que normalmente lo hacemos. Los escenarios de sana distancia, de rastreo de contactos, de

identificación temprana, así como el uso de caretas y cubrebocas, además del tapete de ingreso y el estricto seguimiento a la sanitización de los lugares de trabajo, ha permitido que el flujo de nuestra central no se vea alterado de manera tal que afecte a nuestros clientes y usuarios. Los proyectos de renovación siguen vigentes para el horizonte próximo, aunque detenidos por el momento’, señaló Tanaka.

### Éxito de noticias y alianza con NTN24

‘Por otro lado, en la parte de canales estamos muy contentos con el comportamiento de nuestra señal informativa durante la pandemia, tenemos datos que son alentadores y que nos muestran que la audiencia respondió a una manera diferente de tratar la información’.

‘La perspectiva de que la noticia debe ser útil para la toma de decisiones, el nivel de cuestionamiento ante las inconsistencias de la información oficial, la documentación de lo que está pasando, de las realidades de distintas industrias y comunidades, nos llevó a estar en las preferencias de la audiencia de noticias por encima de los servicios tradicionales. Así mismo, concretamos alianzas de intercambio de información y contenidos con la oficina en Washington de NTN24, de esta manera accedemos a fuentes de primera mano en la capital de nuestro principal socio comercial, y a la vez se le da ventana a nuestro contenido en Tiers dirigidos al mercado hispano en ese país. ‘Hablando de servicios o contenidos “tradicionales”, nuestras prioridades se enfocan



Alejandro Tanaka, director general

precisamente en sustituir los flujos y el criterio ‘tradicional’ de generar contenido para que nuestros canales tengan una identidad propia fuerte y atractiva, con un espíritu de innovación’.

### Falta de expectativas para México tras la pandemia

Sobre el futuro, Tanaka expresó: ‘Me reservo cualquier pronóstico o expectativa, no veo elementos como para poder ser optimista en una rápida recuperación, no veo mecanismos oficiales para crear un entorno de dinamismo, de confianza, de inversión, de detonación de actividad económica, de contención y orientación social; veo más una élite en el gobierno preocupada por la política y no por la sociedad. Espero equivocarme y que verdaderamente estén trabajando para poner sobre la mesa las condiciones idóneas para la recuperación. Simplemente yo no lo veo’.

‘Eso implica que cada sector y cada unidad económica, deberá implementar con recursos propios, sus mecanismos de subsistencia y de recuperación, y eso lo hará más lento. Se debe alzar la voz para que el Gobierno actúe y ponga a disposición de toda la economía los incentivos contra cíclicos de reactivación formal’, concluyó Tanaka.



LA MEJOR PROGRAMACIÓN EN FRANCÉS



TV5MONDE  
EL CANAL EN FRANCÉS PARA TI

@TV5MONDELATINA



**FIBRASTORE**  
especialistas en productos de fibra óptica

Disponemos de stock de productos orientados a la conectividad con fibra óptica, que permitirá satisfacer las necesidades de la industria manufacturera, de telecomunicaciones y datos.

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





## ATIM cumple 10 años y no afloja en la Pandemia

Sigue atendiendo a 300 poblaciones

**Salomón Padilla**, representante legal de la asociación de cableros independientes **ATIM** relató los desafíos que enfrentan sus socios en el contexto actual de pandemia. La asociación está cumpliendo 10 años y agrupa a 72 cables de 35 empresas que atienden a 300 poblaciones. Estas semanas se sumaron dos socios nuevos.

### Trabajo en pandemia

Sobre la actividad de los socios en plena pandemia Padilla destaca: 'En este momento el tema de inversión en las redes no está detenida, pero si con los proyectos ralentizados. Varios socios tienen proyectos internos de digitalización, que mucho tienen que ver con la pandemia y están trabajando duro en telefonía IP'.



'Es una oportunidad para mirar hacia adentro de las empresas, avanzar con la digitalización de procesos y de solucionar ineficiencias. También de atender al cliente de manera directa, sin necesidad de grandes procesos. Además, nos permite ver cómo se mueven nuestros productos y servicios cuando están tocados o en emergencia.'

'En lo negativo, obviamente está la pérdida de clientes, pues la economía se ha retraído y muchos clientes no pueden pagar sus abonos. Esto se ha alargado más de lo que pensábamos', resume Salomón.

### No aflojan

Sobre el posicionamiento de la gremial de operadores sostuvo: 'Es una cosa curiosa, pues la competencia y esta guerra de muchos años nos ha hecho más fuertes, nos permitió crecer y posicionarnos en nuestras zonas. De todas maneras, seguimos con el mismo problema de contenidos, con diferenciación en la atención y teniendo que pagar costos no equitativos entre grandes y pequeños.

En conectividad tenemos el mismo problema de siempre, pues el gobierno busca conectar el centro de la República a las poblaciones y no al revés como debería ser.

Nosotros seguimos avanzando con o sin apoyo del gobierno, o sin política en materia de contenidos'.

### Recambio de programación

'Los programadores están renuentes a hacer acuerdos con

la gremial de manera grupal, pero algunos contenidos no tienen el mismo valor en la percepción de nuestros suscriptores. Se han sacado muchos canales que antes eran

Premium, y creo que esta pandemia la van a sufrir más las empresas de contenido que nosotros. El gusto del cliente cambia y vemos al OTT como un complemento.

Las redes de cable siguen siendo un nicho de mercado, pues no quieren ver el fútbol o las noticias en una OTT. Eso además del contenido local o en tu idioma que les podemos dar. Todo da vuelta al mismo punto, los clientes volverán a buscar contenido local.

Los únicos que han dado apoyo de alivio financiero en esta pandemia fueron **Azteca** y **Televisa**, ahora que son difíciles las cobranzas. A otros programadores los vemos hasta desaparecidos y eso se lo haremos saber cuando esto se componga'.

### Con los ISPs

Padilla dijo de los ISPs. 'No vemos como competencia a la **Wisp** ni a los **ISPs** en general, sino como complementarios. Algunos nos compran capacidades de red para llegar más lejos. Es un fenómeno, ISPs han pasado muchos, llenan espacios de mercado que



Salomón Padilla

nosotros no podemos. Los hemos invitado a ser parte de ATIM y seguimos pendientes de su respuesta. Hemos platicado con ellos pues tenemos algunos frentes comunes en conectividad y con la IFT'.

### Frente a la IFT

'Está muy difícil el regulador, se ha perdido la confianza en la presidencia del Comisionado **Cuevas**, no en el resto de los comisionados. Pero lo defendemos, pues el Estado no ve los organismos autónomos y creemos que son necesarios'.

### Formato digital de Convergencia

Respecto al formato digital de **Convergencia.mx**, concluyó: 'Lo bueno es que no paramos, le damos la oportunidad de acercarse a la industria de manera digital y ver soluciones para la pandemia. Integramos a todo el mundo con chance de participación, y apoyo para los proveedores de equipos y servicios, no será "cara a cara", y siempre es bueno saludarse, pero es lo que hay. Nosotros vamos a invitar a todos nuestros socios y a promocionarla. Va a ser diferente y habrá que acostumbrarse, a nosotros nos costó tener una reunión semanal vía zoom, pero una vez que te acostumbras es más fácil. Con esto será lo mismo', definió Padilla.

**KANAL D  
DRAMA**

**CANAL PIONERO  
EN SERIES TURCAS**

**LOS VERDADEROS DRAMAS  
NO SÓLO SE VEN...  
¡SE VIVEN!**

#AtréveteAVivirlo



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

## ATIM: crecimiento del proyecto de canales locales a partir de XtiTV

'Llevar FTTH a pequeñas poblaciones fue nuestro mayor logro'



Pepe Zuno: Presidencia renovada en ATIM

La asociación gremial **ATIM** de operadores independientes de México iba a tener su asamblea de renovación de autoridades estos meses, pero por la Pandemia se decidió renovar por un año más a las autoridades vigentes, con lo cual **Pepe Zuno** extendió automáticamente su gestión.

### 15 Socios ya operan con FTTH

'El mayor logro de ATIM sin duda fue haber llevado fibra al hogar de las pequeñas publicaciones rurales de México', destacó Zuno en charla con **Prensario**: 'Uno de nuestros principales retos, es que nuestros asociados se transformen a redes FTTH, para que puedan brindar más y mejores servicios, en este sentido hemos realizado importantes alianzas con proveedores de equipamiento, para generar desde capacitación, acciones de apoyo en el desarrollo de las redes y financiamiento. Al momento ya son 15 empresas asociadas las que operan con una red FTTH, ofreciendo servicios con fibra óptica hasta la casa en poco más de 50 poblaciones rurales y suburbanas y tenemos en proceso de conversión, otro tanto'. 'Se inició la conversión con los asociados que tenían acceso a los carriers en forma inmediata, dado que es una de las limitantes para la conversión, el tener la posibilidad de contar con una red troncal de fibra, aun así hubo algunas empresas que tendieron sus propias líneas de enlace de fibra óptica hasta los puntos de aprovisionamiento, incluso de 50 kilómetros hasta el punto más cercano de acceso; por

mencionarte algunas de las principales están **Kblex** en Campeche, **CableNex** en Chiapas, **Metrocable** en el Estado de México, **Telecable** de Quixeré en Colima, **Unet Telecom** que opera en varios Estados del país, **Extravisión** y **Telecable** de Tepa en Jalisco, entre otros', agregó el presidente de ATIM.

### Importancia de la localía

'La localía se refleja en una atención de mayor calidad y calidez, el hecho de que los concesionarios que operan en alguna población o región vivan ahí, genera una cercanía con los suscriptores, que permite tener una capacidad de respuesta casi inmediata. Así mismo, el concesionario, al vivir en la zona donde ofrece los servicios, tiene perfectamente sensibilizado su entorno, enterándose con rapidez, sobre cuales son las preferencias y necesidades de su mercado para ofrecer contenidos y/o paquetes a la medida del momento y la circunstancia', señaló Zuno.

### Problemas con los paquetes de canales y mínimo de abonados

'Por años los operadores independientes hemos recibido de algunos programadores embates, tales como los paquetes de canales atados, obligando al operador independiente a adquirir paquetes de canales caros y malos'. 'Otro embate son los toques mínimos de usuarios garantizados, en donde algunos fijan mínimos muy por encima de la realidad de los usuarios que se tiene en la red, esto eleva los costos por señales que, aunado a los paquetes atados, genera una carga económica pesada, limitando una competencia en igualdad de circunstancias con los grandes operadores'. 'Otro aspecto son los contratos, que por lo regular se tasan en moneda extranjera y se tienen que pagar con transferencias al extranjero, aumentando aún más los costos de comisiones y baja deducibilidad de impuestos', definió Zuno.

### Dos años de trabajo con XtiTV

'XtiTV es un esfuerzo de parte de varios operadores asociados a la **ATIM**, para generar contenidos que nos permitan contar con

señales disponibles y accesibles, de ahí que XtiTV es la primera señal de televisión con contenidos generados a partir de los propios operadores; es el primero de 4 canales que tenemos contemplados lanzar para ofrecer alternativas distintas a lo que hoy se encuentra en el mercado. Además que hemos integrado una red regional de noticias que se nutre de contenidos locales, llevando noticias que van desde lo local hacia lo nacional'. La sede central de XtiTV se encuentra en la ciudad de Guadalajara y al momento, aunque sólo se puede recibir por streaming, ya tenemos presencia en poco más de 250 poblaciones de 25 estados de México y en poco más de 30 poblaciones, en cuatro países de Centroamérica; esperamos duplicar la presencia y expandir la señal hacia el cono sur con nuestra próxima subida a satélite' comentó Zuno.

### Nuevas Señales con tarifas en moneda local y alianza con Roy Salazar de Costa Rica

'El proyecto de generación de señales incluyen en principio 4 canales, los cuales se irán lanzando paulatinamente, con contenidos novedosos y propuestas diferentes. Además de XtiTV, también tenemos contemplado el lanzamiento de un canal de música, uno de películas con producciones independientes, y el canal de noticias que surge a partir de la red de noticias XtiTV'. 'Desde hace tres años que dimos inicio al proyecto **XtiTV**, **Roy Salazar** y **TeleUno** han formado parte de nuestra propuesta, en principio y hasta la fecha con intercambio de contenidos, así también hemos trabajado con la **Gremial de Operadores de Guatemala**, realizando intercambio de contenidos. Ahora mismo estamos construyendo un proyecto más ambicioso con **TeleUno**, el cual está preparando su señal internacional, misma que formara parte de la oferta de señales independientes que tendremos en poco tiempo. Estos canales que estamos integrando, los podrán contratar de forma individual o en paquete y se ofrecerán considerando los suscriptores reales, con tarifas en moneda local y facturación en cada país', remarcó Pepe Zuno.



PARA TI QUE NO TE DESCONECTAS DE BRASIL.



**BORA SP**

Joel Datena y Laura Ferreira se conectarán con usted, brindándole las noticias sobre el clima, el tráfico y lo más importante que sucede en la capital más grande de América del Sur.

Silvia Popovic y Ernesto Lacombe lideran un programa de variedades con moda, gastronomía, salud, y los temas más controvertidos del día, con el testimonio de quienes viven esos temas.



× JOGO ×  
ABERTO

Las principales noticias y un debate diario con buen humor reúne a periodistas y deportistas para comentar sobre lo más importante sobre el fútbol en Brasil y en el mundo.

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

**JORNAL DA BAND**



**Dirección General:** Silvia Jafet • sj@band.com.br  
**Contacto:** Marcelo Assumpção • marcelo@interactvbrasil.com

Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile  
Sabrina Capurro • +54 11 4774-5127  
sabrina.capurro@sgdgroup.com

**BAND**  
INTERNACIONAL

BAND.COM.BR/INTERNACIONAL  
facebook.com/bandinternacional

## WISP.Mx: Los ISPs están abiertos a propuestas alternativas de OTT para IPTV

Profesionalizando a los (WISP) rurales

En un mercado concentrado como el de la industria de PayTV en Latinoamérica, la llegada de los nuevos ISPs (Internet Service Providers) trae sin duda aire fresco para aumentar la cantidad de clientes para propuestas OTT en adición a los operadores de cable. Y lo hacen con volúmenes masivos pues son más de 1000 empresas en casi todos los mercados.

México no es la excepción y puede tener entre 3000 y 4000 ISPs, pero entre ellos la cámara que más ha sobresalido el último tiempo con socios importantes es la **Asociación Nacional de Proveedores de Internet Inalámbrico, A.C. WISP.Mx** (Wireless Internet Service Providers por sus siglas en inglés), **Prensario** destaca aquí los comentarios de su presidente **José Miguel Macías**, acompañado por su director ejecutivo **Luis Serna**, sobre su vínculo creciente con nuestro sector audiovisual.

### 4 años de vida, 179 socios y creciendo

Una característica es el carácter reciente de la **WISPMX**, pues si bien los contactos se iniciaron en 2013 en Guadalajara entre **José Miguel Macías** —entonces con una ISP de sólo 50 usuarios en Aguascalientes—, **Ricardo Acosta** y **Edgar Portillo** con **Juan Héctor Medina**, que fue el creador intelectual de la asociación, fue recién durante 2016 en Monterrey, cuando se constituyó formalmente.

Hoy tienen 173 socios en distintas categorías, donde algunos son también proveedores de servicios como reparación de equipos, legal, carrier, certificaciones y demás, de todas las regiones de la República Mexicana. Incluso están por sumarse dos WISP de Baja California Sur que era el estado que faltaba. Ese volumen y los socios importantes hacen que el Estado ya los convoque de manera sistemática a través de la **SCT** y el **IFT**.

Incluyen diferentes tipos de empresas entre las muy grandes, las medianas entre las que todavía se encuentra **José Miguel Macías**, y las más pequeñas. Las grandes son muy notorias en el mercado con **Comunicado de México** en CDMX y otras ciudades; **XCien** de Monterrey, **Konecta**, Mexicali, Ensenada y Sonora; **ASSETEL** de Guadalajara; **Blacom** de Puebla y Neu-

rotech en Coahuila, entre otras.

Un muestreo de 32 empresas obtuvo 10.500 puntos de cobertura, lo cual arroja varias decenas de miles de distritos de los más grandes hasta los más pequeños de 100 habitantes en zonas rurales y de difícil acceso. Muchos se están terminando de profesionalizar y certificando, empujados por la asociación y ya regularizados ante **IFT**, con su ASN y bloques de IP obtenidos en **NIC México**. 'Ante el **SAT**, estamos buscando una certificación o mejor llamado sello **WISP.MX**; buscamos tanto la profesionalización como la regularización', remarcó **José Miguel**.

### Negociación en conjunto ante los carriers

'Tratamos de estar con todos los frentes al día', resaltó **José Luis Carrillo**, de **Comunicado** que lidera el comité de *Generación de Negocios* con el cual está negociando en conjunto con los carriers y consiguiendo mejores condiciones. Hay otros Comités como el de *Legal y relaciones con Gobierno; Honor y Justicia, Capacitación y Responsabilidad Social*.

Muchos miembros le compran a **Telmex**, que como operador mayorista a partir de la reforma en telecomunicaciones tuvo que aceptar condiciones más favorables —como con la postería— y desagregar la infraestructura de la operación como con **Telnor**.

'También tenemos volumen con **Total Play**; con ellos antes no había negociación como asociación y ahora si la hay; se han mostrado con buena disposición a considerarnos como grupo junto con los otros carriers'.

### Abiertos a propuestas de video

'Nuestras concesiones nos permiten ofrecer cualquier servicio que soporte de internet. Nos hemos enfocado más en el servicio de internet residencial o empresarial, pero el tema de contenido se ha convertido en una tendencia y

más con el Covid19. Indirectamente ya damos video pues nuestros clientes tienen **Netflix** u otras plataformas semejantes, pero tenemos que hacer un despliegue de plataformas de contenido para fortalecer esa parte, a la par que muchos socios estamos migrando a fibra óptica en nuestras redes. Ya estuvimos en foros como **Andina Link** en Colombia y Costa Rica, y en México en **NexTV** el año pasado para ver opciones'.

Hoy todavía son menos de 20 en la asociación que brindan servicio de video, pero la idea es dar IPTV, hay gente que ofrece la marca blanca con todo solucionado y eso es interesante. Estamos abiertos a todo tipo de propuestas'.

### Convergencia con los operadores de cable

La relación con los operadores de cable está empezando, según puntualiza **José Miguel Macías**: 'No somos como **Canieti** que tiene 80 años de trayectoria, pero tenemos muchas metas. Con Asociaciones como la **ATIM** de **Salomón Padilla**, no tenemos cerrado un convenio de colaboración, pero podemos llegar a un acuerdo, especialmente para trabajar juntos para que nos escuche el ente regulador'.

'Muchos de nosotros empezamos en telecomunicaciones por necesidad y pasamos a proveer internet porque nadie lo hacía. Ahora recién podemos empezar con OTT e IPTV, mientras los cableros recién están empezando a dar servicios de internet. Convergemos en muchos puntos, tenemos políticas parecidas y brindamos una cobertura social a nuestras poblaciones, ya que el **IFT** pide a los concesionarios, como contraprestación, ofrecer cobertura en los sitios públicos de las comunidades donde tienen sus servicios' concluyen los directivos.



José Miguel Macías, presidente de WISPMX

Luis Serna, director ejecutivo

## LO MEJOR DEL DEPORTE ESTÁ EN TyCSPORTS



### 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 17 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.

TyC Sports play

TyC Sports.com

TyC Sports

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

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



## Televisa Networks: 'Univisión ya está disponible en 17 países de la región'

Crecimiento de TV paga en México y buen posicionamiento con Blim TV y otros OTTs



Fernando Muñiz

En este especial de México y Centroamérica de **PRENSARIO**, no podíamos dejar de contar con los comentarios de **Fernando Muñiz**, director general de **Televisa Internacional** y **Televisa Networks**, quien hace tiempo unió los equipos de venta de señales y contenido, medida que destaca: 'El contenido sigue siendo el rey y estratégicamente para el grupo **Televisa**, fue un gran acierto unir estos equipos; es muy importante que la venta del contenido se vea como una sola estrategia, tanto para TV abierta, como para TV de paga y no lineal. La estrategia fue unir estos equipos en la parte comercial y hacer un solo frente para la venta de contenidos'.

### Éxito del canal de Univisión

Respecto de la respuesta del caudal de contenido nuevo de Televisa lanzado en el último año y medio, sostuvo: 'Se presentaron títulos como *Sin Miedo a la Verdad* en su segunda temporada, *Rubi*, *El Dragón* y nuevos capítulos de *La Rosa de Guadalupe* con gran éxito, además del lanzamiento de **Univisión** en Latam. Y con este nuevo canal, millones de personas en América Latina pueden tener acceso a contenidos de primer nivel, a través de una señal autorizada y legal, en toda la región'.

'Durante décadas, la marca **Univisión** ha sido sinónimo de una programación excepcional que entretiene, informa y empodera a los hispanos en los Estados Unidos, parte fundamental de esto ha sido contar historias a las personas sobre temas de interés de América Latina', indicó Muñiz.

La versión Latinoamericana del canal en español de los Estados Unidos, cuenta con una sólida línea de contenidos, que incluye producciones innovadoras y populares de **Univision Studios** y **Televisa**. Ahora ya está

disponible en más de 17 países de la región.

### Crecimiento de la TV de paga en México

Fernando destaca que los canales lineales siguen funcionando: 'Te puedo comentar que en lo que respecta a TV de Paga, la industria en México sigue en constante crecimiento, en los últimos años los números así lo muestran. Cada día hay más personas dispuestas a pagar por una suscripción de TV que les permita acceder a contenidos que no pueden ver a través de la TV Abierta, contenidos exclusivos y sin censura.

La ventaja para TV línea son los eventos en vivo. Eventos como el Superbowl, mundiales de fútbol y los juegos olímpicos, son contenidos que solo se disfrutan en TV'.

### OTT con blim como primera ventana

Sobre el OTT y la oferta para los nuevos ISPs, sostuvo: 'Nuestros contenidos se encuentran bien posicionados en el mercado, **Televisa** es líder en la producción de contenidos. Tenemos nuestros contenidos en **blim TV** y otras OTT's con muy buenos resultados. En **blim**



TV los ofrecemos como primera ventana y ha funcionado muy bien. Son estrategias que se van planteando y funcionan'.

### Mensaje por la pandemia

Respecto a los operadores que trabajan en tiempo de pandemia, agregó: 'Afortunadamente la tecnología ayuda, hemos estado en contacto con clientes, y también la tecnología nos ha ayudado para hacerles llegar su contenido gracias a que ahora ya todo es digital. En estos tiempos complicados Televisa sigue dando el mejor contenido en TV abierta, TV de paga y en distribución de contenidos'.

### Los nuevos distribuidores en la región

Muñiz concluyó sobre los nuevos representantes que empezaron a trabajar las señales de Televisa también hace dos años: 'Ha sido una buena estrategia el tener representantes en la región, **Total Media** está en 4 países y **Marlon Granda** abarca Ecuador, el caribe y otros territorios. Nos da un mejor alcance y una mejor organización para tener buen posicionamiento en Latam'.

## El Caso de las señales de Televisa en Telefónica de Perú

El director comercial de los contenidos de grupo **Televisa**, **Fernando Muñiz**, expresó a **Prensario** su llamado de atención por lo ocurrido con sus señales en la plataforma de **Telefónica/Movistar** en Perú.

Venían trabajando juntos desde la época de **Cable Mágico** y con mucho éxito hasta este año. En particular en 2020 el canal **Tlnovelas (tln)** estuvo top 10 todo el año y liderando audiencias por muchos momentos, sólo superado por el canal de noticias durante la pandemia.

Dice **Fernando Muñiz** que **Telefónica** les expresó primero que necesitaba un ahorro de costos, y desde el lado de **Televisa** se mostraron totalmente flexibles para llegar a un acuerdo. Finalmente, expresa Muñiz, los canales fueron bajados de manera unilateral y le hicieron ver al público que era una decisión de **Televisa**, cuando eso no fue así, pues nunca sacaron las señales del aire.

Muñiz trabajó en su carrera como operador

en **SKY** en México, y reflexiona que si hay que ahorrar costos se va primero por los canales de menos audiencia o performance, en lugar de ir por el número uno de audiencia con su paquete, y más cuando hay una negociación bien predispuesta que atiende a la situación de pandemia mundial.

En adición a eso, no le parece acertado no avisarle al suscriptor y dejar trunca las novelas, por lo que el público está expresando su malestar en los call centers y redes sociales. Como su compromiso no es sólo con el afiliado, sino también con ese público final, decidieron hacer campañas en medios abiertos y masivos de Perú, promocionando el contenido con los sistemas en los que está disponible como **Directv** y **Claro**, entre otros.

Completó diciendo que ve que en **Telefónica** están tratando de reemplazar sus señales con otro contenido de telenovelas, pero en **Televisa** son los creadores del género y el público que es exigente merece lo mejor

## AZ TV de paga: Grandes acuerdos con Movistar Play, DirecTV Go y Amazon en México

Con Telefónica volvieron al servicio básico en Perú

**Jorge Gutiérrez**, Director de **AZ TV de Paga**, comentó a **PRENSARIO** la actualidad de sus señales: 'Sin duda la sintonía se incrementó notablemente. En México realizamos nuevas alianzas y estamos muy contentos de compartir que nuestro portafolio completo de señales: *Azteca Uno*, *ADN40*, *Mundo*, *Corazón*, *Clic* y *Cinema* se incorporaron a la plataforma de **Movistar Play** de **Telefónica** con mucho éxito'.

'El pasado mes de junio se incorporó *Clic* a la oferta de canales de **DirecTV Go** en México, y con esta incorporación hoy ofrecen en la plataforma 5 señales de **Azteca**: *ADN40*, *Mundo*, *Corazón*, *Clic* y *Cinema*. **Amazon** por su parte incorporó *ADN40* a su oferta de canales lineales desde mayo pasado'. 'Subimos *ADN40* a la plataforma **Roku** a partir del 15 de junio y estamos trabajando para subir todo el portafolio en el segundo semestre del año'.

'En el plano Internacional cerramos convenios con una plataforma OTT en Belice y firmamos convenio con la empresa **Covent** en

España. Pero sin dudas la nota del cierre del primer semestre, es que a partir del 1ro. de julio regresamos a **Telefónica Perú** con nuestras señales **Mundo** y **Corazón** en servicio básico de la plataforma, después de algún tiempo logramos regresar con este importante cliente', remarcó Gutiérrez.

### Vigencia de las señales lineales

'Siempre estamos atentos a las necesidades de los clientes, buscamos la mejor manera de llegar a acuerdos bilaterales que realmente beneficien al cliente y a la industria. Este 2020 ha sido un año complicado para todos, pero estoy seguro que lo superaremos trabajando juntos. Las plataformas OTT's están integrando canales lineales a su oferta de VOD como valor agregado y les está funcionando de maravilla', señaló el director de **AZ TV**.

### OTT y nuevos ISPs

'**Azteca** es un gran productor de contenido



Jorge Gutiérrez

en la industria y eso nos mantiene vigentes en los clientes. Nuestros contenidos son muy solicitados por las plataformas OTT's, y tenemos un muy buen feedback de los clientes, como Amazon que ha aprovechado nuestro catálogo de contenidos y le ha funcionado muy bien', indicó Jorge

### Prioridades de trabajo para el resto del año

'Seguimos trabajando con plataformas y nuevos clientes para este segundo semestre del año y tenemos en puerta algunas renovaciones de convenios. Respecto a nuestras producciones propias, arrancamos con la 4ta. temporada de "*Cocinísima*" nuestro programa gourmet y la 5ta. temporada del programa "*Pase de Abordar*" de viajes y lifestyle', resumió Gutiérrez.

# THE MOST INFORMED, WINS.

BBC NEWS

A Global Perspective on 2020

LEARN MORE

## WarnerMedia expande HBO Max en LatAm

Confirma además a Whit Richardson como CEO para Latinoamérica

WarnerMedia confirmó que HBO Max, su SVOD OTT lanzado en Estados Unidos a fines de mayo, dará inicio a su expansión en América Latina, la compañía anunció también el nombramiento de Johannes Larcher para liderar el proceso.

El ingreso de Larcher a la compañía se hará efectivo en agosto, y reportará a Gerhard Zeiler,

chief revenue officer de WarnerMedia y presidente de WarnerMedia International Networks.

El primer objetivo del ejecutivo ingresante a la compañía será el lanzamiento de HBO Max en Latinoamérica, para posteriormente enfocarse en otros territorios. Larcher trabajará también en conjunto con Whit Richardson, confirmado presidente de WarnerMedia Entertainment Networks en América Latina, para dar cumplimiento a su objetivo inicial.

Si bien hasta el momento WarnerMedia no definió una fecha para el lanzamiento de HBO Max en Latinoamérica, se había establecido inicialmente el 2021 como objetivo. Además, John Stephens, CFO de AT&T confirmó las intenciones de la



Whit Richardson, presidente de WarnerMedia Entertainment Networks en América Latina

compañía para lanzar una versión AVOD de HBO Max para su lanzamiento en Latinoamérica y Europa.

Además, WarnerMedia anunció recientemente la adquisición del 100% de Olé Partners/Olé Distribution, jointventure entre la compañía y Ole Communications, por el cual obtiene el control total de canales y plataformas de HBO en América Latina.



Johannes Larcher, Head de HBO Max



## E! LANZA una nueva app en Latinoamérica

Novedades de NBC Universal

El Video News es la aplicación gratuita especialmente creada para los fanáticos de la cultura pop que ya se encuentra disponible en App Store y Google Play.

Llevarle el pulso a la actualidad de la cultura pop no es nada sencillo. Por eso, E! Entertainment lanza su más reciente desarrollo, una solución perfecta para que, desde el celular o Tablet, cualquier fanático pueda acceder rápidamente al mundo del entretenimiento que cambia a cada segundo a través de una app gratuita.

Fans de las Kardashians, seguidores de las alfombras rojas, amantes de la realeza, buscadores de nuevas tendencias saludables y de tips de belleza, breaking news, ahora tienen un acceso mucho más directo en la pantalla de su celular, mediante notificaciones ins-

tantáneas que los mantendrán enterados con la información más detallada del mundo del entretenimiento.

Ideal para quienes no llegaron a poder seguir algún evento o transmisión de alfombra roja en vivo, o para quienes simplemente temen perderse el estar al día.

A partir del 05 de julio, *Spides*, el nuevo thriller de invasión extraterrestre, llega a la pantalla de Syfy. Ambientada en una Berlín moderna, *Syfy* cuenta la historia de Nora, interpretada por Rosabell Laurenti Sellers (*Game of Thrones*), una joven que despierta de un coma sin ningún recuerdo de su vida anterior después de tomar una droga misteriosa. El detective de la policía local, David Leonhart, interpretado por Falk Hentschel (*Legends of Tomorrow*, *Marvels Agents of S.H.I.E.L.D.*), y su compañero Nique Navar, interpretado por Florence Kasumba (*Avengers*, *Black Panther*), están tratando de descubrir la conexión que existe entre esa droga y las decenas de adolescentes desaparecidos.



la nueva App

Cuando Nora se propone descubrir lo que le sucedió, comienza a desentrañar una conspiración de alienígenas que usan una droga sintética para infiltrarse entre los humanos y utilizar sus cuerpos. Cuanta más verdad descubra Nora, más se revela su oscuro secreto: ella es la clave de la invasión contra la que lucha.

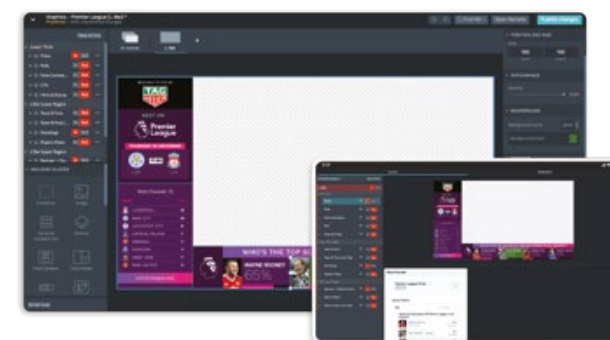
‘Como un thriller de ciencia ficción con un giro atractivo, *Spides* será todo, menos ajeno a nuestros canales de Syfy en todo el mundo’, comentó Steve Patscheck, Programador Internacional de EVP, NBCUniversal International Networks.



# OPTIMIZA TUS FLUJOS DE PRODUCCIÓN.

## SOLUCIONES DE GRÁFICA Y PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIAS PARA PRODUCIR CONTENIDOS MÁS INTERACTIVOS.

### CLOUD GRAPHICS



Crea y edita gráficas 100% cloud-based, con operación remota. Integra redes sociales, interactividad e información de diversas fuentes externas en gráficas sencillas de crear. Disponible para todo flujo de producción (SDI, NDI, Cloud-based).

### AUDIENCIA PARTICIPATION



Crea experiencias de interactividad con el público en redes sociales y propiedades digitales, para atraer, retener y monetizar a tus audiencias en todos los entornos digitales. Encuestas, votaciones, puntuaciones, trivias y más.

¿ESTÁ TU PRODUCCIÓN PREPARADA PARA EL FUTURO DEL ENTRETENIMIENTO?



## Olé Distribution estrena equipo liderado por Juan Carlos Urdaneta

Gran regreso al negocio

Para esta edición especial de México y Centro América de Prensario, contamos con las primeras declaraciones de **Juan Carlos Urdaneta** que, tras tantos años de éxito y liderazgo en **Turner**, vuelve a liderar un proyecto como **Olé Distribution**.

‘Estoy sumamente entusiasmado con esta oportunidad. Obviamente estamos en una época distinta de la industria con nuevos retos y nuevas oportunidades. El regresar a la industria representando unos canales tan sólidos y líderes en sus respectivos géneros y rodeado de un grupo de ejecutivos de primer nivel, es una oportunidad única’.

Remarcó: ‘Estoy sumamente orgulloso del equipo que hemos conformado. Es un equipo de profesionales reconocidos, respetados y experimentados en la industria que aporta diversidad de experiencias. Para adaptar la empresa a las realidades del mercado, pensamos tener en equipo pequeño que trabaje de una manera integrada, ágil y pragmática buscando llegar a soluciones que sean “win-

win” y duraderas en el tiempo.

### Aliado natural de los operadores

‘Nuestra idea es de tomar todos los aprendizajes y experiencias de los últimos años y aplicarlas a crear una nueva empresa adaptada a este nuevo mercado y esta nueva realidad.

Ole Distribution, dado todos los canales y contenidos que conforman el grupo, está en una posición ideal para ser un aliado natural de todos los operadores actuales, a la vez que buscan también expandir a los nuevos participantes en el ecosistema’.

### Relevancia de todos los canales

‘Nuestros canales han tenido resultados exitosos en cuanto a audiencia, share y afinidad con las marcas. Sin duda la situación actual de la pandemia ha resaltado la importancia de la industria y sus contenidos como la forma más accesible de acceder entretenimiento del primer nivel y nuestros canales



Juan Carlos Urdaneta

se han destacado dentro de esta situación’.

### Potencial de crecimiento

‘Nosotros creemos que existe mucho potencial de crecimiento. Creo que a los consumidores les importa poder tener acceso a contenidos cuando y donde lo deseen (VOD) en adición al consumo de los contenidos lineales. Creo que si esa experiencia es dentro o fuera del ecosistema actual les importa menos. Así que en la medida que tengamos una oferta robusta, interesante, fácil de acceder, y competitiva en precios, continuará habiendo potencial de crecer el negocio’.

## Atrescine se agranda en México con Totalplay

Tras entrar en izzi y blim

**Atrescine** sigue firme en el mercado mexicano. Tras la reciente entrada en las ofertas de **izzi** y **Blim**, el canal de cine en español está disponible ahora también en los paquetes Premium, Familiar, Sin Límite, Práctico y Total de la plataforma del grupo Salinas.

Con esta alianza, miles de suscriptores a **Totalplay** podrán acceder al catálogo de todos los tiempos y géneros, entre los que destacan superproducciones como *La Carta Esférica*, protagonizada por **Aitana Sánchez Gijón** y basada en el libro de **Arturo Pérez Reverte**. También destacan grandes clásicos modernos con talento internacional español como *El amor perjudicaseriamente la salud*, con **Penélope Cruz**; y muchas otras.

Para la directora general de **Atresmedia Internacional**, **Mar Martínez-Raposo**, ‘este nuevo acuerdo con Totalplay nos permite seguir

creciendo en uno de los mercados más pujantes de TV paga y apostando por un contenido muy demandado tanto por parte de los operadores como de los usuarios, a los que queremos acompañar y entretener especialmente durante estos meses de confinamiento’. Atres completa la oferta del resto de las señales de **Atresmedia: Antena 3 Internacional, Atreseries** y **¡HOLA! TV**.

### Estrenos de AtresMedia

La pandemia demostró que la usina del grupo de canales no se detiene, con dos estrenos muy relevantes a fin de mayo y junio.

Primero volvió el concurso *Pasapalabra*, regresó el lunes 18 de mayo a Antena3 Internacional, con un bote inicial de 100.000 euros, con **Roberto Leal** al frente, se emitirá todas las tardes de lunes a viernes. Atresmedia consolida



Mar Martínez

su apuesta por los grandes formatos de entretenimiento con la adquisición de este formato.

El otro fue **#Luimelia**, en un novedoso formato, spin off de la pareja formada por **Luisita** y **Amelia**, en la serie de Antena 3 ‘*Amar es para siempre*’, que acumula miles de fans de todo el mundo.

Este proyecto, producido por Atresmedia en colaboración con **Diagonal TV**, incluye seis capítulos de ocho minutos y muestra la relación de estas dos chicas en el año 2020, en comparación con su relación en 1977, año en el que transcurre su trama en *Amar es para siempre*.

## PAT & PATTI - EL PRIMER ENCUENTRO



## Pluto TV busca crecer con grandes socios de distribución

Diferenciales de novedoso AVOD de ViacomCBS

Eduardo Lebrija había completado a principios de este año una gran gestión de 10 años a cargo de Latinoamérica norte, con México, Centroamérica y la Región Andina para Viacom como referente de esos mercados. Pero en este singular 2020, con la evolución del grupo ya dentro de la familia ViacomCBS, Lebrija tomó el desafío de ser EVP Chief Commercial Officer para las Américas, sumando mercados desde Canadá hasta Argentina, donde tienen la operación más grande con Telefé, para encarar con todo el lanzamiento del AVOD (Advertising Video On Demand) Pluto TV que se tuvo que hacer de manera remota, pero con mucho éxito y muy buenos números para la fase inicial. Pluto TV ya tiene 20 millones de usuarios en USA y salió en Latam como mercado prioritario con primer foco en México, Colombia y Argentina.

En charla con Prensario Eduardo, cuenta cómo ese lanzamiento se hizo orgánico por como venía evolucionando el grupo: 'Es un cambio interesante, la parte tradicional de ViacomCBS siempre ha tratado de ser innovadora y fuimos los primeros en lanzar aplicaciones digitales. A partir de ahí vimos que había que cambiar, y Pluto TV es una respuesta a la innovación y a como va evolucionando el contenido y la manera de curarlo'.

### Diferenciales de Pluto TV

'La importancia de la curación es clave, a diferencia de lo que se cree, sólo el 20% de los contenidos de Pluto TV son de ViacomCBS, el resto es de grandes estudios de Latam y USA, entre nuevos socios de contenido que se van sumando' señala el ejecutivo. Ya van por 46 canales y la idea es llegar a más de 80. Es un producto que trae el segundo tier de contenido llamado Freemium, relevante e importante como gran manera de diferenciarlo en esa variedad de canales de series, realities, niños y deportes.

Los cuatro diferenciales están además en la manera de consumirlo. En una sola app tienes todo pues el público está cansado de tener nuevas aplicaciones. Pluto TV es AVOD, pues las generaciones jóvenes no están dispuestos a seguir pagando nuevas suscripciones y aceptan la publicidad; no hay

que suscribirse y ni siquiera dar el correo electrónico, y navegas como cambiando de canal en un control tradicional, pues la gente también está cansada de buscar en los OTT sin saber que ver'.

### Grandes socios de distribución

Lógicamente la distribución es clave y sobre esto dice Eduardo Lebrija: 'Con la base en Android/iOS nos ha ido muy bien en USA con acuerdos con todos los SmartTVs, y también en los móviles y celulares, como en los operadores de cable. Para todos es un complemento importante por ser un producto básico de 80 canales que a la vez permite incrementar el ARPU'.

'Para Latinoamérica vemos lo mismo y apostamos mucho con nuestros clientes tradicionales, que son los que más conocemos y más hemos trabajado. Les ha encantado el producto y ya estamos avanzando con los operadores grandes. Para los nuevos ISPs que pueden tener televisión y no la tienen todavía, les resolvemos toda esa parte de contenidos con 42 canales actualmente y que sea gratuito y fácil de usar rompe los esquemas', señala Lebrija.

### Monetización: Desde un canal propio a la venta programática

Remarcó sobre la monetización en ad sales. 'Llevamos más de dos décadas vendiendo publicidad. Queremos estar donde sabemos que hay crecimientos a doble dígito año con año, y este es el producto ideal de ViacomCBS que nos permitirá entrar para ser un jugador importante en AVOD'.

'Tenemos publicidad de tres maneras. Primero la publicidad tradicional con tandas en los canales. Hay 5 tandas o cortes por hora de dos minutos.

Segundo está la oportunidad de brandear un bloque y hasta patrocinar un canal entero que puede pasar a ser propio. Ya se hizo en Estados Unidos.

Y la tercera es la venta programática, automatizada, que es el futuro de la venta de publicidad. Los anunciantes tradicionales compran publicidad digital, hay una base sólida y consumo alto, para lo cual los Smart TV también son importantes', sostuvo Eduardo.



Eduardo Lebrija, EVP Chief Commercial Officer en ViacomCBS Networks Americas

### Prioridades de trabajo 2020

Lebrija adelantó sobre lo que se viene: 'El Business plan cambió con la pandemia y los anunciantes son más cautelosos, así que nuestra prioridad de trabajo en este 2020 es avanzar mucho con la distribución. Esto con los principales socios de telecomunicaciones además de los Smart TVs que nos quedan y sumar con fuerza a un jugador móvil o dos. En septiembre habrá más visibilidad de dónde estamos parados en Latinoamérica'.

'También se viene crecer con la parte de VOD y sumar un nuevo feed para Brasil', resumió Eduardo Lebrija.

## Laura Pérez: 'La importancia de promover los negocios emergentes y adyacentes'

Pluto TV sigue el camino de Noggin y Paramount+

Laura Pérez lleva 20 años en la industria y todos estos últimos en ViacomCBS Networks Américas, siempre del lado comercial. En enero dio un gran paso al asumir como SVP y Directora General de ViacomCBS Networks Américas para México, Centroamérica y Colombia.

'Agradezco la confianza de 'JC' Acosta y de toda la compañía. Los objetivos eran obviamente muy diferentes pre-Covid 19, ahora estamos tratando de mantener nuestro negocio tradicional y promover los emergentes y adyacentes, como las nuevas plataformas de streaming Noggin, Paramount+ y ahora Pluto TV'.

Dijo sobre la fortaleza de la nueva ViacomCBS: 'La fusión de diciembre del año pasado fue histórica por unir a dos de las productoras más grandes del mundo. Con CBS sumamos más de 140.000 episodios y 3000 películas al catálogo de Viacom para fortalecer nuestras marcas y audiencias, además de las nuevas plataformas'.

Esas marcas de ViacomCBS siguen relevan-

tes: 'Parte de nuestro éxito para mantenernos relevantes, es que le damos a las audiencias lo que ellos quieren. Algunos ejemplos de este año de Nickelodeon son los 20 años de Bob Esponja, una de las propiedades más importantes del grupo, contenidos nuevos como Blue's Clues y campañas todos los meses. No tendremos como siempre los Kids' Choice Awards, pero se harán antes de fin de año. En MTV, este 2020, tuvimos el estreno de la nueva temporada de Acapulco Shore; en Comedy Central la serie de Ana y la segunda temporada de Se rentan cuartos, y en Paramount el estreno de series como The Yellowstone, The Handmaid's Tale y la producción junto a Claro video de R. Con la gente en casa tuvimos más niveles de audiencia que nunca, y si bien la parte de Adsales fue la que más ha sufrido por la pandemia, hay oportunidades para el Q3 o Q4'.

Respecto a afiliados, remarcó: 'En ViacomCBS Networks Américas los operadores siguen siendo socios estratégicos e importantes, no sólo para el negocio lineal, que sigue



Laura Pérez, SVP Directora General de ViacomCBS Networks Americas para México, CA y Colombia

generando nuestros ingresos mayoritarios en México, sino que con ellos integramos las plataformas de streaming como Noggin y Paramount+, los cuáles subimos a Total Play el 1 de julio. Con Startv ya lo habíamos hecho y pronto partiremos con IZZI. Lo bueno es que se han ido transformando junto a nosotros y ahora son parte de nuestra oferta que se ha fortalecido'.

'Lo mismo sigue con Pluto TV, al que consideramos un complemento para nuestra oferta, el primer AVOD del mercado, algo que faltaba en México y que lanzamos el 25 de marzo. Pluto TV llegó gratis y 100% curado, y es importante que las empresas se transformen para entender la importancia de la innovación. Hoy se puede bajar fácil desde la web y no te pide ni tu correo electrónico. Se están cerrando tratos con algunos fabricantes de smartvts y uno de los más importantes distribuidores y empresas celulares', concluyó.

## Pluto TV se afianza en América Latina

Más de 14.000 hrs de contenido gratuito 100% curado

Desde su lanzamiento en América Latina, Pluto TV no para de crecer, una plataforma gratuita para el usuario final que junta la televisión normal con lo mejor de lo digital.

Hace poco más de 3 meses que Marco Nobili asumió como VP Senior de estrategia y negocios emergentes de ViacomCBS para Latam, Canadá y US Hispanics, en dialogo con Prensario, habló sobre el éxito de Pluto TV en Latam: 'Ha tenido una evolución espectacular en América Latina, la demanda que ha recibido en los 17 países ha sido extraordinaria. Sin lugar a duda descubrimos que hay espacio para una plataforma de streaming gratuita que incluye lo mejor de la televisión normal y de video bajo demanda. La facilidad de uso es una gran ventaja para el cliente, sin contrato, sin registro ni tarjeta de crédito; solo descarga y empieza a ver. Tenemos 44 canales

en América Latina y más de 14.000 horas de contenido bajo demanda. Hace poco lanzamos 6 canales nuevos, que se suman a una oferta que incluye películas, deportes como el nuevo canal de peleas, maratones de series, realities como Masterchef, contenido de stand-up de Comedy Central, contenido para niños como Nick clásico y mucho más. Recientemente también lanzamos unos episodios de la última temporada de Acapulco Shore y la última serie de Eugenio Derbez, Des Hecho En Casa; hay mucho contenido para diferentes audiencias.

### La mezcla de dos mundos

'Utilizamos los datos a escala para seleccionar los mejores contenidos y programas que podemos ofrecer, mientras que nuestros programadores y editores trabajan con esa información para crear canales únicos, que son nativos y exclusivos de Pluto TV. Es la mezcla de dos mundos, entre el mundo digital de la big data y

el del contenido curado'

### La novedad de los pop up channel's y cantidad de socios actuales

'Los pop up channel's son canales que lanzamos por un tiempo limitado como oferta especial de contenidos que queremos destacar. Esto le permite a los anunciantes poder patrocinar canales que tienen una prioridad alta en la oferta, y a los usuarios encontrar su contenido favorito para maratonear, como el recién lanzado canal de Star Trek.

Sobre la cantidad de socios, Marco dijo: 'Actualmente tenemos más de 70 socios de contenido y siguen creciendo, queremos llegar a tener en América Latina más de 80 canales de contenido, y a finales de año queremos lanzar Pluto TV en Brasil. Ya estamos trabajando con más socios de contenidos para tener una oferta customizada para lo que es el mercado brasileño', finalizó.



Marco Nobili, VP Senior de estrategia y negocios emergentes de ViacomCBS para Latam, Canadá y US Hispanics



## A+E Networks: Producciones en tiempos de pandemia y récords de audiencia



Eddy Ruiz

Eduardo “Eddy” Ruiz, presidente de A+E Networks Latin America, destacó en diálogo con Prensario cómo el equipo de producción de la compañía se adaptó a los retos impuestos por pandemia global desatada por el Covid-19.

‘Estoy orgulloso de mi equipo, están trabajando de forma espectacular, como si nada hubiera pasado. Uno puede ver los canales en el aire y no se nota que se esté trabajando de forma remota. Tenemos equipos que todos los días están produciendo las promos desde su casa. En el estudio, solamente tenemos el 20% de la gente’.

### Adaptarse a la cuarentena

El lograr adaptarse a trabajar de forma remota le permitió a la empresa empezar a ver el teletrabajo como una alternativa y no como una limitación: ‘Nos dimos cuenta que con los devices y software correctos, los locutores tranquilamente pueden realizar el trabajo de forma remota. Esto nos permite poder realizar todos los doblajes de nuestras producciones, sin la necesidad de un estudio’.

Incluso yendo más allá de la parte de producción, Ruiz señaló que: ‘Estamos agrandando el equipo, las últimas semanas contraté a dos jefes de ventas, los cuales no conozco personalmente y trabajaran en Brasil y México respectivamente’.

### Producciones en tiempo de pandemia

‘History en Estados Unidos no está hablando de pandemia. Sin embargo, en

Latinoamérica decidimos hablarle al público sobre la pandemia. Sabíamos que salir a producir se nos iba a hacer difícil con la cuarentena’.

‘Por ese motivo, History está haciendo dos especiales, con un entorno histórico sobre las pandemias que han existido en el pasado y las pandemias que van a venir en el futuro.

#EntrevistaHistory es una de las producciones que A+E Networks está realizando de forma remota para Youtube y Facebook, con entrevistas interesantes. Este formato se está haciendo para América Latina en idioma español y para Brasil en portugués’.

‘Con #EntrevistaHistory buscamos hacer algo contemporáneo, que sea fresco, nuevo y diferente. En una primera etapa, entrevistamos a especialistas los primeros 10 días, desde médicos hasta expertos en el tema. Luego llegará el turno de abordar a personalidades del mundo de la actuación’, dijo César Sabroso, VP sénior de Afiliados, Marketing y Comunicaciones de A+E Networks Latin America.

Para A+E se realizaron 2 especiales a través de la producción original *Metrópolis Ciudad de México. Metrópoli Special Edition Covid - Parte 1*, que fue emitido el pasado 5 de Mayo. *Mientras que Metrópoli Special Edition Covid - Parte 2*, se estrenó el 7 de Junio, además de hablar de actualidad de pandemia en México sumó datos de España, Italia y Argentina.

‘Por el lado de LifeTime, innovamos con un formato de Instagram Live, *Amor en tiempos de cuarentena*, que se transmite a través de la cuenta de Instagram del canal LifeTime (@milifetime), todos los martes a las 20:30 horas’.

Y remarcó: ‘La gente quiere ver entretenimiento y nuestro ecosistema no es solamente el televisor: el ecosistema son todas las pantallas agregadas, que cuando se suman tienen que reforzar y amplificar nuestra marca y nuestro contenido. Para generar una conexión emocional con el usuario’.

### Desafíos a futuro

‘El debate con las producciones, es ver

si las dejamos solamente en las redes sociales o nos atrevemos y las ponemos en pantalla también. Es algo con lo cual estamos pensando experimentar también’, detalló Ruiz.

De cara a lo que sucederá en el segundo semestre, el ejecutivo remarcó que ‘la gran mayoría de nuestro contenido viene de la casa matriz en Estados Unidos, que por obvias razones está cerrada. Nosotros afortunadamente acabamos la producción de *Desafío sobre fuego* en México, la última semana antes de que comience la cuarentena.

Ahora estamos con el reto de la edición, ya que es un programa que usa múltiples cámaras en simultáneo. Mientras que la segunda temporada de *Proyecto Libro Azul* está en el aire, a la cual le está yendo espectacular y sobrepasó nuestras expectativas’.

‘La pandemia nos obligó a mover algunas producciones durante el año, ahora estamos planificando hacia el segundo semestre, porque lo que teníamos, obviamente va a cambiar con el tema de los estudios y de los productos, ya que tenemos que doblarlos a español y portugués, esto nos demora desde 30 a 60 días’.

‘Nos vamos a encontrar con muchos retos, especialmente, la publicidad está en el piso, necesitamos que los anunciantes regresen otra vez y nos apoyen. Nosotros estamos apoyándolos a ellos en todas las áreas posibles, creo va a tomar su tiempo pero las cosas van a mejorar y cada país a su tiempo’, añadió Ruiz.

### Records de audiencia

Si bien el 2019 fue un gran año en términos de audiencia, logrando crecimientos históricos, el contexto actual de cuarentena llevó a que los televidentes consumieran cada vez más contenidos: ‘Estamos teniendo los mejores ratings de nuestra historia hoy en día. History, que cumple 20 años en octubre, ha tenido el mejor mes de su historia. Por el lado de A+E, abril fue el mes con picos más altos de rating en su historia’, destacó Eddy Ruiz.

 EUTELSAT



Eutelsat continúa impulsando el desarrollo de video en Latinoamérica. Hoy en día la disponibilidad de ancho de banda de los satélites de Eutelsat y su amplia área de cobertura son clave para la transmisión de contenido, garantizando que todos los espectadores reciban la misma calidad de señal dondequiera que se encuentren.

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

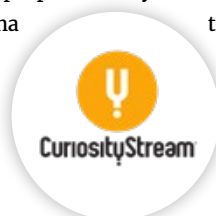
## CuriosityStream continúa expandiéndose en Centroamérica y LatAm

Con llegada a más de un millón de espectadores con Millicom

CuriosityStream debutó en América Latina a fines del año pasado con el lanzamiento en Totalplay de México y actualmente continúa expandiéndose, Jorge Franzini, Director de Contenidos y Desarrollo para CuriosityStream, dialogó con Prensario sobre la actualidad de la empresa.

‘Continuamos con la expansión a principios de este año, con la llegada a Millicom, que llevó la marca de entretenimiento factual a más de un millón de espectadores en Colombia, Nicaragua, Honduras, Panamá, Paraguay, Costa Rica, Guatemala, Bolivia y El Salvador’.

‘Estamos ampliando nuestra propuesta de valor al mercado móvil con una oferta de contenido en español desarrollada específicamente para este tipo de dispositivos. Este año hemos visto un reconocimiento cada vez mayor de la marca que está generando un gran interés por parte de socios potenciales en diferentes territorios de América Latina’ indicó Franzini.



### Audiencia récord en tiempos de pandemia

‘La gente tiene curiosidad natural, y hemos notado un aumento en la demanda de programación de calidad de CuriosityStream, particularmente durante la pandemia, lo cual ha resultado en una audiencia récord. Nuestro mantra durante la pandemia ha sido “Mantente adentro, Mantente curioso”. Somos una ventana al mundo desde donde reforzamos los valores de la familia latinoamericana a través de la educación y las oportunidades que surgen mediante la exploración del mundo con nuestros programas’ sostuvo el director de contenidos.

### Nuevas producciones y producciones consolidadas

‘Incluso durante la pandemia, nos hemos concentrado en dar a nuestros televidentes contenido nuevo, entretenido y exclusivo. Para hacerlo, realmente hemos tenido que pensar de forma original e implementar nuevas estrategias de producción, para

asegurarnos de brindar el mismo contenido de calidad que nuestro público espera. A principios de marzo, antes del inicio de la pandemia en nuestro continente, comenzamos la producción de programas sobre el estado del coronavirus, con las últimas estadísticas y la participación de expertos médicos a la vanguardia de la lucha contra la enfermedad. Hasta la fecha, con la ayuda de los principales peritos mundiales, hemos producido cinco episodios sobre el coronavirus para nuestra serie Breakthrough, que abarcan temas como la carrera hacia la vacuna y los efectos psicológicos de estar en cuarentena, todos disponibles en español’.

‘Actualmente estamos en producción de un sexto episodio que se estrenará en las próximas semanas, así como un especial que abarcará historias de todas partes del mundo y que se estrenará en el otoño. Fuera de

nuestro enfoque en el coronavirus, también seguimos avanzando en nuevas producciones con cineastas de todo el mundo. Por ejemplo, nuestra próxima serie consta de 5 partes, My Wild Backyard (Mi patio salvaje) y presenta episodios completamente dedicados a la Patagonia y México, también disponibles en español. Por otra parte, tenemos programas originales que incluyen una coproducción con NHK titulada, Space Phenomena and Asteroids: The Source of Life?, nuevos episodios de Bright Now y Breakthrough, Rio Grande: The Great Saga, 50 nuevas producciones que saldrán pronto provenientes de una de las principales creadoras de documentales de historia natural, DocLight's y Children of the Stars que ha demostrado ser popular. Además Crime Scene Solvers, Behind the Artist y The Case presentarán lo mejor en ciencias de la investigación para los amantes de los programas de crimen y misterio. Estamos ofreciendo a los espectadores la visión única de CuriosityStream sobre la historia con series como Butterfly Effect, Apocalypse: WWI, Pompeii: Disaster Street, Scanning the Pyramids y próximamente una exploración sobre lo que hace que una casa sea un hogar en The History



Jorge Franzini, Director de Contenidos y Desarrollo para CuriosityStream

of Home’, señaló Franzini.

### Prioridades de ventas para el resto del año

‘Los equipos de ventas están enfocados en crear más oportunidades de visualización en todas las plataformas de medios, incluyendo la telefonía móvil. Con nuestra amplia oferta de contenido, sentimos que tenemos soluciones únicas para retener el interés de los espectadores. Estamos trabajando con sólidos equipos de contenido regionales y panregionales, para facilitar a los espectadores el acceso a CuriosityStream. Además de los nuevos programas para este año, estamos ampliando nuestra oferta de programación’ agregó el ejecutivo.

### Expectativas para América Latina post pandemia

‘CuriosityStream está haciendo una inversión significativa para convertirse en un canal latinoamericano para audiencias latinoamericanas. También esperamos continuar trabajando con los mejores cineastas de la región, para mostrar algunas de las increíbles historias que provienen de esta zona, a nuestra audiencia internacional. Nuestro objetivo es convertirnos en el canal de entretenimiento basado en la vida real más fuerte de Latinoamérica. ¡Ponte curiosa América Latina!’, finalizó Franzini.

# TRANSFORMANDO COMUNIDADES



SES

www.ses.com

in SES Brasil  
in SES LATAM

# MBA Networks: Numerosos acuerdos de distribución en 2020

## Consolidación de su distribución digital

Matilde y Carlos Boshell de MBA Networks hicieron un gran balance a Prensario sobre el primer semestre del año: '2020 ha sido un año de grandes retos, pero también de grandes resultados para nosotros'. 'Es importante destacar el lanzamiento de **CuriosityStream** en los 9 territorios de **Millicom**, el lanzamiento de **A3cine** en **izzi** en mayo 2020 completando el portafolio de las 4 señales de **Atresmedia** con ellos. Y el lanzamiento de **Antena3**, **Atreseries**, **A3cine** y **¡Hola! TV** en **blim**. Adicionalmente, el 1 de mayo 2020 lanzamos **A3cine** y **Funbox 4K** en **Totalplay** y se obtuvieron más de 100 nuevos negocios para **Multipremier**, **MCHD**, **Antena3**, **Cine Latino**, **Pasiones**, **Caracol**, **TV5 Monde** y **Wobi**. En Cono Sur, retomamos la distribución de las señales **Cine Latino** y **Pasiones**, con renovaciones de acuerdos anteriores y ventas a clientes medianos en este mercado, así como un incremento en la demanda por **Multipremier** y **MCHD**'.



'También debemos resaltar el lanzamiento de **A3cine** en **Cablevisión Argentina** el 1 de mayo 2020, en la oferta básica digital y en **Flow**; el crecimiento que ha tenido el consumo de contenidos VOD de la oferta de **Atresmedia** en esta plataforma en los últimos 6 meses ha sido muy grande. Adicionalmente, en **Cablevisión Paraguay** se lanzaron las señales **Antena 3**, **A3series**, **A3cine**, **¡Hola! TV** y **Pasiones**', destacó Matilde de Boshell. 'En **Movistar Argentina**, logramos obtener full distribución de las señales **¡Hola! TV** y **A3series** en su plataforma de IPTV. En **Movistar Colombia**, conseguimos full distribución de **A3Series** en el básico del DTH, IPTV y **Movistar Play**, con una muy buena audiencia de la señal lineal y un gran consumo de VOD que está disponibles en el OTT. Igualmente, el 1 de julio 2020, se lanzó **Pasiones** en el paquete básico de IPTV y en la misma fecha en **Movistar Perú** se incluyó **¡Hola! TV** en el paquete estándar del DTH, y se amplió la distribución de **A3series**, agre-

gándole al paquete estelar HD', resumieron Matilde y Carlos.

### Consolidación de la distribución digital con Mediastream

'Durante la pandemia hemos aprovechado para consolidar nuestra plataforma de distribución digital de contenidos con nuestro socio tecnológico **Mediastream**; hoy servimos más de 50 señales digitales en todo Latinoamérica y vamos creciendo exponencialmente, con un modelo de negocio B2B enfocado a no generarle costos administrativos ni de equipos a los programadores, y bajar la barrera de entrada activándose las señales en minutos después de la firma de los contratos. El contenido por demanda también ha dado un giro interesante, pues estamos trabajando en consolidar nuestro portafolio VOD y ofrecerlo a través de modelos de negocio disruptivos que permitan la democratización de los mismos', señaló Carlos Boshell.

### Novedades de producto

'Paralelamente, hemos realizado esfuerzos por consolidar varios de nuestros nuevos productos del portafolio, como **CuriosityStream** que ya en julio de este año estará un 60% doblado al español y en noviembre en un 90%, lo que generará una explosión en la demanda. Igualmente, la consolidación de la oferta de **Tarima**, que es la única señal en la región dedicada 100% a conciertos en vivo y sin cortes comerciales. También vale la pena destacar **Rektv**, **Motoadv** y **Fight Time** del grupo **Telematic** de España, que sumamos hace pocos meses, pero ya con muy buenos resultados en distribución. **Latin Angels** y **Show Business**, también hacen parte de nuestros nuevos contenidos. Por último, contamos con **SPI International** de 6 señales de diferentes géneros



Carlos y Matilde Boshell con Daniel de Simone y Mariana Silveira de Millicom, Jorge Tatto de MVS, Fernanda Merodio de Pasiones y Mar Martínez de AtresMedia

y 2 señales eróticas de altísima calidad'. Por otro lado, estamos listos con la oferta de algunos servicios SVOD como el **A3player**, que agrega las 4 señales lineales y todo el contenido VOD de **Atresmedia**, por suscripción. Ya estamos en conversaciones muy adelantadas con dos de los principales jugadores pan-regionales para sus ofertas OTT. Igualmente contamos con **Filmbox Live** que ofrece las 6 señales lineales y más de 1,000 assets de contenido VOD del grupo **SPI International**', señalaron los Boshell. **MBA Networks** se ha convertido en un "One Stop Shop" del mejor contenido independiente disponible para la región'.

### México y Centroamérica

'Con respecto al mercado mexicano, las prioridades que tenemos son principalmente el lanzamiento del **A3Player** y la consolidación de productos como **CuriosityStream**, **Wobi**, **Caracol**, **Pasiones**, **Tarima** y **Latin Angels**, entre otros. En Centroamérica nos enfocaremos en promover nuestra plataforma digital y en seguir fortaleciendo alianzas de distribución con dos socios estratégicos, con quienes hemos trabajado durante más de 10 años, atacando el mercado de clientes pequeños y medianos, así como promover con mayor fuerza nuestra oferta de contenidos para que sean distribuidos a través de los principales jugadores en esta región como **Millicom** y **Claro**', concluyeron los ejecutivos.

# EKT



we will hook you up with  
**winning  
MIDDLEWARE**



we will hook you up with  
**the best  
DESIGNS**



we will hook you up with  
**leading  
CAS/DRM**



## THIS IS THE TIME TO CHOOSE SOMETHING THAT WORKS

EKT - pre-integrated with the marketleaders ready to deploy remotely

**WAT** | Working Apart Together

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

**RDKtv**  
Connected & Integrated by EKT

**Linuxtv**  
Connected & Integrated by EKT

**Androidtv**  
(Hybrid) platform by EKT

for the best set-top box, visit us on:  
[WWW.EKT-DIGITAL.COM](http://WWW.EKT-DIGITAL.COM)

## Mórbido TV lanza su OTT UMBRA para la región

Para potenciar su ecosistema de más de 4 millones de usuarios

**Eduardo Caso**, Director General de **Mórbido TV** y socio de **Simma Media** para la distribución de esa y otras señales en Latam, expresó las fortalezas del canal de terror: 'Mórbido TV es un canal que atiende un mercado particular, el cual viene creciendo a un ritmo más acelerado por la pandemia. El mercado de videojuegos/Sci-Fi/Terror atrae al mismo tipo de usuario'. 'Otra fortaleza es que no sólo hablamos de lo que sucede en nuestro canal, estamos atentos a otros contenidos, estrenos, etc., de otras plataformas, así como de exhibidores para dar información a nuestros usuarios'. Y agregó: 'El volumen de personas en nuestro ecosistema es de más de 4 millones

usuarios a través de redes sociales. En el festival tenemos más de 30,000 personas que participan durante la muestra de cine, del **Mórbido Fest**, con comunicación directa a más de 1,000,000

### Se lanza UMBRA el OTT que llegará a Centroamérica

'Estamos por lanzar oficialmente **UMBRA**, que será nuestro servicio de OTT stand alone y que podrá vivir en plataformas de los operadores de TV. Lo hemos trabajado para que no sólo sea un lugar de contenido audiovisual, si no que tendremos podcast con temas del género de terror, ciencia ficción y demás subgéneros.



Alfonso Monroy y Eduardo Caso de Mórbido

La señal ahora empieza a ser ofrecida en Centroamérica ya que antes no contábamos con servicio de entrega vía satélite. Estamos en la mejor disposición de poder trabajar con cualquier operación sin importar el tamaño de la misma'.

## Havoc: presente con TotalPlay

También con Claro para Argentina y otros países

**David Vargas**, CEO de **Stream Republic** y **Havoc** con sede en España, remarcó a **PRENSARIO** que: 'Havoc inició su presencia en México hace 4 años y ahora estamos expandiéndonos en el resto de territorios de LATAM, enfocándonos en la cultura Milenial y con subtítulos en español'. Y agregó: 'Estamos seleccionando contenido para atraer los gustos de los mercados de LATAM y México. Traeremos contenido de de-

porte, música y cultura de representación local dedicados a la generación Milenial y GenZ. Hemos firmado un acuerdo con **Claro** para comenzar en Argentina y esperamos expandirnos rápidamente a todos los mercados. En México, lanzamos con **Totalplay** y les proporcionaremos el nuevo catálogo en agosto para mantener a sus espectadores conectados con las últimas tendencias de estilo de vida, deportes y música'.



David Vargas

## Kanal D Drama lanzará en julio La Dama Rebelde

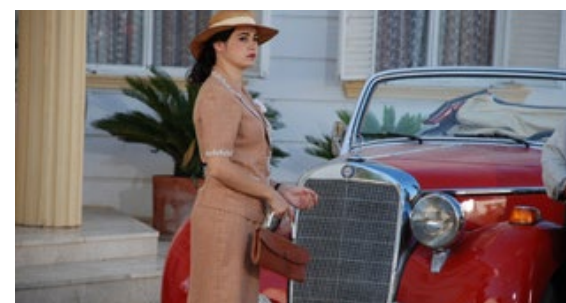
La **Dama Rebelde** llegará el 31 de julio por vez primera a América Latina, a través del canal de producciones turcas, distribuido y programado por **THEMA América** y **Kanal D International**. La serie cuenta la historia de amor y drama ambientada en los años 50.



**Francheska León de la Barra**, responsable de Mercadeo de **Kanal D Drama** en USA y Latinoamérica, comentó: 'Estamos encantados de traer esta gran producción en exclusiva para Latinoamérica, esperanzados

y seguros, que esta serie con importantes valores de producción, tendrá una gran acogida entre la audiencia y aceptación por parte de las fans de los dramas turcos'.

Está basada en la novela de **Orhan Kemal**, conocido por sus historias inspiradas en la vida rural de Turquía, y narra la historia del amor inocente de Güllü hacia Kemal y de cómo el poder y el dinero la van distanciando de la tan ansiada felicidad. Kanal D Drama está disponible en Argenti-



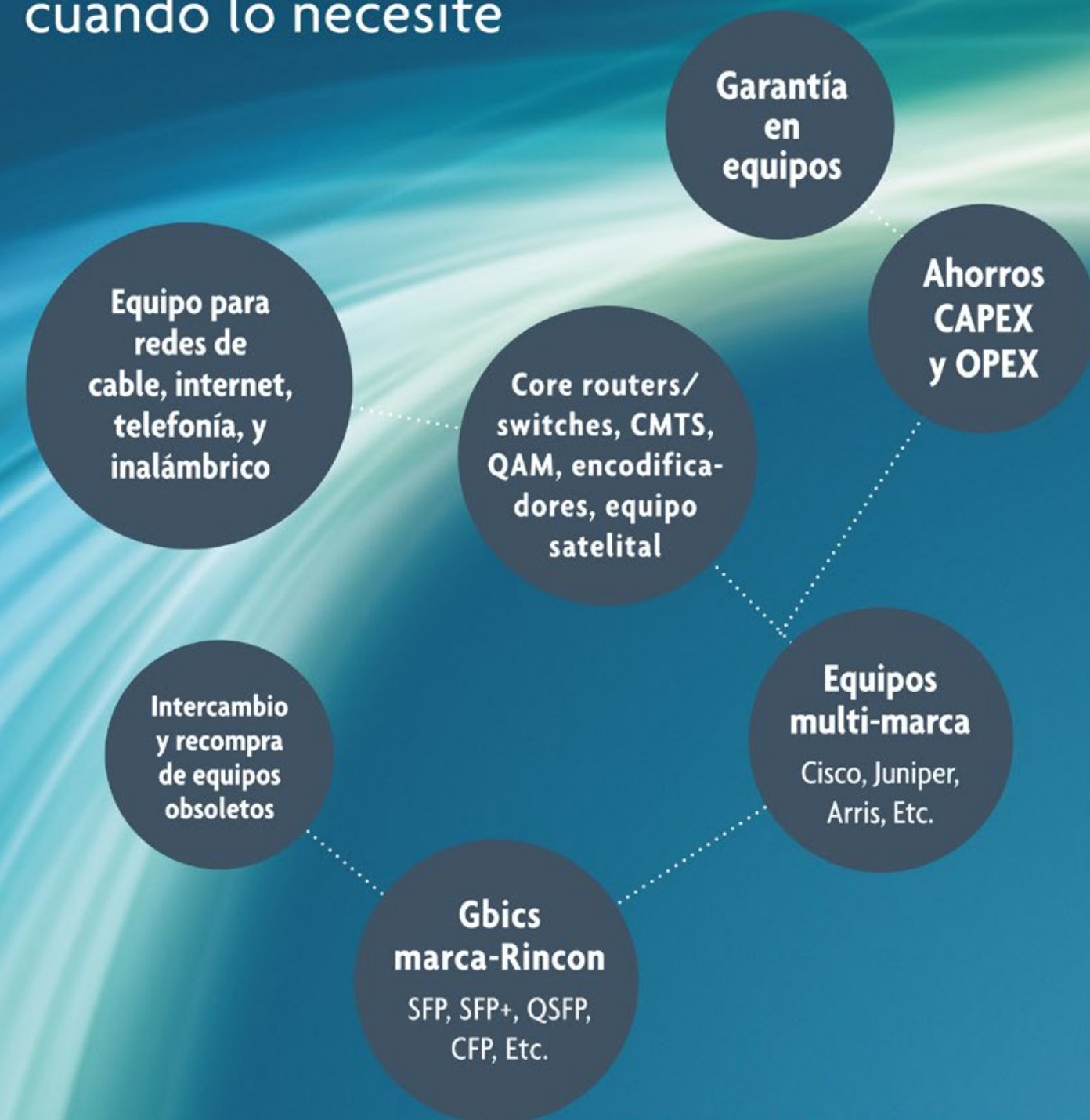
Lady's Farm

na, Bolivia, Chile, Ecuador, Panamá, Perú y Uruguay. **THEMA América** cuenta con todos los derechos digitales disponibles del canal, para cualquier servicio OTT, cable, satélite u operador independiente.

# RINCON

## EQUIPO Y SERVICIOS

Lo que necesite, cuando lo necesite



CAMBIE LAS REGLAS  
www.rincontechology.com

## Xtime Channel y CineClic, siempre a la vanguardia

Ahora están disponibles para OTT

**Barrons Corp** fueron visionarios a la hora de elegir sus canales como empresa dedicada al mercadeo de señales de televisión por cable y la producción de contenidos para Latinoamérica. Por la ocupación de sus socios, tienen experiencia en las bondades de la tecnología y conocen las posibilidades de la televisión paga, remarcó a **Prensario Batista Galizia**, su responsable comercial para Latinoamérica.

El grupo comenzó en 2009, cuando empezaron con **XTIME Channel**, una señal de televisión paga con estrenos semanales de películas subtitradas y dobladas al español que hoy llega a los países latinos de habla hispana con el ambicioso título de Tu cine en casa que tenía antes que nadie la percepción de dar contenido premium en el servicio básico a los operadores.

De la misma manera, ser adelantaron al

suceso de las series y en 2012 comenzaron con **Cineclick**, un canal que ofrecía series premiadas y reconocidas por el público como *True Blood*, *Mad Men*, *Grey's Anatomy* y *Numb3rs*, entre otras.

Ambos canales tuvieron muy buena distribución especialmente en la región Andina por el trabajo de distribución de **Hortensia Espitaletta** y su empresa **Signal**, y también avanzaron sobre México y el resto de los países.

Luego hicieron un acuerdo estratégico con **Miami HD Media**, una compañía con experiencia en media networks. Esta alianza nos permite dedicarnos a la producción de contenidos y brindar servicios innovadores de producción y postproducción en el ámbito de la televisión paga.

Ahora según, adelantó Batista a Prensario, están entrando con fuerza en la era



Batista Galizia con Prensario en Miami

del OTT y para eso están buscando buenas alianzas para llegar a los nuevos ISPs, Internet Service Providers, que están abriendo mercado en toda la región.

Esto podrá ser para paquetes pre armados que se les ofrezcan a estos nuevos operadores, pues tienen todos los derechos para ofrecer el material de sus señales en OTT o VOD. Igualmente, también avanzarán con una solución propia para ISPs y cableoperadores que puede generar gran repercusión en toda la región.

## Band Internacional: Creciendo en la región

Tras el lanzamiento con Claro en Colombia

**InteracTV** de Brasil, liderado por **Marcelo Assumpção**, empezó un proceso de internacional de **Band Internacional** y el resto del grupo de canales del **Grupo Bandeirantes**, con contenido brasileño de calidad y sin fronteras.

**Band Internacional** con su canal insignia está actualmente disponible en países como Estados Unidos (el primer país de alcance, en el que se lanzó en 2007), Angola, Mozambique, Paraguay, Argentina y Uruguay, entre otros como Colombia con Claro, en un gran paso que se hizo efectivo a fin del año pasado y que puede marcar tendencia. Por eso está buscando crecer también en mercados como México y Centroamérica. Por eso Assumpção estuvo en Convergencia el año pasado y sigue de cerca las oportunidades en el mercado mexicano con sus diferentes alianzas.

El canal tiene una programación diferenciada para transmitir programas también de los canales **BandSports**, **BandNews TV**

y **Arte 1**; todos los emisores pertenecientes al Grupo **Bandeirantes**; además de la señal de **Band TV**.

Su programación es generalista y a su vez también por supuesto sirve para la gran cantidad de ejecutivos y migrantes brasileños que hay en México y en otros países.

Entre su contenido se destaca el *Jornal de*



Marcelo Assumpção

**Band**, clave durante la pandemia con todo el seguimiento a lo que pasa con el virus y el gobierno de **Bolsonaro**, todo el debate del fútbol brasileño con *Jogo Aberto*, y programas únicos como *Band Folia* con el carnaval popular de Salvador.

## Inti: foco en el medio ambiente

Con la pandemia y la nueva conciencia sobre el medio ambiente se hizo más relevante que nunca la programación con foco en el medio ambiente, el bienestar personal, el ejercicio y la vida saludable de **Inti Networks**, liderada por **Xavier Alvarado**. Ya el año pasado hicieron una presentación en México y hay muchas expectativas con el mercado.



Xavier Alvarado

## MAXIMIZE THE INTELLIGENCE OF YOUR NETWORK

with our

### Shielding Integrity Solutions

THE INTELLIGENCE of a network lies in its ability to collect, transmit, analyze and use information to make informed decisions.

Given the importance of evolving, leakage and ingress detection management is at the heart of smart networks.



cpatflex.com • info@effigis.com

**effigis**  
GEO SOLUTIONS

### ESNE | TELEVISIÓN CATÓLICA

OFRECE PROGRAMACIÓN PARA TODA LA FAMILIA

**FAMILIA**

**DOCUMENTALES**

**INFANTIL**

**JUVENIL**

**MUSICALES**

**NOTICIAS**

▶ En vivo Viajes Apostólicos del Papa Francisco y eventos especiales del Vaticano

▶ En vivo el Santo Rosario desde la Basílica de Guadalupe

▶ En vivo Eventos Metanoías para Mujeres, Jóvenes y Familia

Contacto:  
**Ana Barajas**  
+1 (818) 743-3190  
+1 (773) 777-7773  
abarajas@elsembrador.org

Disponible en:

Latino América: Totalplay, Claro-tv, iZZI, MEGACABLE

Estados Unidos: DIRECTV, DISH LATINO

## TV5 Monde: Imagen y programación renovada para toda América Latina

TV5Monde, la primera cadena mundial televisiva en francés, cuyo objetivo primordial es difundir y compartir la diversidad de culturas y puntos de vista, renueva su imagen y adapta su contenido con más de 13 hs de subtítulos por día para toda América Latina & Caribe.

Buscando adaptarse al público latinoamericano, ofrece a sus televidentes, en horario prime-time, el 50% de su programación subtitulada en castellano y

portugués, lo que le permite, además de constituirse en el canal de los francófonos y francófilos, en una señal para el público en general.

Entre el contenido destacado, la señal presenta películas y series de habla francesa, noticias las 24 hs del día, eventos deportivos por semana como el Tour de France, Liga Francesa de Fútbol, Rugby, documentales, entretenimientos para niños y adolescentes y una gran variedad de



Jorge Fiterre y Willie Hernández de Condista con Lizbeth Erickssen y Frederic Groll-Bourel de TV5

programas para todos los gustos (moda, arte, gastronomía, lujo, etc).

## BBC Worldwide: Sports Today con la Premier y la F1

Más Fuertes que nunca

Lizette Zárate de Castalia, distribución de BBCW para Latinoamérica, destaca sobre la programación, los contenidos: *Talking Movies*, *Click*, *The Travel Show* y *Sports Today*, que estarán cubriendo la Premier League y la F1.

Vale destacar que BBC tiene una relación única con la Premier League, y eso le permite traer noticias del fútbol mucho más completas y un análisis de clase mundial. Esta temporada creció tanto la audiencia, con la

pandemia, las como herramientas interactivas.

De la misma manera se está cubriendo la F1 2021, con todas sus carreras hasta todo 2021, con mucho contenido de alto nivel de engagement.

## Sat Marketing se acerca a los 20 años en el mercado mexicano

Alfonso Guerrero es el reconocido representante de señales que está en el mercado como Sat Márketing desde 2002, con clientes como Arirang TV, que sigue hasta hoy, y todas las señales de Pramer, hoy AMC.

Dice que hay que evolucionar y su hijo Alfonso lidera el equipo de promedio de 30 años que viajan siempre a Corea y que tiene tres áreas principales: Representación de señales, comercialización de contenidos para TV y cine, principalmente K Dramas y KPop, y Marketing Digital, con campañas y activaciones. Hoy están poniendo foco en Arirang TV y Outdoor Channel. ArirangTV es un canal público y gratuito, creado por el gobierno de Corea del Sur, para conectar a Corea con el mundo, en inglés por medio de 7 satélites y subtítulos algunos programas a varios idiomas. Su programación consta de 4 noticieros día-



rios en vivo, entrevistas de fondo, avances en tecnología, programas para emprendedores, con ideas y soluciones, y mucho K Pop, el ritmo de moda.

Outdoor Channel, es un canal de deportes de los Estados Unidos, producido por el Outdoor Sportsman Group - Network, propietarios de Sportsman Channel, World Fishing Network y Outdoor Channel, para los amantes de la caza y la pesca, con safaris, tips, programas ambientales, torneos y hasta películas. Se transmite la misma señal estadounidense, en inglés, con la mejor calidad técnica.

Guerrero expresó que: 'Hoy es obligación de los distribuidores de contenido, ofrecer alternativas para cubrir las necesidades de un público cada vez más exigente y disperso. En SatMkt, estamos trabajando en ofrecer nuestras señales en medios alternativos, además de contenidos de calidad, como



Alfonso Guerrero y Hojin Chang de Arirang TV

los de K Dramas, también tenemos series cortas coreanas con temas principalmente juveniles, en ambientes sanos, actuales o de época, doblados en México al español neutro'. Según destaca Guerrero, 'el manejar Arirang TV por tantos años, nos ha abierto un nuevo mundo. Ahora estamos trabajando en la versiones en línea de nuestros canales, nuevas opciones de contenido en la tv pública, hemos tenido mucho trabajo en campañas de marketing digital, esperamos pronto regresar a los cines, donde tenemos en la mira un Festival de Cine Coreano, para el 2021'.

# Skyworth

The Leader in DTH / ASO / Cable / IPTV



3rd Largest STB Manufacturer Worldwide

**Bridging the Gap Between Ideas and Realities**  
**Connecting to the Future Smart Life**

MAIN OFFICES

Johannesburg, SA Delhi, India Shenzhen, China Vienna, Austria Mexico City, Mexico

Find Our Local Representatives at :  
DiegoCarrera@skyworth.com  
Mendezv@skyworth.com  
Our Website: en.skyworthdigital.com

## DW: Programación generalista

DW estuvo presente este año con **Sylvia Viljoen** y **Andrea Hugemann** en Natpe de Miami, y luego con su stand habitual en Andina Link Cartagena con **Cristina Peláez**. El énfasis está puesto en el carácter vanguardista de la programación generalista de la señal 24/7 en español. Esto con sus nuevos programas tanto para públicos masivos como específicos. Una de las últimas novedades RPM (*Revoluciones por Minuto*), sobre autos y

movilidad con pruebas mecánicas y tecnologías respetuosas del medio ambiente, entre ideas sorprendentes y visiones futuristas. También sobresale el programa de 15 minutos de *Todo deporte*, que trae historias de cómo el deporte cambia vidas, por supuesto *Todo Gol*, con todo el resumen de la Bundesliga que tiene muchos jugadores latinoamericanos y que volvió con la pandemia, antes que ninguna otra liga, y el nuevo programa *A Fondo* como nuevo for-



Sylvia Viljoen y Antonio Tello en Convergencia 2019

mato de entrevistas que va directo al punto, argumentos claros y debates sin rodeos con una mirada internacional.

## Clan Internacional: el canal infantil de RTVE para América

**Clan Internacional** es la propuesta temática del grupo **RTVE**, dirigida a los más pequeños de la casa, los niños hasta los 12 años, pero centrándose principalmente en los de edad preescolar (2-4 años), escolar (4-7 años). Su parrilla de programación, elaborada por un grupo de educadores, psicólogos y ejecutivos de televisión, destaca a *Los Lunnis*, programa premiado por su “espí-

ritu positivo” y mejor Proyecto RSC en el sector audiovisual, *Cleo y Cuquin*, *DinoCore*, *Invizimals*, *Cocina con Clan*, *Tutu*, y otros. **Clan internacional** está consiguiendo una rápida penetración en el continente americano. Desde su lanzamiento en Colombia en el año 2017, los operadores de los distintos países han ido viendo el gran potencial que tiene. En la actualidad el canal forma parte



de la oferta de más de 50 operadores de 16 países como México, Colombia, Argentina, Chile, Ecuador, Perú, Bolivia, República Dominicana, Puerto Rico o, recientemente, Estados Unidos, y llega prácticamente a 1,5 millones de abonados.

**The World On**  
*arirang*

**Corea es cultura y tradición.**

**Pero también es:  
K-pop, Noticias, Tecnología  
y Soluciones a COVID-19.**





**Representantes**  
www.satmarketing.com  
alfonso@satmarketing.com

# Dielectric®

WILL HELP YOU  
**WIN THE BATTLE OF THE FM BANDS!**

Whether you're **rockin'** or **hip-hoppin'**, **Texas two-steppin'** or **blastin'** the classics, **Dielectric** has the antenna with the perfect power, price and profile for your station.

GET YOUR RADIO ON: CALL 800-341-9678 TODAY!

[Dielectric.com](http://Dielectric.com)



**MADE LOCALLY,  
SOLD GLOBALLY.**

America's leader in antennas and RF systems since 1942 has also been spreading its expertise around the world ever since.

Today, our antennas are a beacon of clarity and efficiency in Mexico, Brazil, the Philippines, and Africa.



Dielectric antennas in Rio de Janeiro, Brazil.



Fabrication at our Raymond, Maine facility.

# Dielectric®

Trusted for Decades. Ready for Tomorrow.

[Dielectric.com](http://Dielectric.com)



## Grupo Multimedios: Se afianza en México como cadena nacional

Y sigue creciendo en Costa Rica

Tras el gran crecimiento del **Grupo Multimedios** como cadena nacional en México y con sus filiales en Centroamérica, tuvimos la oportunidad de contar con las declaraciones de su director general **Guillermo Franco**. Acerca de la posición que ha alcanzado el Grupo Multimedios en México, Franco le remarcó a **PRENSARIO** que: 'Hemos avanzado varias posiciones a pesar de no tener la cobertura de las cadenas nacionales. Llegamos al cuarto lugar en audiencias con una menor cantidad de repetidoras, eso es un gran mérito'. Hoy Grupo Multimedios está consolidado como cadena nacional llegando a más de la mitad de la población de la República Mexicana. Y van por más, pues el plan de expansión que han implementado en los últimos años sigue buscando crecer en base a afiliaciones y a TV de paga, lo cual no es menor, tras la

gran experiencia que el grupo ya tuvo en su momento con **Cablevisión Monterrey**.

### Efectos positivos y negativos durante la pandemia

Franco sostuvo que han tenido un incremento de audiencias, especialmente en los noticieros que son una de sus fortalezas. Ellos están apostando muy fuerte en materia de programación a noticias, revista y entretenimiento en vivo que debe hacerse de manera remota y eso también implicó una gran inversión para que los periodistas y talentos trabajen desde sus casas. Eso los ubicó entre los principales clientes de varias marcas líderes. En general en lo tecnológico hicieron fuertes inversiones que se ven también en todos sus centros de emisión. Pero, por otro lado, la economía en general se ve impactada con la pandemia, y más



Guillermo Franco

en una apuesta como la que están haciendo. De todas maneras, Guillermo remarcó que entre las prioridades de trabajo para lo que queda del año está 'seguir cuidando la salud de nuestros colaboradores'. Desde el punto de vista regulatorio en México, a poco más de un año de la asunción del actual gobierno, le preocupa la posible desaparición del IFT, como ente autónomo que le da un marco a toda su expansión. En cuanto a su señal internacional de pay tv, destaca su penetración en USA para la gran población mexicana y latina general, y también cuenta Franco que tiene penetración en Costa Rica donde esperan seguir posicionándose también en el futuro.

## Multimedios México produce, transmite y se adapta eficientemente

La pandemia producida por el Covid-19 ayudó a apresurar los procesos de automatización y producción vía remota en **Grupo Multimedios**, explicó a **PRENSARIO** su director general de Operaciones y Tecnología, **Enrique Calderón**.

'Esta contingencia sanitaria nos llevó a tener un cambio brusco en esta transformación digital en muchas de las unidades de negocio. En la parte de televisión, que ya sabíamos que teníamos que pasar a digital, se hizo más rápido. Esto nos obliga a utilizar herramientas de colaboración en la parte de video, como las videoconferencias, las cuales adaptamos y pudimos hacer producciones a distancia tanto en **Milenio TV**, como en **Multimedios TV** con aplicaciones como **Zoom** o **Facebook**. Incluso en algunas coberturas de Multimedios Ciudad de México y Monterrey también usamos la aplicación de **LiveU** y pudieron hacer noticieros desde sus casas.', comentó Calderón.

Y dijo: 'Soluciones de empresas como **AWS Elemental** o **Haivision** han tenido bastante auge. Básicamente jugaron un papel clave e importantísimo para hacer producciones de manera remota y no descartamos la utilización de herramientas en la nube como **AWS** y

montar un par de servicios remotos en caso de una contingencia o una emergencia'.

Sobre la operación de la televisora mexicana durante la contingencia sanitaria, el director de tecnología consideró: 'Esto es un parteaguas para realizar cosas de manera diferente. La transformación digital nos obligó a cambiar muchas cosas; nos permitió cambiar nuestra manera de operar y después de esto creo que las cosas ya no van a ser igual. Podemos operar de manera remota al 100%, no necesariamente se tendría que depender de las instalaciones para producir contenido'.

Y agregó: 'De alguna manera, nosotros estábamos preparados. Utilizar plataformas como **LiveU** fue un habilitador de colaboración y gestión de contenidos. Algunos de nuestros puntos de contribución son IP, lo cual facilita bastante las cosas. Ya muy poca gente utiliza los satélites, además de que es caro'.

Calderón mencionó que una parte fundamental ha sido la utilización de dispositivos móviles: 'Para la cobertura de Multimedios TV tuvimos que habilitar la parte de telefonía celular, porque había más reporteros que estaban cubriendo aspectos relacionados con la pandemia. Nosotros compramos poco



Enrique Calderón

más de 80 equipos de **LiveU** en todo el país; para Multimedios agregamos unos 20 y para **Milenio TV** otros diez y todos están en la calle todo el día y llega el punto en el que por el uso se averían y entonces hubo que arreglarlos. Tuvimos bajas de estos equipos y es un tema complicado. Hemos tenido que utilizar teléfonos celulares para las coberturas. Claro que se necesita que cuenten con una buena cámara, con un kit para estabilizarlo, y un micrófono broadcast, y con aplicaciones de colaboración de video como **LiveU** o **Skype**. Con eso hemos estado saliendo al aire utilizando todos los equipos como si fueran una extensión de los **LiveU**. Por ejemplo, recientemente en Guadalajara tuvimos una protesta pública y toda la cobertura la realizó una persona del equipo editorial de Guadalajara utilizando únicamente su teléfono celular y esa cobertura se transmitió en **Milenio** y **Multimedios** a nivel nacional y el gran trabajo se vio reflejado en los puntos de rating, que fueron muy altos' destacó Calderón.



Crear  
Controlar  
Conectar

Contenido a su manera

## FLUJOS DE TRABAJO IP

¿Estándares abiertos?

¿La más completa cartera IP?

¿Switch IP COTS?

¿Configuración dinámica, control y monitoreo?



¡SÍ,  
HACEMOS  
ESO!

Con la cartera IP basada en estándares abiertos más implementada del mundo, Grass Valley es el claro líder en IP para broadcast con soluciones escalables de punta a punta. IP más fácil que nunca con el control de sistema y la configuración de red simplificada de **GV Orbit**. Líder en IP, GV tiene la respuesta para cualquier pregunta sobre IP: ¡Sí, hacemos eso!



[www.grassvalley.com/ip](http://www.grassvalley.com/ip)



## Televisa aprovecha sus sistemas de trabajo remoto

Incorporados previamente a la Pandemia

Aún antes del COVID-19, Televisa incorporó a sus activos sistemas de captación, ingesta, colaboración y distribución de contenidos, así como de teletrabajo de sus colaboradores, ello como parte de la evolución tecnológica de la empresa, pero dadas las condiciones sanitarias, la implementación de estas soluciones fue oportuna, dijo a Prensario **Elías Rodríguez**, director general de Operaciones de la televisora mexicana.

‘Llevamos mucho tiempo utilizando herramientas de este tipo, que favorecen trabajar de esta manera. Siempre buscamos las mejores tecnologías para mejorar los flujos de trabajo y Televisa siempre ha estado a la vanguardia en muchas cosas y en especial en lo que nosotros manejamos, como tecnología IP, inteligencia artificial y todas las novedades que utilizamos, como el uso de la nube’, mencionó el ejecutivo.

Recordó que la empresa en otros momentos

ha incorporado adelantos tecnológicos: ‘Por ejemplo, tan sólo en el Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010 nosotros estrenamos por primera vez lo que le llamamos las webcams y no era más que una cámara utilizando todas las bondades de internet y todo mundo se sorprendía de cómo nosotros la utilizamos para hacer más eficientes nuestros flujos de trabajo’.

Rodríguez destacó que nuevas opciones como la utilización de entornos IP han actualizado la operación de la televisora: ‘Fuimos desplazando las transmisiones vía satélite por estas tecnologías en la parte de contribución y hemos probado todos, como LiveU, TVU y todas las marcas que están desarrollando estas tecnologías y las hemos probado y las hemos usado’.

Ante la prolongación del confinamiento, el aprovechamiento de tecnologías de produc-



Elías Rodríguez, director general de Operaciones de Televisa

ción remota se hizo necesario: ‘Donde más hemos utilizado la parte remota es la edición en la postproducción, pero eso también ya lo teníamos andado desde hace mucho. En noticias utilizamos un sistema Quantel, que se puede manejar incluso en una tableta. En deportes tuvimos que hacer una producción en la que el editor o el productor puede estar en Miami o en México, que fue el proyecto de TUDN. En drama también desde hace mucho hemos tenido una solución remota. Lo que nos limitaba eran los anchos de banda que tenemos en el país. Televisa tiene las herramientas y lo único que hicimos fue afinarlas y acercarlas a un número mayor de técnicos usuarios. Si antes lo utilizaban diez personas, ahora la utilizan 30’, concluyó Rodríguez.

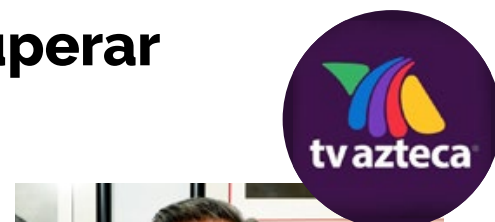
## TV Azteca tiene recursos para superar la contingencia sanitaria

‘Aún antes de que iniciara la contingencia sanitaria, TV Azteca ya contaba con los recursos tecnológicos necesarios para continuar cabalmente su operación, por ejemplo, con el uso de dispositivos portátiles de captación de imágenes o el aprovechamiento de las ventajas de la nube’, dijo a Prensario **Pedro Carmona**, director de Tecnología de TV Azteca.

‘En esta pandemia puedo decir que vamos muy bien, porque por un lado tenemos la fortaleza del talento y capacidad del personal que opera nuestra base de transmisión y en la parte de contribución y distribución tenemos una plataforma de personal altamente calificado que, congruente con las posturas de nuestro líder, desde el inicio de la pandemia, la enfrentamos con una fuerza redoblada, enfrentando la pandemia con los cuidados necesarios. Y eso fue suficiente para que nuestro trabajo pudiera ser muy eficiente. Se desarrollaron todas las actividades con una cobertura impecable’, dijo el director de tecnología.

Carmona destacó el aprovechamiento de tecnologías móviles para la realización de coberturas noticiosas: ‘Desde el punto de vista tecnológico, contamos con recursos muy actuales y arquitecturas novedosas en cuanto al proceso y manejo de las señales, que nos permiten capturar imágenes, que se transmiten a través de las señales satelitales tradicionales, a través de las maletas que transmiten a través de redes de telefonía celular. Con la ayuda de formatos IP, nos permite tener una cobertura remota muy completa y correcta’.

Y agregó: ‘Tenemos una gran plantilla de estos dispositivos portátiles, ya que necesitamos una cobertura muy grande, porque tenemos ADN 40 con 18 horas al aire en vivo, además debemos mantener toda la cobertura de nuestra parte de noticias tradicional en Canal 1. Alimentar ese cúmulo de noticias e información requiere de un despliegue importante. Utilizamos tecnología de tres



Pedro Carmona, director de Tecnología de TV Azteca.

diferentes fabricantes. El uso de tres marcas distintas nos permite complementar nuestra red de cobertura’.

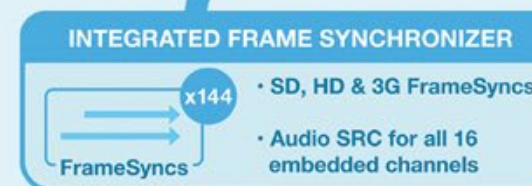
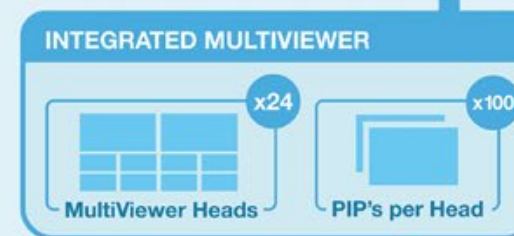
Con el aprovechamiento de tecnologías IP, TV Azteca ha mejorado sus procesos: ‘En la parte técnica hemos modificado de manera muy importante nuestros flujos del manejo de señales de video sobre IP, que nos ha permitido ser mucho más eficientes y más rápidos en la captura, distribución y contribución de nuestra señal’, subrayó Carmona.

# Ultrix

The Ultimate Software Defined Platform  
ROUTING · SIGNAL PROCESSING · MULTIVIEWERS



- ### FULL FEATURED ROUTER
- ✓ 144x144 in 5RU Chassis
  - ✓ SD, HD & 3G Routing  
12G 4K UHD software licensable
  - ✓ 3072x3072 Audio  
2048x2048 embedded audio I/O  
1024x1024 MADI option
  - ✓ Embedded Audio Processing  
De-Embed on every input  
Embed on every output  
Audio Processing Shuffle, Sum, Invert
  - ✓ Clean/Quiet Switching



- ### SOFTWARE DEFINED
- FrameSyncs, MultiViewers & 12G easily software license enabled
  - No special hardware, crosspoints, or cabling required

New!  
144x144  
with Software Definable  
SmartFabric™



- ### SAVE SERIOUS MONEY
- 90% ↓ Less real estate
  - 90% ↓ Less cabling & associated labor costs
  - 80% ↓ Less weight means less power, cooling & shipping

- ### NO THROW AWAY HARDWARE
- Functionality software licensable
  - No delay or cost associated with replacement boards

- ### PAY AS YOU GO
- Buy what you need today
  - Change & update functionality via software as required

- ### LIGHTNING FAST INSTALL & STRIKE
- Reduced from days/hours to minutes/seconds
  - Ideal for OB Vans, Flypacks & Studios



www.rossvideo.com/ultrix

ROSS  
LIVING LIVE!

## La Red busca incrementar ingresos para llegar a más mexicanos

Los medios públicos mexicanos no han contado con suficientes recursos económicos para llegar a un mayor número de televidentes. La importancia de su operación y distribución de contenidos es patente durante la pandemia, ya que a través de las televisoras gubernamentales se ha podido difundir información sanitaria y educativa, dijo a Prensario **María Teresa Velázquez**, presidenta de la **Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México**.

‘Continuamos revisando la manera en que los medios públicos pueden buscar financiamiento. Se está analizando la iniciativa de cobrar impuestos a las OTT y multiplataformas. Uno de esas salidas puede ser qué parte de esa recaudación sea para los medios públicos’.

La también directora general del **Sistema Zacatecano de Radio y Televisión (Sizart)**, mencionó que uno de las tareas pendientes que se emprenderán en la televisora, una vez pasada la contingencia sanitaria, es la multiplexación de una de sus señales: ‘Aún tenemos que multiplexar el canal 24.3. Ojalá los medios públicos tuvieran todos los canales multiplexados para llevar educación, porque hoy vimos que se tenía la necesidad de llevar la escuela a los niños y esta necesidad va a persistir después de la pandemia y tenemos que entrar a la era digital. Al final veremos a quién le fue mejor en esta pandemia y será a quien tenía más acceso a los datos, a la información, a los medios digitales. Nosotros podemos hacer eso: ayudar a la gente a través de la tecnología’.

Velázquez destacó el papel que han reali-




María Teresa Velázquez

zando los integrantes de la organización — 50 sistemas de radio y televisión de servicio público y permissionados a gobiernos estatales, instituciones educativas y sociedad civil—, durante la crisis generada por la pandemia: ‘Tener esta red ha sido una gran fortuna, porque como nunca, en esta emergencia hemos estado trabajando para las audiencias todos juntos. Siempre lo hacemos, pero en las emergencias es cuando se visibiliza la importancia de poner en el centro a la audiencia y llevarle lo que necesitan. Estamos informando constantemente a la población de lo que ocurre’, concluyó la directiva.

# 4K HEVC BROADCAST ENCODE / DECODE

TRADITIONAL BROADCAST FEATURES WITH ADVANCED NETWORK OPTIONS



## 9992-ENC-4K-HEVC

4K or QUAD 2K HEVC ENCODER with 12G-SDI IN & IP/DVB-ASI OUT

## 9992-DEC-4K-HEVC

4K or DUAL 2K HEVC DECODER with 12G-SDI OUT & IP/DVB-ASI IN

The 9992-ENC and 9992-DEC cards for openGear® employ the latest FPGA technology and are software licensable to meet the evolving needs of your facility. They also have expansion capabilities for SMPTE 2110, 2022-6/7 and beyond.

COBALT DIGITAL ENGINEERING BEYOND THE SIGNAL™

2018 TECHNOLOGY AND ENGINEERING  
**EMMY**  
RECIPIENT

+1 217 344 1243  
sales@cobaltdigital.com  
cobaltdigital.com

COBALT



## Ofrecemos Soluciones para la Industria de Media & Entertainment

- Servicios en la nube
- Integración de sistema 360°
- Soluciones Broadcast
- Producción Remota

### Nuestros Partners



[www.comtelsat.com.mx](http://www.comtelsat.com.mx)

correo: [broadcast@comtelsat.com.mx](mailto:broadcast@comtelsat.com.mx) Tel: +52 (55) 1579 7000

## La Octava México realiza producción remota eficiente

Las operaciones de **La Octava**, el canal de TV abierta en México y parte de **Grupo Radio Centro**, han marchado de manera eficiente, aún a pesar de la contingencia sanitaria, ello a tan sólo un año de haber iniciado transmisiones y gracias al aprovechamiento de soluciones tecnológicas para la producción remota.

**Alberto Castro**, director general técnico del canal, afirmó a **PRENSARIO**: 'Fueron diversos los retos que tuvimos cuando iniciamos La Octava, hace un año. Principalmente que fue muy poco el tiempo que tuvimos para entrar al aire y por ello hubo algunos tropiezos, pero afortunadamente sacamos todo adelante. Y vamos tomando nuestro camino para hacer de éste un proyecto exitoso'.

Destacó las soluciones provistas por los principales desarrolladores tecnológicos: 'Una de las innovaciones más importantes del canal es **Brainstorm** y sus escenografías virtuales. Es una herramienta que nos permitió tener mejores escenografías al aire. Con los cambios durante la pandemia, hemos estado haciendo producciones remotas y hemos ocu-

pado sets virtuales y parte de escenografías reales en las casas de nuestros colaboradores', señaló el ejecutivo.

Y mencionó: 'Nuestro principal integrador fue **Telety**, se utilizaron varias tecnologías que tenían, entre ellas **Brainstorm**, que es una plataforma de vanguardia en sets virtuales, aparte de **Aston**, que utilizamos mucho en la generación de gráficos'.

Asimismo, Castro dijo que una de los desarrollos que han aprovechado es **TalkShow** de **Newtek**: Al requerir transmisiones remotas estamos utilizando equipo de **Newtek**, que es un equipo que recibe cuatro señales simultáneas de **Skype** y tenemos la facilidad de mandarle un regreso a cada uno de nuestros colaboradores. Este equipo nos ha ayudado mucho, lo podemos ver en el switcher en cuatro capas diferentes y así poder unirlos



Alberto Castro

como nosotros queramos, que no es precisamente lo que da la plataforma de **Skype** o **Zoom**'.

Sobre la captación de contenidos vía remota, el ejecutivo mencionó: 'Para la transmisión móvil ocupamos equipos 3G de **TVU**. Dadas las condiciones de la red en México hemos tenido algunos problemas en la transmisión, pero la ventaja que tenemos es que como nuestro equipo puede integrar los servicios de diferentes proveedores, cuando no tenemos la suficiente señal en un proveedor de telefonía nos pasamos a otro. 70% u 80% de los contenidos que estamos produciendo se hacen vía remota', concluyó Castro.

## UDG TV México se adapta a la producción de contenidos vía remota

Aunque ya contaba con algunos proyectos de trabajo remoto, **UDG TV - Canal 44**, sigue operando a distancia eficientemente a pesar del contexto actual. La ampliación del trabajo remoto se profundizó teniendo en cuenta la seguridad sanitaria de sus colaboradores, comentó **John Ospina**, subdirector de Contenidos Digitales de la televisora pública, en diálogo con **PRENSARIO**.

'Hemos seguido todas las indicaciones que nos dictan desde la Universidad de Guadalajara, que ha definido una serie de protocolos, para evitar que haya mucho personal en las distintas dependencias y homologando las directrices de la universidad. En **UDGTV** particularmente lo que hemos hecho es: establecer un sistema de guardias, garantizando la cobertura informativa básica de nuestros noticieros, en el tema de radio y televisión y con las producciones más relevantes que estamos haciendo en vivo', dijo Ospina.

Para ello, recientemente han realizado

renovaciones en sus equipos de producción: 'Hemos implementado una serie de medidas, cómo adquirir un paquete de licencias para un sistema de gestión remota de equipos de cómputo, para gran parte del personal que sigue desempeñando actividades que tienen que ver con producción, postproducción y edición, y así pueden controlar desde sus casas los equipos que están instalados en nuestras dependencias, para de esta manera evitar que se desplacen hasta nuestras oficinas'.

Y agregó: 'Para la parte de radio y televisión hemos habilitado licencias para plataformas de videoconferencia, para grabar las entrevistas con invitados a sus programas, de forma que podamos seguir teniendo el ciclo de producción de algunos programas que siguen en vivo, permitiendo que pueda hacerse con este tipo de tecnologías y no necesariamente con presencia en las cabinas o en los foros'.

Ospina mencionó que: 'aunque se ha inten-

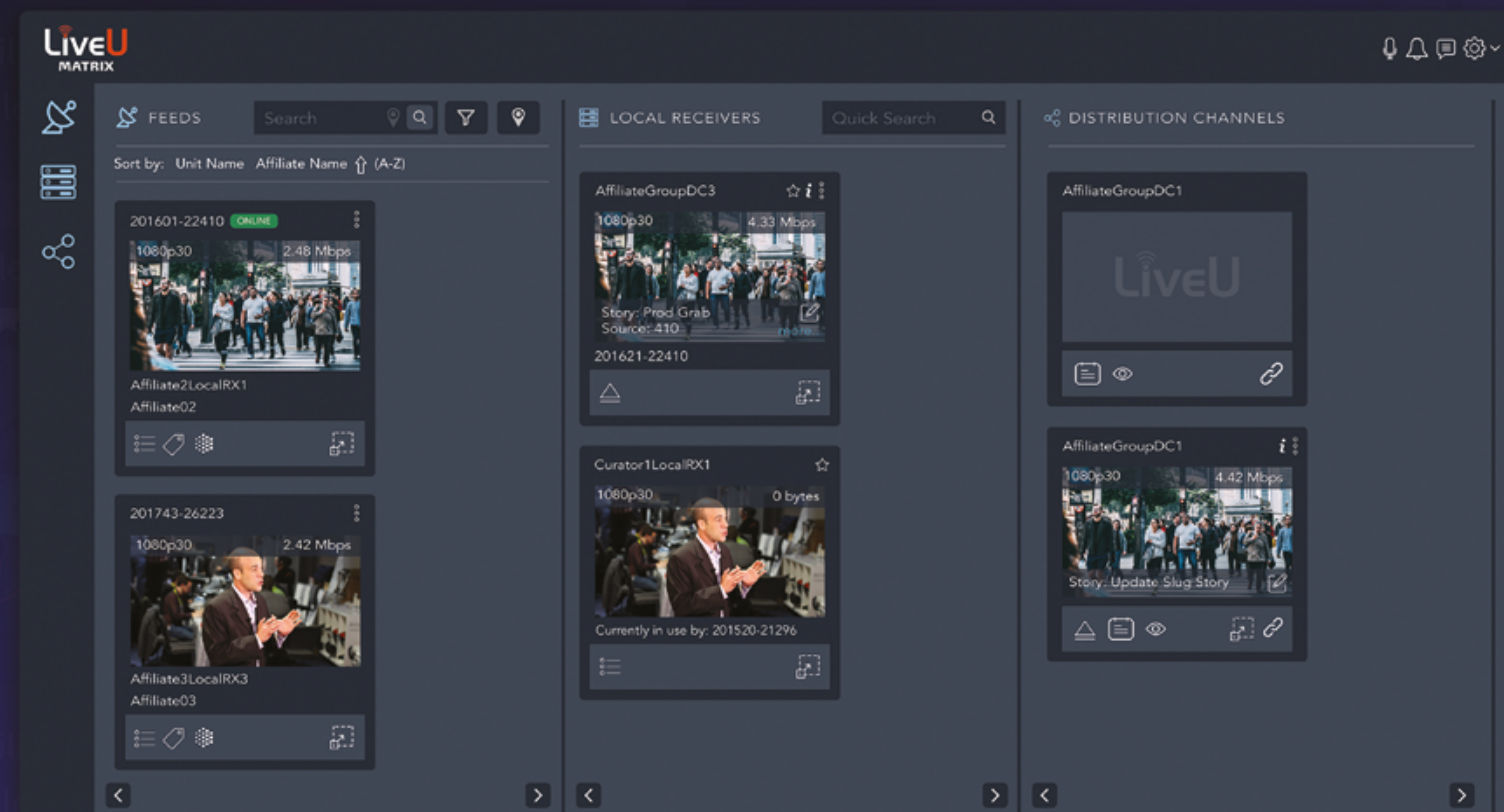


John Ospina

tado que la mayoría de la plantilla del canal no acuda a las instalaciones, por el tipo de actividades deben estar presentes'. 'Obviamente no nos habíamos enfrentado a una situación como esta y por ello tuvimos solamente que reforzar algunas medidas. Hay miembros de los equipos de producción y postproducción o en algunas áreas específicas, que por la especialización de sus trabajos requieren de aparatos especializados y se les permitió que pudieran llevarlos, en la medida de sus posibilidades, los equipos que requieran para que no se expusieran a salir de sus casas'.

# LIVEU MATRIX

## IP Video Management Platform



LiveU Matrix plataforma líder de contribución y distribución de video en vivo ofrece:

- Rápido aumento de la productividad
- Expansión de la cobertura en vivo
- Reducción de costos operativos
- Incluye "Chat" para conectar producción, ingeniería y salas de noticias.
- Soporte técnico en español 24/7

Más información  
[sosporte@liveU.tv](mailto:sosporte@liveU.tv)

## Grupo Imagen sigue creciendo y estrenando programas

Mientras sigue estrenando programas, pese a la pandemia, como *Mi niña linda* y *La reina de las flores*, el **Grupo Imagen** también transmitió los partidos de los Gallos Blancos en la liga Mx de e-sports. A nivel de sus estudios y con la gerencia técnica de **Gustavo Cruz**, siguen ampliando el proyecto con la expansión comercial de nuevos sitios, y sumaron para el área de gráficos productos de VSN como **OneTV** y el nuevo **VSNCrea**.



Gustavo Cruz



### Zona Otaku llega a Imagen Televisión

**Imagen Televisión** estrena **Zona Otaku**, la barra de animé que desde el sábado 18 de julio se podrá disfrutar en familia, con series como *Pokémon* y *Naruto*. A partir de mediodía se podrá explorar el mundo de *Pokémon*, junto al protagonista Ash Ketchum y su compañero *Pikachu*, mientras emprenden una aventura para ganar las ocho medallas de los gimnasios, que necesita para competir en su primer torneo oficial, la Liga Pokémon. A continuación, se podrá disfrutar de *Naruto*, un ninja adolescente, en su travesía para convertirse en un maestro Hokage, mientras lucha por vencer sus demonios internos y la discriminación de los aldeanos.



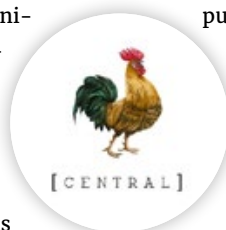
Pokémon y Naruto en Zona Otaku

Pokémon y Naruto son dos reconocidos animé, género que ha conquistado a las audiencias mexicanas desde hace décadas. De acuerdo a información de **Google Trends**, México se encuentra entre los diez países que más consumen y disfrutan series animé.

## Central Films enfrenta la pandemia con nuevas dinámicas de producción

Para la casa productora **Central Films**, la contingencia sanitaria ha generado diversas pérdidas. Ante su pronto regreso al trabajo de producción, estimado el 9 de agosto, su director general, **Rodrigo García Saiz**, afirma que 'Entre las ventajas está el poder regresar al set, garantizar la seguridad sanitaria de los equipos de producción, así como haber generado dinámicas de trabajo novedosas durante el confinamiento'.

'Pudimos desarrollar sistemas a distancia para resolver ciertas necesidades de los clientes en el caso de comerciales que teníamos pendientes, pero del volumen de trabajo que teníamos en Central Films al que podíamos hacer no tiene nada que ver. Y ahora nos encontramos ante una nueva manera de aproximarnos a la producción, con los nuevos protocolos



sanitarios, todas las reglas que estamos implementando como industria para poder continuar con la producción y preservar la salud de la industria', mencionó.

Entre los diversos proyectos que tuvieron que ralentizar, se encuentran trabajos publicitarios, su primera película, así como producciones de series para marcas que irán a plataformas como **Netflix** y **Amazon Prime Video**. 'Esta contingencia es tiempo y dinero perdido. Se vuelve más lenta la manera de filmar. Me siento afortunado que podamos regresar a trabajar, aún en estas condiciones. Esto ha sido un aprendizaje para todos, para los clientes, los actores, los técnicos, los directores, porque al final todo esto es un trabajo de equipo y estas leyes que se están estableciendo son para un bien común, que



Rodrigo García Saiz

es la salud'.

García Saiz afirmó que las nuevas producciones seguirán rigurosamente las nuevas medidas de precaución sanitaria: 'Las nuevas reglas para regresar a producción que se están aplicando en la Ciudad de México, en otros estados e incluso en otros países, es que no pueden estar en el set más de 10 personas. Y en una locación exterior puede haber hasta 30 personas, pero también con sana distancia. Requerimos tener a un supervisor especialista en COVID-19, un médico, y realizar pruebas PCR y PCH previas a los actores; obviamente todos los sets deben ser sanitizados, es el protocolo que debemos seguir'.

**bam  
weq**

## Servicios de producción y transmisión

Red Iberoamericana con oficinas en España, USA (Miami), México, Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay.

bambam.media



¡Click aquí!

Soluciones dirigidas a generadores de contenido + broadcasters + agencias de noticias + agencias deportivas + agencias de publicidad

## Integraciones tecnológicas

Basadas en **LiveU, AWS, Vitec, VSN y Grabyo**, entre otras.



50 YEARS  
ENGINEERING  
THE FUTURE.



CUSTOMERS'  
IP PROJECTS  
<http://j.mp/LawoCustProj>



Watch them  
on YouTube.

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

## Comtelsat: amplio catálogo de soluciones de producción y operación remota



Israel Gómez

La oferta de soluciones que ofrece **Comtelsat** para operaciones vía remota es amplia, ello aún antes de iniciar la contingencia sanitaria. Aunque dadas las necesidades actuales, la compañía mexicana ha ampliado su catálogo de productos.

**Israel Gómez**, director general de Comtelsat, comentó a **PRENSARIO**: 'Nosotros nos enfocamos mucho en solucionarle las tareas a nuestros clientes durante esta pandemia, no sólo porque nuestros ellos lo pidieron, sino porque ya lo veníamos viendo desde antes. Es una tendencia que tenía dos o tres años, la de sistemas basados en *disaster recovery*. Muchos portafolios de productos ya se venían moldeando pensando en operación remota. **TVU, Riedel, Vizrt, Imagine Communications**, hay muchas marcas que ya permiten virtualizar servicios, tener producción remota, producir con distintos protocolos'.

Gómez consideró que gran parte de la manera en que se realizan las operaciones durante esta actualidad sanitaria, permanecerán en el futuro: 'Creo que esto llegó para quedarse y será parte de la nueva normalidad. Tal vez se tengan las mismas posiciones operativas como un switcher, operadores de audio y video, operador de gráficos, pero lo que va a pasar es que no todos necesariamente van a estar en la misma habitación'.

Israel vaticinó que la recuperación de las in-

dustrias audiovisuales será gradual, pero sostenida: 'La industria se va a recuperar, de eso no me queda duda. Esta industria cumple con muchas funciones muy importantes, pero hay dos que ahora toman mayor relevancia: Información y Entretenimiento'.

'Esta industria soporta a los medios de comunicación y a los comunicadores que están entregando información valiosa, comprobada y veraz. Por otro lado, las llamadas industrias anaranjadas: deportes, entretenimiento, telenovelas, eso se sigue consumiendo. Ahora es mayor la cantidad de contenido que se genera y cuando ya se pueda salir se va a tener que seguir produciendo ese contenido'.

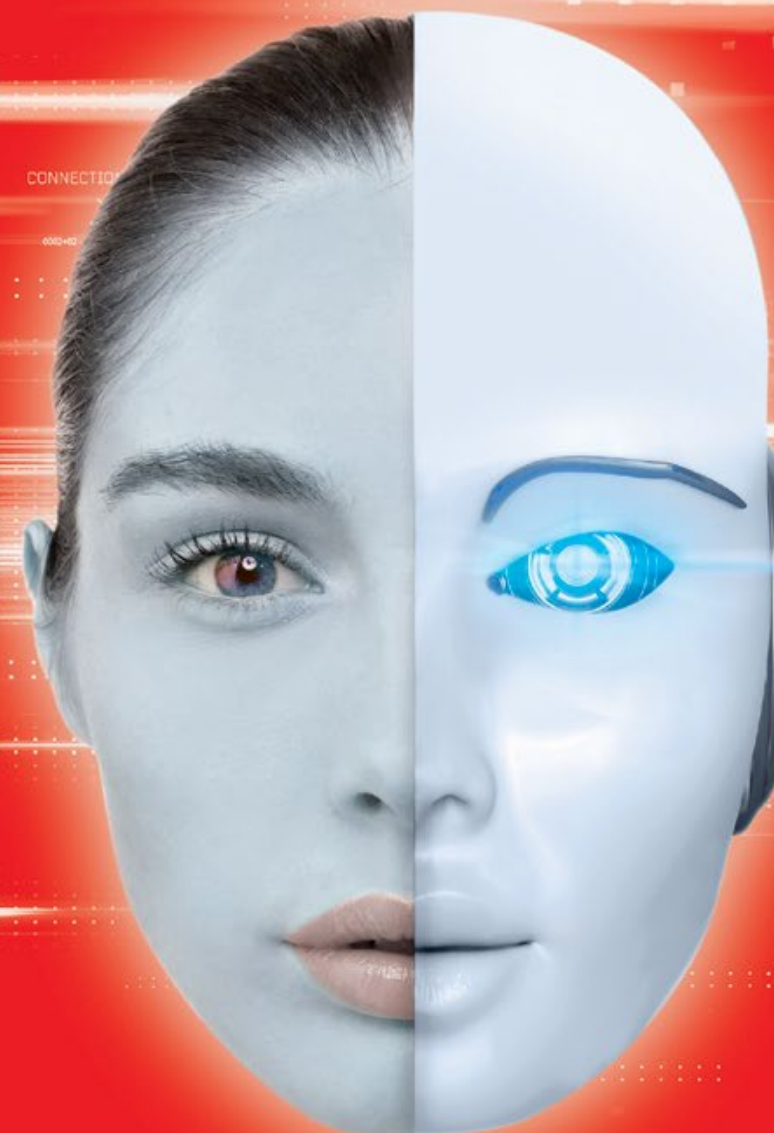
Sobre la operación de la compañía, Gómez destacó que la mayoría de sus integrantes trabajan desde sus hogares: 'Seguimos trabajando a distancia, la situación para nosotros se mantiene sin cambios. Estamos haciendo todo lo necesario por proteger a nuestro personal y a nuestros clientes. No obstante, todo el equipo está activo y trabajando, incluso podría decir que ya estamos bastante organizados y encontramos forma, metodología y herramientas que nos permiten seguir trabajando de manera remota', concluyó Israel.

## El Financiero-Bloomberg, transmisiones en vivo 100% fuera del set



A pesar de que muchas televisoras mexicanas han delegado parte de su contenido en vivo a colaboraciones a distancia, **El Financiero-Bloomberg** es el único canal en el país en el que todos sus presentadores, reporteros y colaboradores realizan sus presentaciones vía remota, lo cual involucra una cadena eficiente de desarrollos tecnológicos, aseguró **Ariel Barajas**, director general de **El Financiero-Bloomberg**. 'Esta contingencia sin precedentes ha impuesto muchos retos a todo el sector, hemos roto miedos y paradigmas, y también hemos tenido

que aprender rápidamente a ser más atrevidos y creativos. **El Financiero-Bloomberg** es hoy el único canal de noticias en México que tiene a todos sus talentos y colaboradores haciendo transmisiones vía remota. También porque ha sido necesario enlazar a nuestros talentos por medio de novedosos sistemas 4G de **TVU** y **LiveU**, lo que ha significado la adopción de estas tecnologías sobre la marcha, sin comprometer la operación regular de nuestra señal', mencionó a **PRENSARIO** Barajas.



# LET'S TALK AUTOMATION!

MASTER CONTROL PLAYOUT  
NEWS & SPORTS STUDIO AUTOMATION  
INTEGRATED CHANNEL PLAYOUT  
HYBRID IP & SDI WORKFLOWS



Aveco - Your Automation Partner



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

## BamBam: Servicios de transmisión y producción a nivel mundial con la iChampion League!

Magnum, 2Live y Live Media suman esfuerzos para la creación de BamBam!

Un buen ejemplo de que un resultado puede ser mayor que la sumatoria de las partes, es la nueva empresa regional **BamBam**. Fruto de la unión comercial y sinergias de **Magnum** de México, **2Live** de Brasil y **Live Media** de Argentina.

La idea de sumar esfuerzos surgió hace varios años en una charla informal de **Christian Kardashian**, **Pablo Cortizo**, con **Jorge y David Camacho** y con **Eldad y Fabio Eitelberg** de cada empresa. Pero tuvo su disparador el año pasado tras la Copa América de Brasil, donde juntos visualizaron que podían ofrecer más servicios con los equipos de **LiveU**, y otras marcas, a los canales Latinoamericanos que necesitan coberturas en zonas como Europa y países como USA o Canadá. En diciembre de 2019 se consolidó la primera oficina en España, con **Hernan Goñi** y un primer servicio de

streaming de fútbol en Sevilla.

**BamBam** nace como una empresa que ofrece servicios de producción y transmisión a generadores de contenido, broadcasters, agencias de noticias, agencias deportivas y agencias de publicidad.

Las condiciones que se viven actualmente con la pandemia, han complicado el desplazamiento de "crews" de producción o reporteros, sin hablar de los retos tecnológicos que involucran soluciones como REMI o producción remota; derivado de esta situación, **BamBam** dispone de equipo y tecnología de punta para la realización y cobertura de eventos de cualquier índole.

Para todo esto, se ha instalado una verdadera red Iberoamericana con oficinas en España, USA (Miami), México, Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay.

**BamBam** actualmente cuenta con distintas



Christian Kardashian, Pablo Cortizo, con Jorge y David Camacho y Fabio Eitelberg soluciones tecnológicas basadas en **LiveU**, **AWS**, **Vitec**, **VSN** y **Grabyo**, entre otras. Aparte de contar con distintos colaboradores, camarógrafos y periodistas que maximizan los servicios ofrecidos por la empresa.

Próximamente estarán ofreciendo sus servicios durante la **Champions League 2020**, que se jugará en Portugal, **La Europa League** y la cobertura de las elecciones presidenciales de USA con cobertura en distintas sedes.



**INTRODUCING THE NEWEST MEMBERS**

### D Squared Digital Wireless Family

- excellent flexibility
- ultra-fast setup
- studio quality audio
- ultra-low latency
- superior RF performance

**DPR (digital plug-on transmitter with recording)**

**DSQD/AES-3 (digital receiver)**

**LECTROSONICS®**  
Made in the USA by a Bunch of Fanatics®

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

**D<sup>2</sup> SQUARED DIGITAL WIRELESS**

## Punto TI mejora la calidad de sus comunicaciones remotas

Aceleradas por la pandemia

El impacto de la pandemia sanitaria ha sido un golpe para las industrias audiovisuales, hay aspectos a favor, como el crecimiento de consumo de contenidos y el auge de servicios de transmisión en vivo, considero **Aranzasú Gallardo**, directora general de **Punto TI**.

'Lo positivo de esta pandemia es que está creciendo el consumo de contenidos en línea y la necesidad de las transmisiones en vivo de buena calidad. Es cierto que nos tomó desprevenidos y muchos de nuestros clientes respondieron con lo que tenían en ese momento, pero actualmente ya están considerando e implementando nuevas opciones para hacerlo con mayor calidad. De hecho, esa ya era la tendencia de la industria, pero esta pandemia nos vino adelantar las cosas por lo menos cinco años', dijo la directora de Punto TI.

Y destacó las opciones que la empresa ofrece en su catálogo de soluciones: 'Ya teníamos productos para streaming, pero no eran tan solicitados como ahora, por ejemplo **Zoom**, del que llevamos varios años manejando el licenciamiento y ahora crece la demanda ante la necesidad de reuniones en línea. Además, hemos tenido otra solución con **Cisco**, **Webex**, que es más segura y completa que Zoom, sin embargo, tiene un costo un poco mayor, pero es bastante accesible'.

Y añadió: 'En el caso de **Webex**, con la plataforma de streaming que nosotros ya manejábamos anteriormente, **Multistream**, está presentando un sistema de reuniones virtuales que trabaja sobre **Webex** pero trae un desarrollo alrededor que permite incluir un calendario en el que se agendan todas las transmisiones en vivo y el acceso automático por registro. También tiene forma de acceso por reconocimiento facial, la cual está pensada para una función de votación que puede ser aprovechada por congresos locales o federales, para que diputados o senadores puedan hacer sus votaciones y para que sean válidas debe de hacerse un reconocimiento facial previo'.

Sobre las soluciones que representan, Gallardo mencionó: 'Seguimos ofreciendo **Multistream**, pero las herramientas han



sido reforzadas y contamos con doble redundancia en CDN, que es algo que la mayoría de los servicios de streaming no manejan hoy en día. Todo el mundo está ofreciendo streaming, pero qué garantía tienen de que no se caiga el servicio por el número de usuarios que tenga. En nuestro caso, que se caiga una transmisión es prác-



Aranzasú Gallardo

ticamente imposible por la redundancia con la que contamos'.

Y concluyó: 'Ofrecemos codificadores **KB Mini** de **Haivision**, que trabajan en conjunto con **Microsoft Teams** para que las transmisiones en un corporativo sean de mejor calidad'.

**3Way**

LA FORMA MÁS ECONÓMICA DE DISTRIBUIR TV HD A TRAVÉS DE INTERNET

**DISTRIBUCIÓN SATELITAL**

**DISTRIBUCIÓN POR INTERNET**

**80% AHORRO**

**RTMP, NDI SRT**  
Baja latencia

[www.3way.com.ar](http://www.3way.com.ar) / [info@3way.com.ar](mailto:info@3way.com.ar)

- ALTA CALIDAD HD
- DECODIFICADOR DE BAJO COSTO
- ADMINISTRACIÓN 100% WEB
- PLAYLIST Y VIDEOS DE EMERGENCIA
- SOPORTE HLS
- SPLICING DE PUBLICIDAD OPCIONAL

## Sony PSLA: Entregó sus premios a representantes de manera virtual

Además de presentar su nueva cámara HDC-P31

El premio más importante, el Shogun 2019, fue para **La Curaçao** de Colombia, destacando a **Carlos Cuadros** y su equipo por su liderazgo empresarial y la labor cumplida en la promoción y venta de las más avanzadas tecnologías para la producción televisiva. También se adjudicaron el premio por la venta de Switchers de producción en vivo.



### México se llevó varios premios

De México, que siempre obtiene varios premios, hay que destacar a **Viewhaus** de Guadalajara por el segmento educacional y corporativo; **Videoservicios** por sus eventos y road shows, y **ColorCassettes** por su crecimiento de retail en la categoría de profesional camcorder. También se destacó con dos premios **Telvicom S.A** de Perú, por su promoción y venta de Camcorders, y soluciones para la Creación de Contenidos y Cámaras Broadcast en Perú, donde se remarcó haber mantenido la fidelidad a Sony del grupo **América** de Lima. **Viditec** de Argentina obtuvo el suyo por los Monitores Profesionales para la producción broadcast en Latam, de sus filas, **Jorge Iraola** recibió el premio especial **Kando**, por su valiosa labor por más de 3 décadas en su país.



Juan Carlos Medina de Viewhaus México, premio por el segmento educacional y corporativo

**Videointegrators Export Co.** de Estados Unidos recibió el premio Cinealta/Venice, por la difusión de la Cinematografía Digital en Latinoamérica. **Telecuador** ganó por el sistema NavigatorX en Ecuador; **Broadband Solutions** por la venta de servicios extendidos en Guatemala, y **Sonivisión** de Costa Rica por las soluciones de Comunicación Remota.

### Lanzamiento de la nueva cámara HDC-P31

Sony presentó su nueva solución de sistema POV multipropósito HDCP31 con funciones remotas mejoradas y flujos de trabajo HDR avanzados, que estará disponible en noviembre. La cámara **HDC-P31**, flexible y liviana, es ideal para aplicaciones en estudio, religiosas, alquiler y producciones deportivas. Su nuevo modelo HD incorpora un sistema de tres sensores *Global Shooter CMOS de 2/3* para lograr un mejor rendimiento óptico y ofrecer imágenes de alta sensibilidad y bajo ruido. Además, la cámara está diseñada para ser usada como parte integral del popular ecosistema HDC de **Sony**, mejorando las imágenes, apariencias y el mismo flujo de trabajo, pero con un factor de formato POV más pequeño creando un sistema integral, ya que trabaja junto a la serie XVS de switchers para ofrecer un poderoso sistema de automatización de control de producciones en vivo ELC. 'El corazón de la cámara es su sensor y **Sony**, continúa combinando su legado y experiencia en imágenes con la retroalimentación recibida a través de su base de usuarios, para desarrollar las herramientas necesarias tendientes a mejorar su línea de productos y servir a la comunidad de la producción', explicó **Julio Lam**, Gerente de Marketing Senior para **Sony Professional Solutions Latin America**. 'Desde la resolución y el factor formato hasta el precio y las capacidades futuras,



Luiz Padilha con Elias Rodriguez de Televisa

Sony se enorgullece de poder ofrecer opciones para empoderar a nuestros usuarios. Con el lanzamiento de la cámara HDC-P31, Sony ofrece una opción en respuesta a los requerimientos de la industria en términos de funciones remotas y diseño más pequeño para ofrecer mayor libertad al momento del montaje de la cámara, lo que contribuye a mejorar el flujo de trabajo de producción de medios', añadió.

### Funciones remotas mejoradas

Las nuevas cámaras POV cuenta con funciones remotas mejoradas para lograr mayor eficiencia, ya que generalmente están localizadas en lugares aislados o de difícil acceso. Para el invierno de 2020 se planea habilitar el acceso remoto a través de una interfaz de usuario web mediante una actualización de software que permitirá realizar ajustes de menú, monitoreo de estados, archivos de registros y actualizaciones de firmware desde fuera del sitio. Además, al usar lentes compatibles, los operadores pueden ajustar el enfoque trasero de la cámara de forma remota.



La nueva cámara HDC-P31



**Orbiter**<sup>®</sup>  
Illumination | Reshaped

## La fuente ultra luminosa de punto LED con variedad de ópticos.

Orbiter es un dispositivo LED ultra luminoso, sintonizable y direccional fabricado por ARRI. En Orbiter todos los sistemas son completamente nuevos y han sido diseñados pensando en la versatilidad. El nuevo motor de seis colores de Orbiter brinda una amplia gama de colores y extraordinaria reproducción de color a lo largo de toda la gama de temperaturas junto con una dimerización suave líder en la industria que va de 100% a 0%. Con sus ópticos intercambiables Orbiter puede transformarse en muchos tipos distintos de luces incluyendo proyección (perfil), open face, soft light y otras posibilidades futuras. Orbiter es la más avanzada luminaria jamás creada y cada dispositivo viene con nueva y fascinante tecnología.



Open Face



Proyección



Light Bank



Domo

Saber más acerca de las amplias prestaciones de Orbiter: [www.arri.com/orbiter](http://www.arri.com/orbiter)

Orbiter® es marca registrada de Arnold & Richter Cine Technik GmbH & Co. Betriebs KG.

**ARRI**<sup>®</sup>

## Lanzamientos y mayor contacto con clientes, ventajas de Ross Video



Jason Barden, director de ventas para América Latina

Ante la cancelación de eventos como **NAB Show 2020** debido a la contingencia sanitaria global, **Ross Video** ha continuado lanzando innovadores desarrollos y soluciones, las cuales han acercado a sus clientes de manera eficiente a través de aplicaciones de forma remota.

**Jason Barden**, director de ventas para América Latina de Ross Video, afirmó que la empresa ha continuado el desarrollo de productos. Por la pandemia, no realizaron el evento anual en el que presentaban sus nuevas soluciones. No obstante, ello permitió que vía web realizarán estas presentaciones, dedicando mayor tiempo y explicación de los nuevos productos a sus clientes: 'Aunque no hubo NAB2020 se hicieron lanzamientos de nuevos productos. La ingeniería de Ross Video tiene más de un año trabajando en muchos nuevos productos. De hecho, me gustó mucho

la manera en que hicimos dos lanzamientos, porque en lugar de hacer la presentación de nuevos productos todo en un mismo día y al mismo tiempo que los demás fabricantes, cada producto tuvo su tiempo para ser presentado adecuadamente'.

Barden dijo: 'Hicimos **Ross Live 2020**, que fueron una serie de presentaciones en vivo vía web donde lanzamos varias líneas de producto de robótica, infraestructura, routing, y producción. Fueron 19 presentaciones y en **rossvideo.com** están disponibles vía on-demand'.

El ejecutivo agregó que la empresa está desarrollando diversas soluciones específicamente para los mercados latinoamericanos: 'En América Latina, aprovechando esta campaña de Ross Live 2020, hicimos nuestra propia serie de eventos en línea en español, en el cual hemos hecho presentaciones vía web y también capacitaciones de varios productos como *DashBoard*, que es el software de sistemas de control que puede juntar todos los equipos de Ross y también de *Piero*, que es una empresa que adquirimos y que hace análisis deportivo. También hicimos tres cursos de *Xpression*. Todos estos cursos ya están disponibles en español y en la página web de Ross Video. Seguimos trabajando para producir más contenido en español y estamos trabajando para hacer *Ross University* en español, donde podrán encontrar videos cortos de cinco o diez minutos para mostrar funciones de *Switchers*, de *Xpression*, de *Replay*, para que los usuarios

puedan encontrar lo que quieren aprender, pero en formato corto'.

Sobre el desempeño de la compañía en América Latina, Barden señaló: 'En Latinoamérica vamos bien. Nuestros clientes nos han comentado que las cosas han sido un poco difíciles y nosotros estamos tratando de apoyarlos en lo que podemos. Muchos proyectos que se iban a hacer esta primavera y se pasaron a otoño, y otros se tuvieron que posponer hasta el próximo año. Seguimos apoyando a nuestros clientes avanzando en el diseño de estos proyectos con los nuevos productos que estamos lanzando. Tenemos un programa de mantenimiento de software y entendemos que el aspecto financiero es difícil'.

Acerca de las soluciones de producción remota que ofrece la compañía, destacó *OverDrive*: 'Nuestro sistema de automatización, en el que un solo operador puede controlar todo, desde es el switcher, a la gráfica o el layout. Los clientes que tienen *OverDrive* nos han llamado para que los apoyemos en modificar sus instalaciones, para que el director técnico pueda operar desde casa. Tenemos muchas soluciones para poder trabajar de forma remota. De hecho, publicamos en la página de la empresa un whitepaper con las diferentes tecnologías que tenemos disponibles para la producción remota', indicó Barden.



## Belden completa la venta de Grass Valley a Black Dragon Capital

**Belden Inc.** anunció que completó la operación de venta de **Grass Valley** a la empresa de capital privado **Black Dragon Capital**, que a partir de ahora asume el control total de GV y todos sus activos. La operación, acordada a principios de año, 'coloca a Grass Valley en una posición ideal para continuar impulsando la innovación, como líder en la transición de la industria de medios y entretenimiento hacia un futuro basado en la nube y en modelos de negocio de pago por uso', destacaron las partes.

Por su parte, se comprometen a que Grass Valley continúe con 'su liderazgo en innovación en tecnología de medios para ayudar a

los clientes y socios que están ajustando sus negocios para hacer frente a estos tiempos difíciles'.

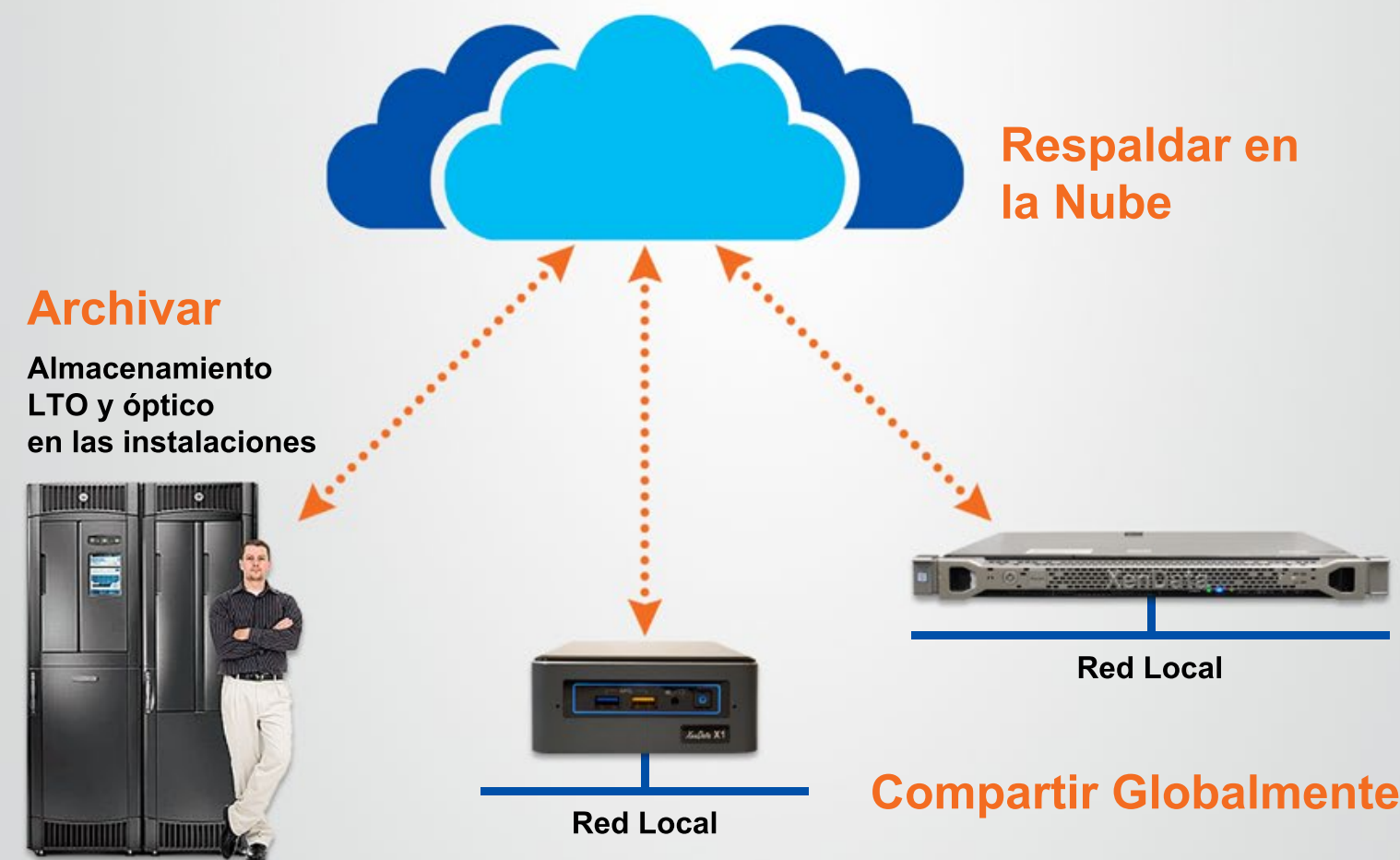
Y la continuidad está garantizada porque Grass Valley continuará sus actividades diarias bajo el liderazgo del presidente de la compañía, **Tim Shoulders**, sin interrupción. 'Grass Valley ha demostrado ser el socio de transformación de nuestros clientes una y otra vez, liderando el camino con la transición de SDI a IP y ahora otra vez con el cambio a soluciones basadas en la nube y SaaS', dijo Shoulders.

Y agregó: 'En los próximos meses nos verán trabajando sobre el reciente y exitoso lanza-

miento de GV AMPP, la plataforma SaaS en la nube, creada específicamente para broadcast. Estoy encantado de estar al mando y de trabajar estrechamente con Louis y su equipo para identificar las formas más beneficiosas de satisfacer las necesidades de la industria de tecnología de medios. Hay una tremenda oportunidad de crecimiento mientras hacemos la transición a un futuro definido por software'.



# Archivar Respaldar Compartir



Una sola plataforma XenData permite archivar, respaldar, y compartir archivos. Para más información, visite [www.xendata.com](http://www.xendata.com)

XenData



## Sigue creciendo la demanda de productos LiveU

Éxito rotundo en las transmisiones de la La eLiga MX BBVA



José Luis Reyes con todos sus reps de Latinoamérica y Prensario en la convención de LiveU en la última IBC, en Amsterdam

José Luis Reyes, Vice Presidente de LiveU Latinoamérica dialogó con Prensario sobre la importancia de los productos de la empresa durante la crisis por la pandemia, tanto las ventas como el soporte técnico representan una carga de trabajo tres veces mayor a lo habitual. Por toda esa demanda, regional y mundial, el foco de LiveU está en maximizar el uso de los productos que se tienen y mostrar en la vida real lo que se exhibiría en los eventos suspendidos.

‘Ha crecido la demanda de unidades

LiveU por parte de los networks, nuestros clientes habituales. Aumentó la cantidad de móviles que necesitan, y a eso se suman una gran cantidad de periodistas, freelancers y productoras que hacen toda clase de contenido, no sólo de noticias y deportes. En muchos casos son clientes nuevos que requieren capacitación y también productos que se utilizan por primera vez y que necesitan atención y puesta a punto’.

‘Respondemos a esta gran demanda de servicios gracias a los representantes de LiveU, ellos son quienes con su experiencia lideran las iniciativas de los broadcasters de la región. Así podemos hablar de **Magnum** en México, ellos trabajan con tres turnos de acuerdo a la ley establecida con la pandemia y **Armando Huerta** en Colombia con su equipo trabaja de manera totalmente remota ante el toque de queda para atender a Caracol y

Canal Capital de Bogotá, que tiene mucha demanda como emisora municipal’, remarcó José Luis.

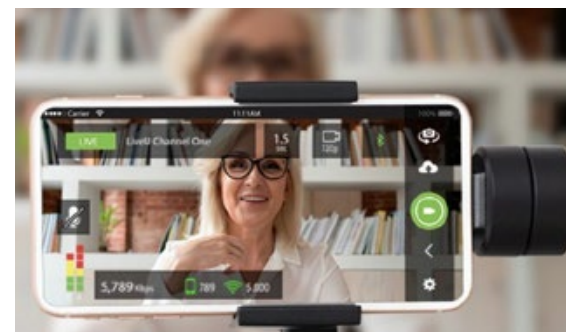
### El éxito de Matrix

El repunte de LiveU alcanza a productos de mayor desarrollo y alto valor agregado como *Matrix*. Esta plataforma permite a cualquier network visualizar en una sola pantalla todos los feeds de mochilas propias o privadas; ese contenido puede enviarse a varias herramientas de distribución interna

o externa o a terceros a placer, siendo ideal para situaciones como la de la Pandemia. ‘México ha sido un caso interesante, ellos ya tenían muy avanzada la instalación de *Matrix* y la pandemia no sólo ha extendido su uso, sino que lo ha estandarizado’. Dijo José Luis que eso ‘está ocurriendo a diario, están muy bien equipados con este tema ante la pandemia y han constatado que el uso de *Matrix* ya se torna vital’. Y agregó sobre la implementación en tiempo real: ‘Cuando hacemos una demostración de *Matrix*, se hace la prueba y se simula una crisis como esta. Hoy hay una crisis verdadera y el ensayo es en tiempo real, pero en efecto a todos les gusta. Además es una solución de producción y no de ingeniería, el usuario final lo usa como una herramienta. El flujo de cada canal es distinto, luego viene la puesta a punto cuando se customiza’.

### LU Smart: Caso de éxito en México con La eLiga MX BBVA

Agrega José Luis: ‘Ocurrió en todos los países pero en México pasó como una explosión. Tenemos el caso de eLIGA MX BBVA, que es un espejo de lo que era la liga de verdad, generó una tendencia y puede replicarse en otros países, incluso europeos. En este evento le dimos el medio de conexión a los jugadores, que bajaron el LU-Smart en su teléfono para los casi 60 partidos de la eliga que fueron jugados por más de dos meses, lo que generó mucho entusiasmo. Lo hacemos también con la distribución de video con LU Central a todos los productores de **Televisa** y sus canales, pero también a **UnoTV** de **Telmex** y **TV Azteca**, entre otros. La difusión del LU-Smart también ha crecido con el incentivo que implementó desde principios de año **Walkiria Marín**, responsable de marketing de LiveU para Latinoamérica, se reconoce con premios y en las redes sociales de LiveU LatAm, el trabajo de los usuarios que envían sus historias y coberturas usando la tecnología LiveU, ya que ellos son quienes tienen la palabra final en cómo sacar todo el provecho a los equipos. Gracias a la campaña se ha recibido una gran cantidad participación de todo tipo de usuarios y clientes, con muchas historias de lugares como Quito o Bogotá y también de Argentina, donde hay personas cubriendo noticias para **Telefé** con LU-Smart. ‘Cuando haces un noticiero de 75 minutos por teléfono, esa experiencia ya no tiene vuelta atrás’.



LU-Smart

**cloudPVR**

Petabytes of recording at your fingertips

**broadpeak**

www.broadpeak.tv

We Deliver the Future of Television

## Flowics: Cloud Graphics y otras soluciones para los nuevos flujos de trabajo que se intensificaron con la pandemia

**Flowics** es una empresa nacida en 2013 Argentina, que fue consolidándose en Latinoamérica y España a partir de 2015, con oficinas en Buenos Aires, Ciudad de México, São Paulo, Río de Janeiro y Barcelona. Hoy la compañía atiende clientes no sólo en LatAm sino también en Estados Unidos, Europa y Asia, remarcó su CEO **Gabriel Baños**.

Sobre sus diferenciales, Baños indicó que: 'Flowics es una compañía que nació con un ADN digital, buscando repensar muchas de las soluciones tradicionales de la industria de Broadcast y OTT, apoyándonos en soluciones de software y basadas en la nube. Esto nos permite tener mucha agilidad, con *releases* prácticamente diarios que llegan enseguida a nuestros clientes'.

'Hemos tenido también siempre un enfoque muy colaborativo en relación al ecosistema de producción y de *broadcasting*, desarrollando alianzas e integraciones de producto con

compañías complementarias a Flowics. Es una industria compleja y en pleno cambio, la colaboración y asociación con otros *vendors*, es clave para nosotros'.

En particular, ya que México es un mercado importante para ellos, remarcó: 'México es el segundo mercado más grande de LatAm, luego de Brasil, con una industria de Broadcast pujante, audiencias demandantes y grupos de medios sumamente relevantes como **Televisa** y **Azteca**, a quienes tenemos la suerte de contar como clientes. Apostamos por este mercado hace ya varios años y estamos muy satisfechos con los logros obtenidos hasta el momento, y entusiasmados con los planes para el futuro'.

Sobre la pandemia, sostuvo: 'La pandemia ha acelerado la adopción de nuevos flujos de producción por parte de la mayoría de los broadcasters, quienes se han visto obligados a migrar mucha de su operación a soluciones

en la nube, incluyendo sistemas de gráficos y de participación del público, que permitan la operación remota. Desde **Flowics** venimos colaborando con muchos de ellos para soportar flujos de producción alternativos, implementando nuestra solución de *Cloud Graphics*, para minimizar la necesidad de personal físicamente en estudios o cabinas de transmisión'.

A futuro, adelantó: 'Apuntamos a ser una compañía global que lidere la transformación digital de la industria del entretenimiento. Queremos seguir creciendo en México y en Latinoamérica, acompañando a cada vez más clientes con nuestras soluciones y en sus procesos de transformación y adaptación a nuevas tecnologías'.




Gabriel Baños

## XenData: Archivar, respaldar y compartir Media Digital

Nuevos alcances de sus productos con los clientes de Latam

**Luis E. Estrada**, Technical&Commercial Sales Manager Asia / Pacific&LatinAmerica, habló con **PRENSARIO** sobre la actualidad de la empresa: '**XenData** ha visto una evolución en nuestro segmento en la industria. Tradicionalmente XenData ha disfrutado de una muy buena reputación asociada con soluciones de archivo digital con muchos clientes en LATAM. Pero a medida que nuestros nuevos desarrollos han creado productos y expandido las funciones de las soluciones tradicionales, hemos descubierto que nuestros clientes se sienten cómodos expandiendo ese alcance en su operación, incluso en formas que no habíamos anticipado. Esta adopción dinámica nos ha inspirado a acelerar nuestros desarrollos y en gran medida se lo debemos a nuestros clientes en LATAM', remarcó.

'En línea con el concepto de haber expandido el alcance de los productos, nuestros clientes nos encuentran ahora como una solución para *archivar, respaldar y compartir* sus activos digitales. Nuestros productos, soluciones y servicios están ahora alineados con estas tres actividades. Aunque inicialmente fue la creatividad de nuestros clientes tradicionales la que impulsó el uso de XenData como solución de respaldo o para compartir contenido en áreas geográficas más allá de sus centros de operación. Hoy tienen aplicación en áreas que no están relacionadas con archivos', indicó Estrada.

**Almacenamiento objeto y lanzamiento del XenData Server 7.10**

'Con el auge de nuevas tecnologías de almacenamiento objeto con capacidades y

costos muy atractivos. En un futuro habrán aplicaciones para la industria diseñadas para trabajar con almacenamiento objeto. Una mejor alternativa es usar un "conversor" o "traductor" que les permita a las aplicaciones de la industria seguir trabajando con archivos sobre almacenamiento objeto. XenData ha introducido sistemas como el X1, que cuentan con toda la riqueza de función de nuestros sistemas "Enterprise", pero con un tamaño físico pequeño, conveniente para equipos de producción con presupuestos limitados'.

'También se lanzó el XenData Server 7.10 a principios de mayo como muestra de su capacidad de desarrollo aún en la pandemia, y se viene una sorpresa grande para sus clientes en agosto', finalizó Estrada.



Luis Estrada

# FOR.A®



## Vamos a hablar de Soluciones FOR-A

—Conecte-se con los jugadores de nuestro equipo—



### Switcher de producción

# HANABI + ClassX

## Gráficos 3D



[www.for-a.com](http://www.for-a.com)



## VSN: solución end to end con Radio Centro en México

Magnum es el nuevo partner

Por la Pandemia que provocó la suspensión de la NAB, no se pudo hacer el tradicional desayuno de VSN con sus dealers, pero aquí remarcamos lo que se hubiera visto allí.

### Broadcasters en la era del streaming

Primero un mensaje de tendencias de mercado respaldado —por estudios de consultoras como **Devoncroft**— a cargo de la directora de marketing **Patricia Corral**, que habló con Prensario. ‘En el mercado de la tv de media todo indicaba que el 2020 iba a ser un año de inflexión para la guerra del streaming, con muchos nuevos players como **Peacock, Disney+, AppleTV, Amazon Prime y Pluto TV**, entre otros. Lo que veníamos a traer como conclusión es que el sector broadcast tiene que meterse en ese panorama complejo y de oferta hiperpersonalizada donde los consumidores están más contentos por la creciente oferta de contenidos pero, a la vez, ven cómo el coste por estos servicios aumenta. Al haber tantos servicios de streaming, sumar todos los abonos es demasiado para el consumidor. Por eso hay una oportunidad para las telcos y el broadcast tradicional de aglutinar esa oferta. Pero tienen que ofrecer soluciones más flexibles y rápidas, que estén basadas en datos empíricos.’ Ejemplos de los productos de VSN para eso son el Media Exchange para intercambio de contenido, el módulo BPM para automatización y orquestación de flujos avanzados o incluso el sistema de tráfico **VSNcrea**.

### Casos de éxito con Radio Centro de México

Siempre traen casos de éxito de VSN en el mundo a los que se refirieron el director comercial **Roberto Duif** y **Alfonso Vázquez**, que se sumó hace más de un año como gerente de ventas para Latam con primer foco en México y Perú. ‘**Videohouse** de Bélgica escogió nuestro **VSN Explorer MAM** como solución de archivo y gestión de contenidos para dar servicio con una única plataforma a sus múltiples clientes, convirtiendo el sistema en un verdadero MAM multitenant. Usando el mismo MAM

para varios clientes optimiza el costo de infraestructura y ser más competitivo para incorporar nuevo negocio en sus servicios. Por su parte, **FORTA** (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos de España) ha escogido también nuestra solución Media Exchange basada en **VSN Explorer** para promover que los Centros de Producción de las Televisiones Autonómicas puedan recibir y transferir ficheros audiovisuales entre ellas para completar su programación de una forma colaborativa. La nueva solución, además, les permite gestionar las escaletas, previsiones y suscribirse a los contenidos de su interés para recibirlos. Y también en México. ‘Radio-Centro, uno de los canales con nueva licencia para CDMX, puso una estación con transmisión local con formato más noticioso y confió en la tecnología de VSN. Es una solución end to end totalmente escalable. Empezó como un canal pequeño con un par de playouts, y ahora tienen un sistema de news, playout studio, editores y siguen creciendo’.

Vázquez estuvo también involucrado en el anterior logro en México que es el Grupo Imagen, con quién han ampliado el proyecto con la expansión comercial de los nuevos sitios, gráficos, OneTV y el nuevo **VSNcrea**. También se han cerrado dos proyectos importantes en Perú, mercado fuerte para VSN, donde han instalado el OneTV en Media NetworksLA en su nuevo edificio con respaldo tras la mudanza. También se renovó el master control el One TV con el Grupo RPP de Perú, con el que se trabaja hace casi 10 años y renovó con la nueva plataforma. Y fuera del núcleo del broadcast tradicional, donde cada año algo se sale del standard, se tiene el caso de éxito de **RiotGames** de Brasil con un sistema de archivo y gestión de contenidos. Desarrollan E-Sports para millones de jugadores, con grandes producciones y estadios llenos. Por ello, requerían un sistema de archivo profundo dedicado, una herramienta que pudiera agilizar su proceso de adición, búsqueda y localización de contenidos, mejorando su disponibilidad



Roberto Duif y Alfonso Vázquez

para editarlos y distribuirlos de manera más eficiente.

### Distribución con Magnum

Coinciden Duif y Vázquez en que tuvieron un excelente 2019 en la región y que 2020 podría haberlo sido también. Para eso han aumentado la presencia con Alfonso Vázquez y ahora están incorporando un nuevo miembro para la parte de preventa. En el tradicional desayuno hubieran ocurrido también los Premios a los partners de toda la región, que finalmente se entregarán de manera virtual. De todas maneras, es importante que se cuenta con dos nuevos distribuidores. Por un lado Magnum con **Jorge y David Camacho** en México, y por el otro Arkturias de Richard Vidaurre y Carlos Urquieta en Perú. Ambos tienen un corte similar de estar muy cercanos a los clientes y dan la chance de entender y ampliar los flujos de trabajo.

### Novedades 2020

Entre esas novedades del 2020, vale destacar nuevos desarrollos en su Sistema de Programación y Tráfico **VSNcrea**, con un mayor nivel de automatización que permite gestionar más fácilmente todo el contenido adquirido y la ahora también la programación de publicidad de manera inteligente y automatizada. También hay nuevas funcionalidades del Sistema de gestión de media **VSN Explorer**, que ahora incluye nuevas herramientas de catalogación para extraer aún más valor de sus archivos de contenido con búsqueda semántica —en la que el motor de búsqueda entiende el significado de la consulta—, para mejorar significativamente la forma en que los metadatos se asocian con el contenido. Y además, el plugin web **VSN NewsConnect** para producción de noticias que puede trabajar de manera remota para controlar múltiples estudios en lugares distintos, con máxima flexibilidad en su trabajo diario.

# Soluciones Ópticas

desde el Headend hasta el Cliente



LINDSAY  
BROADBAND

Lindsay Broadband ofrece soluciones ópticas costo efectivas de extremo a extremo para FTTx, RFOG, y xPON. Algunos productos resaltantes se listan más abajo. Visite nuestro sitio web para ver la lista completa.

Como líder tecnológico, Lindsay ofrece servicios de ingeniería, diseño, soluciones personalizadas y entrenamiento como complemento a nuestro portafolio de productos ópticos.

## Soluciones Destacadas



### Plataforma Óptica de Acceso para el Headend (LB-1000)

- Para arquitecturas HFC, RFOG y superposición de video sobre PON
- Chasis de alta densidad de 3RU con 18 ranuras para insertar módulos de diversas aplicaciones
- Módulos “plug & play” intercambiables en caliente con funcionalidad de configuración automática
- Bajo consumo de potencia garantiza ahorros en OpEx
- Fuentes de poder redundantes con funcionalidad para compartir la carga
- Pantalla táctil TFT para el monitoreo local de parámetros



### Amplificador EDFA con WDM para Combinar PON (LBAP-2000H)

- Disponible en una variedad de potencias de salida óptica y múltiples puertos
- Opción con entrada óptica de 1550nm redundante
- Opción con fuentes de poder redundantes
- Pantalla táctil multifuncional permite monitorear parámetros, alarmas y cambiar configuración

### Mini Receptores Ópticos para FTTH (Serie LB-150A/P)



- Modelos activos y pasivos con puerto de paso-directo PON para soportar la superposición de GPON (1490 y 1310 nm)
- Tamaño compacto y costo efectivo de alto desempeño
- Amplio rango de entrada óptica en el modelo pasivo

Manteniéndote Conectado.  
Tecnología Robusta. Desempeño Garantizado.

www2.lindsaybb.com/poptica | info@lindsaybb.com | +1.705.742.1350

Soluciones Energía, RF, Ópticas y Servicios de Valor Agregado

## 3Way: RTMP, NDI y SRT con baja latencia

Los suma a sus productos de distribución de TV



Guillermo Massucco

“La pandemia puso nuevos desafíos a la industria, y debemos estar alineados con estos. Nuestra premisa siempre ha sido encontrar la forma de dar soluciones eficientes y sustentables a nuestros productos”, explicó **Guillermo Massucco**, presidente de **3Way Solutions**.

Agregó sobre su estrategia en la pandemia: ‘Está claro que hoy la clave es adaptarse rápidamente al contexto y a las necesidades que surgen. Para lo cual, desde un principio nos enfocamos en detectar esas necesidades y articular estrategias para adaptar o optimizar nuestros productos a los nuevos requerimientos, en aquellos que fuera necesarios.

En este sentido es importante destacar

nuestra solución de distribución de TV y SRT con baja latencia. El producto de distribución de video por internet **AMON** baja los costos de distribución de forma directa, principalmente los de distribución por satélite cortando las expensas hasta un 80% dependiendo de la cantidad de suscriptores de la señal.

Este fue el planteo inicial y que rápidamente el mercado reconoció su efectividad y eficiencia, desde el equipo comercial habíamos proyectado una demanda, la cual y para nuestra alegría esta fue mucho mayor de lo estimo. Hoy con la pandemia la industria planteó una nueva necesidad, debido a que los periodistas y conductores se encuentran transmitiendo de manera remota y se necesita brindarles a estos una solución que no tenga el delay con el que recibe la señal el público en general.

**AMON** dió esa solución de forma eficiente y altamente competitiva, y desde el equipo lo denominaron **Video TalkBack**. Es simple al sumar **SRT** como protocolo implementamos Encoders y nuestro decoder con muy baja latencia para acercar ese monitoreo necesario en la producción distribuida’.

### ViDeus Auditor

‘A nuestro producto insignia **ViDeus Auditor** para Clipping, se le agregaron nuevas funcionalidades que permiten aplicarlo en múltiples usos en una organización, atendiendo tanto a las áreas de programación, comercial, redes sociales e internet con características potentes para la administración de los activos de video desde, virtualmente, cualquier fuente .

**ViDeus Auditor** permite recibir, grabar y visualizar tanto señales moduladas (ATSC, ISDB-Tb, DVB-t/s/c) o cualquier señal de banda base analógica o digital y desde la red como HLS, RTMP, SRT, NDI, etc. También sumamos Instagram Live y Youtube como fuentes de video que el sistema puede grabar’.

Sobre la entrega de los productos, remarcó: ‘Tenemos partners en todo América, desde Miami, **Intek TV** es nuestro principal socio para apuntalar ese trabajo, y en Argentina como siempre con **Viditec** trabajamos conjuntamente. Gracias a nuestros partners y a la experiencia consolidada podemos atender y proveer a todos nuestros clientes’.

3Way

Power & Tel

Prensario  
**EXPO**  
GOLD STAND

USTED.  
NOSOTROS.  
JUNTOS.

Hacemos que la  
comunicación  
suceda.

## Lectrosonics: presenta sus nuevos productos

Nuevo Paquete de receptores

**Lectrosonics** presentó el nuevo paquete de receptores en miniatura IFB (Interruptible Foldback), el **IFBR1B**, así como el sistema de carga de acoplamiento **CHSIFBR1B**. La unidad receptora de próxima generación, es casi la mitad del tamaño y peso del receptor **IFBR1A**, posee una pequeña batería recargable de iones de litio **LB-50** de 3.7V en lugar del tipo arcaico de 9V. El nuevo **IFBR1B** es compatible con la línea ya existente de transmisores **IFBT4**, por lo que agregar la conveniencia y las nuevas características de los receptores **IFBR1B** a los sistemas **IFB Lectrosonics** existentes es rápido y fácil.

Con una pantalla LCD retro iluminada y botones de membrana, el nuevo receptor es fácil de configurar y usar, ofrece 10 preajustes que se pueden programar fácilmente desde el panel frontal.

Hay cinco rangos de sintonización dis-

ponibles para el nuevo receptor **IFBR1B**: las versiones VHF (perilla roja) cubren 174-216 MHz, A1 (470-537 MHz), B1 (537-614 MHz) y C1 (614-692 MHz) (perilla azul) cubre las frecuencias de TV UHF para la mayoría de los países, y la versión 94.1 Band (perilla negra) cubre el rango de 94.1-960 MHz de licencia norteamericana solamente.

Las futuras actualizaciones de firmware se pueden instalar en el **IFBR1B** en el campo, a través del conector USB en la parte inferior de la unidad. El **IFBR1B** viene de serie con un clip de cinturón de alambre obteniendo un peso ligero y fácil colocación. También se encuentra disponible un clip para cinturón estilo “abrazadera” opcional, número de pieza **IFBR1BBCSL**, y se instala fácilmente con dos tornillos pequeños.

El nuevo sistema de carga de muelle de acoplamiento del sistema, el **CHSIFBR1B**, es capaz de cargar hasta cuatro receptores o cuatro baterías en cualquier combinación.

La base de carga también se puede agrupar hasta cuatro, alimentada por una sola fuente de alimentación, lo que permite cargar cualquier combinación de hasta 16 unidades o 16 baterías.

‘Sobre la base de los años de éxito del **IFBR1A**, **Lectrosonics** está respondiendo a los comentarios de nuestros valiosos clientes que han estado pidiendo una unidad más pequeña con capacidad de carga de muelle y algunas características de conveniencia adicionales’, explica **Karl Winkler**, vicepresidente de ventas y marketing de **Lectrosonics**. ‘Nos complace anunciar nuestro nuevo receptor **IFBR1B** para satisfacer esas necesidades’.



Para  
más  
información:

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



Contáctenos  
al:

1-800-238-7514



Via  
email:

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

## Cobalt Digital: Crecimiento en América Latina y los nuevos lanzamientos



La presencia de Cobalt Digital ha estado creciendo en las regiones de América Latina. Actualmente cuenta con 16 socios calificados, todos capacitados para brindar soporte experto previo y posterior a la venta dependiendo el segmento del mercado.

### Lanzamiento de nuevos productos

El codificador 9992-ENC está diseñado para un funcionamiento confiable 24x7x365 y tiene un amplio soporte de precisión de cuadro para datos auxiliares, que incluye CC, AFD, SCTE-104/35 para inserción de anuncios, SMPTE 2038 para transporte ANC genérico y SMPTE 2108 para transporte HDR. En el lado de la red, presenta compatibilidad con ASI, UDP, RTP, FEC, HLS y RTMP. Por el lado del decodificador 9992-DEC, es una línea de decodificador de grado de transmisión similar que coincide con la línea del codificador. Esto incluye soporte de entrada ASI, así como el mismo conjunto de protocolos de red, incluidos UDP, RTP, FEC, HLS, RTMP y RIST, tanto

el perfil simple como el perfil principal. RIST funciona para compartir video a través del campus o entre diferentes campus, el nuevo protocolo RIST (Reliable Internet Stream-Transport) se puede usar para el transporte de baja latencia y alta fidelidad de señales de video y audio a través de Internet. Al utilizar enlaces no administrados a través de conexiones privadas, los clientes pueden ahorrar miles de dólares anualmente en tarifas de red. La nueva serie de multiviewer UHD, llamada 9971, admite una variedad de señales asíncronas y ofrece salidas HDMI para un monitoreo económico en monitores 4K de nivel de consumidor. Tres modelos: el 9971-MV18-4K con 18 entradas SDI, el 9971-MV6-4K con seis entradas SDI y el 9971-MV6-4H-4K con seis entradas SDI y cuatro entradas HDMI 2.0 están diseñadas para acomodar una variedad de señales y aplicaciones. La serie 9971 admite 12G / 6G / 3G / HD / SD-SDI y UHD1 3820x2160 división cuadrada (SDQS) o formatos quad-SDI de intercalación de dos muestras (2SI) como E / S.

Cobalt presenta la serie 9942-RTR de enrutadores SDI / ASI / MADI que ofrecen un puerto Ethernet incorporado, así como interfaces de control serie y GPIO. También se admiten protocolos de enrutador ReFLEX, SNMP y de terceros basados en JSON fáciles de usar que permiten una fácil integración con sistemas de control y automatización de A / V, incluido el soporte de interfaz de protocolos y paneles de enrutador estándar de la industria. La serie 9942-RTR está disponible en tamaños 24x24 y 12x12. La última generación del convertidor y procesador de imágenes 9904 up / down / cross, ahora admite hasta 4 rutas en una tarjeta. La tarjeta de doble ranura proporciona una plataforma de hardware ideal para el software de Technicolor High Dynamic Range Intelligent Tone Management (ITM). Esto permite el uso de la infraestructura SDR actual, reduciendo la necesidad de nuevas compras de cámaras y otros gastos de capital para producir imágenes HDR.

# ¿Que es la belleza?

## Belleza es:

- Garantía internacional de 1 año
- Empalme RÁPIDO de 8 segundos
- ULTRA-RÁPIDO Reducción de calor de 10 segundos
- Sistema de alineación de perfil de fibra (PAS) de núcleo a núcleo
- Kit de 15 piezas con todo incluido con cuchilla de precisión



El nuevo MUL-FSPLICE-150 Fusion Splicer de Multicom no solo es hermoso, es resistente, compacto, liviano y está garantizado para funcionar en cualquier lugar, incluidos los ambientes exteriores hostiles, el trabajo oscuro y remoto.

**¿Pero qué es lo más hermoso?**  
**El precio**

**NEW Dejero EnGo 260**

The world's most durable and versatile mobile transmitter just got better

- Patented Smart Blending Technology intelligently combines multiple network connections to deliver enhanced reliability
- 85% larger screen
- 30% lighter
- 120 minute internal rechargeable battery
- Unique content adaptive encoding automatically adapts to scene complexity
- Global modems simplifies international travel
- Advanced RF design for superior performance
- Professional grade mini-XLR for IFB

Learn more about the new EnGo 260 by visiting [dejero.com/engo](http://dejero.com/engo)

SBT Smart Blending Technology 5G READY

<p>ENCODER DIGITAL HD DELUXE</p> <p>Transmita contenido HD a un número ilimitado de televisores</p>	<p>ENCODER/MODULATOR CON IP STREAMING</p> <p>Resolución de video de la más alta calidad</p>	<p>CH2-118 TOTALMENTE ÁGIL</p> <p>Los moduladores de canal fijo pueden ser cosa del pasado</p>
---	---	--

**www.multicominc.com | 407-331-7779**

Multicom mantiene en stock mas de 20000 productos provenientes de los 380+ fabricantes principales del la industria. Estos productos se utilizan para adquirir, procesar, y distribuir señales de television, data, voz, seguridad y señales inalámbricas, atravez de fibra optica, cobre y coaxial.

## Streann OTT en acción: +100,000 descargas en un día

Caso de éxito con RCTV

RCTV, una de las estaciones líderes de televisión, con más de 5 décadas de producción de contenido y con una extensa biblioteca de más de 5,000 horas de contenido original, necesitaba distribuir su contenido en iOS, Android, tablets, Apple TV, Roku y Fire TV en 90 días, sin la necesidad de contratar un equipo interno de desarrolladores. Después de revisar 3 plataformas OTT, la compañía de medios eligió Streann, ya que es una plataforma todo en uno, con más de +100 características para las opciones de distribución, interacción y monetización.

‘Después de revisar las alternativas, quedó claro que las características de Streann eran únicas. Por ejemplo, los usuarios pueden chatear mientras miran su programa favorito, o podemos gamificar el contenido a través de juegos de trivia en minutos’, dijo Carlos Granier, ejecutivo de la compañía. El despliegue costó un 40% menos de lo planeado, y se entregó en 60 días, un mes antes de lo programado.

### El resultado

Con más de 100,000 descargas, RCTV ha sido un lanzamiento OTT exitoso de este



Gio Punzo

2020 para empresas de contenido en español. La aplicación ha generado un alto nivel de interacción de la industria, con miles de usuarios respondiendo encuestas y chateando mientras disfrutaban de sus shows favoritos. ‘Esto es enorme para nosotros en Streann Media. Hemos demostrado cómo un líder en broadcasting puede lanzar una plataforma de estilo Netflix en cuestión de días. Ahora están siguiendo otras estaciones de televisión’, comentó Gio Punzo, CEO de Streann Media.

## Brainstorm: La tecnología virtual se ha mostrado esencial

Con InfinitySet y otros productos



Sergio Amuchástegui

Sergio Amuchástegui, responsable regional de Brainstorm para México y el Cono Norte, destacó a Prensario que las soluciones de SET Virtuales tuvieron mucho éxito estos meses: ‘En estos tiempos de pandemia, la tecnología virtual se ha mostrado esencial para cubrir las necesidades de las empresas de comunicación, eventos en vivo y presentaciones, solventando así los requerimientos de distancia social. InfinitySet y otros productos de Brainstorm han solucionado estas necesidades en clientes tanto de México como del resto del mundo. La virtualización de las producciones con las herramientas patentadas como: Teletransporter, el TrackFree para poder utilizar señales de cualquier tipo fuente con el acceso y control de Unreal Engine, han sido los puntos más

interesantes para el mercado de México y Latinoamérica en general. Hemos recibido en promedio un 300% de incremento en leads por medio de la página de contacto’.

### Con Magnum como partner

‘Magnum es el distribuidor oficial de Brainstorm para México, con quienes tenemos una excelente y cercana relación desde septiembre de 2018 y han sido importantes para los nexos con entidades de gobierno y particularmente en Televisa, donde actualmente tienen Aston para el Estadio Azteca. La atención al cliente, tanto de los usuarios actuales como los posibles nuevos clientes, está totalmente garantizada en México, donde los recursos combinados de ambas compañías cubren perfectamente las áreas de comercial, técnica y soporte, incluso en los tiempos de restricciones por la pandemia. Magnum cuenta con equipos de demostración de todas nuestras soluciones, y han tomado cursos con nuestro staff para poder resolver cualquier reporte de primera mano. Esto es aplicable al resto de Latinoamérica, donde la excelente labor de nuestros distribuidores actuales junto con la cercanía del equipo de Brainstorm Latinoamérica, está llevando a un significativo

crecimiento del negocio.

### Iniciativas virtuales por las suspensiones de NAB e IBC

‘Además de comunicar las novedades en su momento, para cubrir la ausencia de NAB, Brainstorm creó no uno, sino dos eventos virtuales, en los cuales se presentaron las novedades de los productos, así como otros eventos en medios como Prensario Broadcast. Se hicieron demostraciones públicas en español y se organizaron eventos en vivo mostrando las capacidades de nuestros productos, en especial InfinitySet, para convertir eventos reales en virtuales, juntando presentadores que no estaban en el mismo sitio y creando un show inmersivo hiper realista en tiempo real. El éxito de estos eventos virtuales ha sido superior al esperado, ampliando nuestra posición en el mercado, donde contamos ahora con clientes que no nos consideraban por creer que estábamos fuera de su alcance. Nos hemos reinventado para poder ser más accesibles y con planes dedicados a cada cliente en particular, y por ello no descartamos repetir la experiencia en IBC, y si hay novedades en la gama de productos, éstas serán ampliamente difundidas por esta vía’.



Somos **Multicast**, una empresa creada por profesionales con más de tres décadas de desempeño en CATV.

## Beneficios

- ✓ Ahorro de costos
- ✓ Mejora del servicio
- ✓ Evolución de grilla
- ✓ Solución para FTTH
- ✓ Mayor velocidad de acceso



Transcodificadores y servidores para la ingesta de grillas digitales para streaming.

Para más información ingresa a nuestro sitio web

[www.multicast.lat](http://www.multicast.lat)

## ARRI y On-Set Facilities se asocian para construir estudios de producción virtual

El **ARRI System Group**, parte del **ARRI Group** y la compañía de tecnología de producción virtual **On-Set Facilities**, se unen para estar ofrecer servicios y realizar proyectos de producción virtual, así como brindar soluciones integrales para estudios de producción virtual. El **ARRI System Group** se especializa en soluciones estratégicamente orientadas y listas para funcionar en iluminación profesional en las áreas de broadcast y media. Estas soluciones tienen en cuenta la nueva realidad para muchos negocios que implican la utilización de tecnologías de realidad aumentada y de realidad virtual para incrementar la eficiencia y mejorar el servicio al cliente.



**Asa Bailey**, director de tecnología y propi-

etario de **On-Set Facilities** declaró: 'Estoy muy orgulloso de haber firmado con **ARRI** para trabajar en conjunto con el **System Group**. Con esta alianza podemos utilizar nuestro conocimiento sobre los sistemas de producción virtual para brindar a los clientes globales tecnología en set de primerísima calidad. Ahora podemos diseñar y ofrecer soluciones completas para **VFX** en set y para estudios de producción virtual, listas para utilizar con total confianza y que cumplen con las crecientes exigencias de tecnología en set de grandes estudios, compañías productoras y broadcasters'.

Por su parte, **David Levy**, Director de



Desarrollo Comercial Regional en **ARRI** dijo: 'Esta asociación es uno de los muchos pasos, que **ARRI** está dando para brindar soluciones de producción virtual y en tiempo real a nuestros clientes. Creemos, especialmente en estos tiempos de incertidumbre, en el valor de estos sistemas y en cómo permitirán a nuestros clientes continuar generando contenidos y, lo que es más importante, produciendo su arte. Eso que, como clientes, valoramos más que nunca. Al asociarnos con **OSF** en **ARRI** creemos que podremos brindar excelencia y solidez adicionales a esta industria. Estas son cualidades que nuestros clientes ya se han acostumbrado a esperar de nosotros y en las que confían'.

## Aveco: éxitos de ventas y nueva automatización de playout híbrida

**Alejandro Paludi**, Director de Ventas de **Aveco** logró un incremento en las ventas, tanto en Latinoamérica como a nivel global. **PRENSARIO** tuvo oportunidad de dialogar con el Director de Ventas de **Aveco**, **Alejandro Paludi**, quien dijo: 'En 2019, a nivel global, tuvimos 60% de aumento comparado con el año anterior y en Latinoamérica en particular se duplicaron las ventas del 2018. Este año y en este contexto, por suerte los números nos dejan ser muy optimistas'. Y agregó: 'Respecto a algunos nuevos clientes que hemos sumado en la región podemos destacar **Canal 13** de Chile, **NIX** y **América TV** en Perú, **Casablanca** en Brasil, **Ecuavisa** en Ecuador y **Blu Radio** en Colombia entre otros'.

### Medias frente a la pandemia

Alejandro dejó un mensaje para los clientes de **Aveco**: 'La línea de productos de **Aveco** abarca automatización de playout y estudios, además del **MAM** que incluyen estos productos y los **integrated playout devices** para complementar nuestras soluciones. Seguimos trabajando en este mercado agregando

funcionalidades que únicamente encontrarán en **Aveco** gracias a la focalización, especialización y experiencia en este rubro'.

### Integración con la solución de Cloud de Harmonic VOS 360

'La plataforma de **Aveco** se integró con la solución de Cloud de **Harmonic VOS 360** que es una infraestructura de video cloud end-to-end. La solución de automatización de **Aveco** maneja los dispositivos on premise y en cloud-based playout, usando una única interfaz, permitiendo a los usuarios manejar fácilmente operaciones en múltiples locaciones. Este tipo de operación es lo que denominamos automatización de playout híbrida'.

### Adaptarse a la situación

Respecto a la situación actual, **Alejandro** comentó: 'Como en la mayor parte del mundo, la forma de trabajo ha cambiado en esta coyuntura del **COVID-19**. Así como hay proyectos que se demoran también aparecen nuevos proyectos que no estaban en carpeta



Alejandro Paludi

por las necesidades de trabajo remoto y la reducción de concentración de personal en espacios cerrados'.

### Reestructuración y fortalecimiento en el soporte

'El área de ventas está sufriendo las restricciones en los viajes. Algo que es acostumbramos es reunirnos con nuestros clientes cara a cara para discutir proyectos. La incertidumbre de cómo serán las costumbres luego que termine la pandemia continúa presente en nuestras mentes. Quizás todo vuelve a la normalidad o quizás cambien nuestra forma de relacionarnos'.

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

CPE ATLAS



STBTP



CPE ATLAS Mini



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

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

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

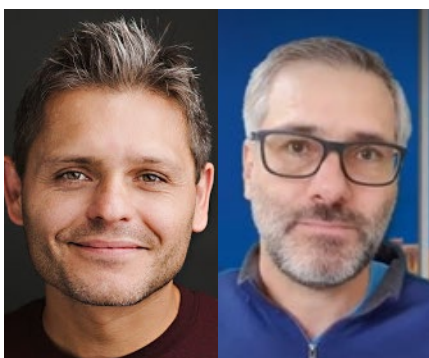
Promptlink: proveedor líder de soluciones automáticas en alto volumen de producción, para logística reversa y recuperación de terminales.

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

## Dejero: Gran aliado en la pandemia

Con sus soluciones de conectividad en sitios remotos

Dejero



Rick Neumann Alfredo Sierra

Rick Neumann director de ventas de Dejero, junto a Alfredo Sierra su representante en México, destacaron cómo va la marca en la cuarentena.

'Dejero es una solución conocida que ha tenido mucho éxito en Canadá, Estados Unidos y Europa, ahora estamos desarrollando mercado y creciendo mucho en Latinoamérica, con gran enfoque en México, Brasil, Argentina, Colombia y Panamá entre Otros. Contamos con un equipo de Soporte local, en español y portugués y nuestro equipo es muy experimentado, consiguiendo mejorar prácticamente cualquier Workflow o superar cualquier reto de conectividad'

### Más importante que nunca en la pandemia

'Todas las soluciones de Dejero están enfocadas a proveer conectividad en sitios remotos.

Pero definitivamente nuestras soluciones más solicitadas durante la pandemia fueron Dejero CuePoint Server, para ofrecer retorno de vídeo a los talentos y conductores de programas desde sus casas; Dejero Live+ app para iOS y Android, con la cual ha ofrecido gran flexibilidad y calidad para que los talentos y conductores de programa puedan realizar transmisiones con conectividad redundante y calidad HD, y por último el Gateway, que ha sido un gran aliado para los que productores puedan realizar programas en vivo desde sus casas sin el miedo a perder la conexión', señala Neumann. 'Tristemente vemos que en Latinoamérica el virus no da tregua, esto continuará siendo un reto en países latinoamericanos y los productos de Dejero serán un gran aliado para muchos de nuestros clientes', resumió el directivo.

### Soluciones vanguardistas en México

Por otro lado, Alfredo Sierra dijo en particular: 'Estamos muy contentos, nos ha ido muy bien y tenemos clientes muy importantes como el caso de TV Azteca, quienes nos comparten y comentan estar muy contentos tanto con los productos de Dejero como con nuestros servicios y apoyo. Adicionalmente Dejero está impulsando soluciones vanguardistas que ayudan a nuestros clientes no sólo, como Rick ha comentado a superar retos de conectividad, sino a reducir considerablemente los costos de transmisión, contribución y distribución de contenido con productos como Dejero

CellSat y Dejero IronRoute'. 'El customer service siguió sin contratiempos, y los productos de Dejero están listos para superar los retos de la pandemia, que junto con el equipo de profesionales y sus servicios, podemos ajustarnos a cualquier Workflow a costos muy bajos contra las soluciones tradicionales. Esto es por ejemplo, realizar una producción totalmente en la nube, sin la necesidad de estar en una cabina y colaborar cada quien remotamente desde sus casas, tanto productores, como talentos, conductores, operadores y asistentes de producción'.

### Prioridades de trabajo para los próximos meses

'Las prioridades de trabajo para los próximos meses son: En primer lugar, continuar dando a conocer a nuestros clientes la versatilidad de nuestras soluciones, porque si juntos echamos a volar la creatividad, podemos empezar a pensar (out-of-the-box) y conseguir cosas impensables, para mantenernos a la vanguardia y ahorrar costos. En segundo, Dejero CellSat; con el cual ya no es necesario sacar los camiones con el Fly y gastar tanto, Dejero CellSat es mucho más versátil y menos costoso. Y tercero Dejero IronRoute; simplemente es la vía más fácil para la transición a video digital sobre redes IP SMTPE 2110, y con ello disminuir costos y la integración de micro servicios'.

## Fluotec realizó una serie de webinars con ENACC

Fluotec, uno de los fabricantes líderes de accesorios de iluminación LED y profesionales para estudios de televisión, películas, video y fotografía, presentó junto a la Escuela Nacional de Cine una serie de webinars gratuitos.

Con el nombre de Fluotec Sessions, los eventos tuvieron momentos destacados, como el que realizó José María Noriega. En el que se pudo apreciar la experiencia de Noriega sobre la interacción de la Tecnología LED en los procesos de realización audiovisual y cinematográfica para Escuelas y estudiantes de Cine, sus bondades y aspectos



de flexibilidad de cara los procesos de formación práctica y teórica cinematográfica. El mismo fue presentado por David Ruiz, el Director de la Escuela Nacional de Cine (ENACC).

### Fluotec expande distribución de línea CineLight en México

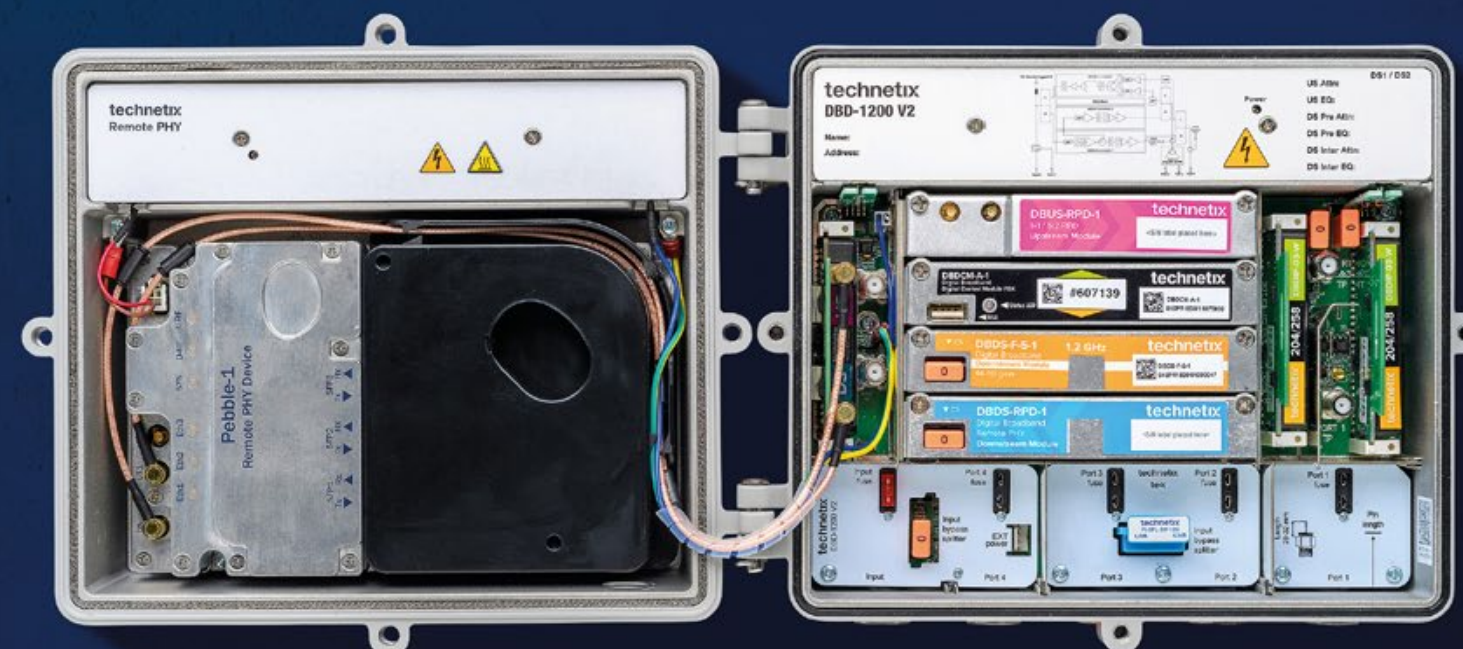
Fluotec cerró recientemente un acuerdo en México con Renta Imagen y Studio 5 de Mayo, para que estas puedan poner a disposición de los cineastas la línea de luminarias profesionales CineLight de Fluotec para producción de películas y series.



Juan E. Garcia, de Renta Imagen, y José Noriega, de Fluotec

El nuevo CineLight 480 SuperQuad, ahora distribuidas en Ciudad de México por la compañía liderada por Juan E. Garcia, con preajustes de alta velocidad es la mejor luminaria LED de gran apertura para una iluminación suave o muy brillante que reemplaza a la HMI en tomas largas y de campo cercano.

# DBx plataforma de acceso modular



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

AMPLIFICADOR >>> NODO >>> REMOTE PHY

Technetix ha suministrado 750.000 amplificadores inteligentes DBx a los principales operadores en todo el mundo. Nadie conoce HFC mejor que nosotros.



Para obtener más información sobre la segmentación virtual, escanee el código QR.

- 1.2 GHz completamente funcional, listo para DOCSIS 3.1
- Listo para operación remota usando transpondedor DOCSIS
- Diseño energéticamente eficiente
- Actualizable en campo
- Plug-ins no requeridos
- Plataforma modular permite actualizar amplificadores a nodos y hasta Remote PHY

technetix.com · info-mx@technetix.com · +52 (01) 55 4244 1506



## Canon continúa el desarrollo de tecnología y atención a clientes a pesar de la contingencia

A pesar del confinamiento por la contingencia sanitaria, **Canon** continúa con el desarrollo de productos, así como el contacto y atención con sus clientes, dado que la producción de contenidos audiovisuales no se detiene, mencionó **Manuel Cárdenas Grandío**, especialista de Advisor, Profesional Broadcast & Film Industry de **Canon Mexicana**.

‘Apoyamos a nuestros distribuidores y al público. Hemos desarrollado en este tiempo programas para mostrarle la gente más de nuestra tecnología a través de videoconferencias, y videos. Hemos utilizado parte de este tiempo para escuchar mucho qué quieren y poner a nuestros expertos y embajadores a tratar de darles información útil para que cuando puedan salir tengan mejores herramientas’, dijo el ejecutivo.

Y consideró: ‘El mundo de la televisión no se ha detenido, principalmente en el ámbito noticioso. Tenemos muchos clientes que seguimos apoyando y desarrollando cosas con ellas y con ellos. Principalmente en **Cinema** nuestras cámaras tienen una gran penetración en documental y noticias. Tristemente una pandemia de este nivel



es noticia y nuestros clientes tienen que salir a capturar esta noticia, a documentar este terrible proceso y nosotros estamos aquí para apoyarlos. Por ello, decidimos en medio de esta pandemia mostrar nuestro nuevo equipo y nuevo lente, la C300 Mark III. Su antecesora, la C300 Mark II fue la más utilizada en documental y ahora ofrecemos un nuevo modelo que los puede ayudar en sus documentales’.

Asimismo, mencionó que durante la contingencia han ofrecido a sus clientes soluciones para distribución remota de contenidos, e incluso desarrollos en el área de salud: ‘En esos momentos en los que se tienen que hacer transmisiones remotas para los usuarios de DSRL tenemos aplicaciones para que puedan conectar directamente su cámara a su computadora y así utilizarla para transmitir en alguno de los servicios de video de redes sociales. Es una de las cosas en las que hemos estado colaborando y desarrollando nuevos productos que permiten que la gente se conecte’.

‘Canon tiene una división de salud, la división Healthcare, y hemos tratado de desarrollar equipo para detección de anticuerpos y de detección de rastros del virus



Manuel Cárdenas Grandío

en el ser humano. Nuestra división de salud está trabajando muy fuerte en la parte que podamos colaborar, qué es en diagnóstico’, mencionó Cárdenas.

El ejecutivo consideró que la industria tendrá una recuperación pronta: ‘Somos relativamente optimistas de que nuestro mercado puede recuperarse, porque el consumo de media y de contenidos creció con este encierro. En nuestra industria hay posiciones, como un escenografista, un iluminador, que no pueden hacer home office, y no se pueden quedar en casa. El consumo de contenidos en este período de encierro en el mundo ha crecido exponencialmente. Creemos que el futuro no es tan desalentador’ sostuvo Cárdenas.

## Dielectric se consolida en América Latina

El año pasado **Dielectric** mantuvo un importante nivel de ventas de paneles UHF fabricados localmente, en Brasil por la empresa **IF Telecom**. **Dielectric** también suministró varios sistemas radiantes a **Megavisión** en Chile desde su fábrica en EE.UU. En México, trabajando con su representante **AURI**, la empresa vendió sistemas de antenas y RF para FM.

Antes de la pandemia, las prioridades de la compañía fueron el apoyo técnico y comercial a su base de clientes en América Latina y la introducción de sus productos a nuevos clientes.

**Federico d’Avis**, Director de Ventas Internacionales de **Dielectric** dijo: ‘Los nuevos productos son: Nuestra antena de ranura de



banda ancha, modelo TFU-WB-LP, de bajo costo como alternativa a las antenas de panel UHF, la antena de ranura tiene un peso muy bajo y 75% menos de carga de viento.

Nuestro modelo de antena VHF, DCRQ, proporciona una solución económica para la transmisión polarizada circular VHF con menos carga que los paneles tradicionales.

Un proyecto importante que concretamos fue el sistema radiante para

8 estaciones de **CRP Medios y Entretenimiento SAC** en Lima, más precisamente en el Morro Solar. El sistema incluye la antena y dos combinadores, introduciendo ocho frecuencias cada una de 30 kW con potencia total de 240 kW entrando a la antena’.

Y agregó: Durante este tiempo con la



Federico d’Avis

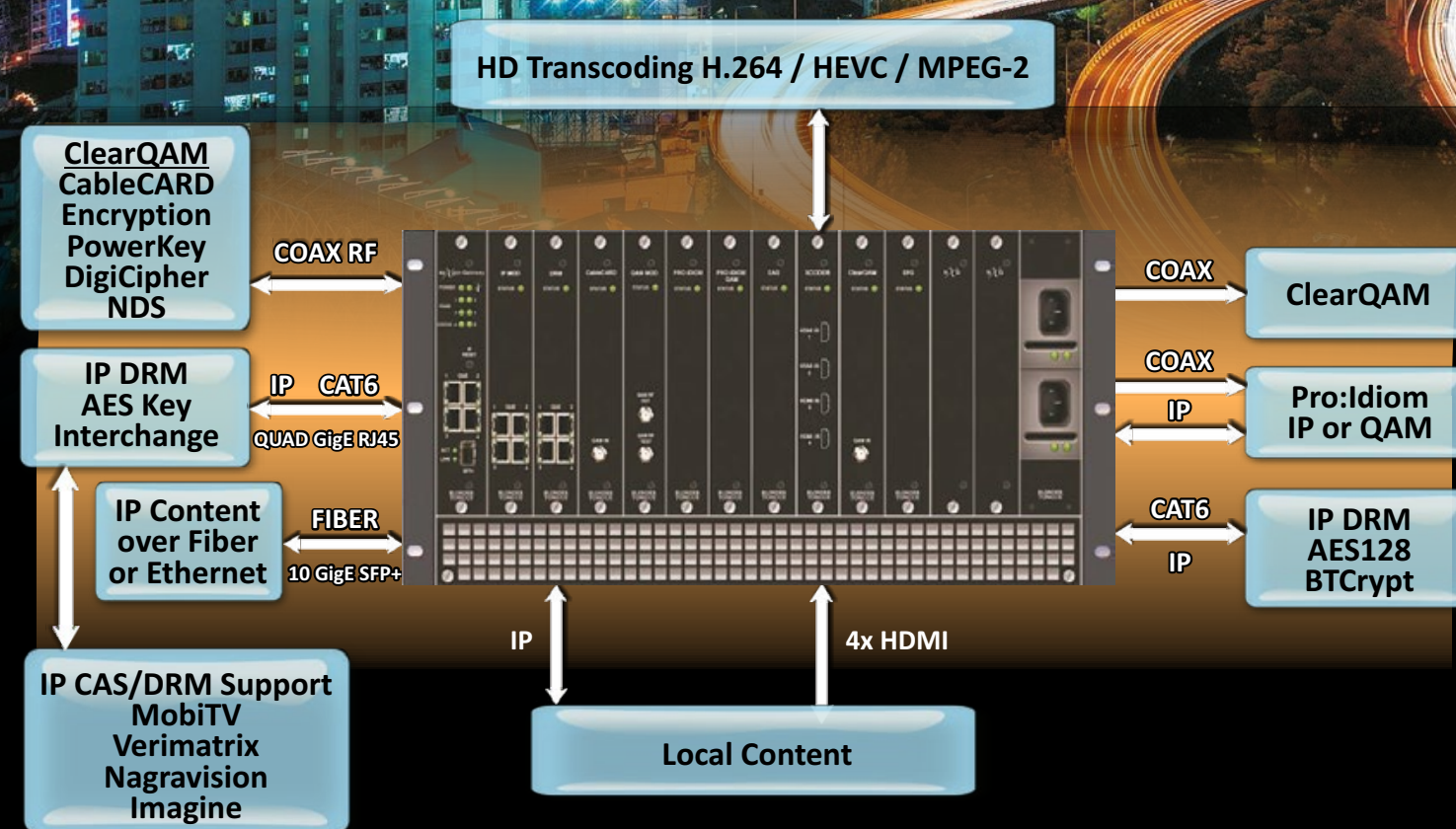
pandemia, mantenemos contacto con los clientes de forma remota, como videoconferencias para ayudar a los clientes en sus instalaciones.

Esperando que la situación se normalice, planeamos participar en varios sistemas radiante de baja potencia en Chile. En Brasil, además de la venta de paneles UHF fabricados localmente, tenemos expectativa de trabajar en proyectos de sistemas de alta potencia con antenas de ranura fabricadas en EE.UU’.

# PLATAFORMA POTENTE, BIDIRECCIONAL, A PRUEBA DE FUTURO



## NextGen Gateway



Plataforma extremadamente poderosa, bidireccional y a prueba de futuro que es ideal para brindar servicios de video de próxima generación a ubicaciones empresariales que incluyen hospitalidad, educación, residencial, áreas de atención médica, parques empresariales y estadios.

[www.tonercable.com](http://www.tonercable.com)  
[info@tonercable.com](mailto:info@tonercable.com) | 800-523-5947



## Rincon Technology: 10 años en Latinoamérica

Gran apuesta en México con Sucursal local



Rincon Technology está cumpliendo 10 años en Latinoamérica, con Amado Quintanilla como gran responsable comercial, quien dialogó con Prensario y dijo: 'Estamos estableciendo relaciones que han creado grandes expectativas por parte de nuestros clientes debido a una cultura seria de negocios, inculcada por los fundadores de Rincon, "siempre mano a mano con el cliente". Le brindamos esa seguridad de saber que sus proyectos de crecimiento y mantenimiento de la red se llevarán a cabo dentro de criterios de un presupuesto y un timeline muy ajustados, con un partner serio y dedicado. Eso nos ha diferenciado en la industria'.

### Apuesta a México

En particular sobre la apuesta a México con presencia local sostuvo: 'México (como los otros grandes países en cuales hemos desarrollado relaciones de negocios), nos retó no solamente en ser cumplidores respecto a los tiempos de entrega (en proyectos de crecimiento de red súper ambiciosos), sino que, en adición a eso, debimos ajustarnos a una cultura de empresas donde día a día se

coordinan múltiples proyectos, debido a la demanda de un mercado tan amplio y dinámico, como el mexicano'.

'Con AT&T México y USA estamos diariamente participando en RFP's, el suministro de equipos multi-marca respaldando sus operaciones en múltiples países. Hemos logrado establecer programas de critical spares (repuestos críticos), al igual que el suministro de nuestra propia línea genérica de SFP's, QSFP's (todo tipo y ópticos). Adicionalmente, estamos facilitando servicios innovadores en ciertos proyectos'.

'Vendemos bastante de todo: repuestos críticos para equipos de cable, internet, wireless (CMTS, tarjetas, routers, switchers multi-marca) - optics de la propia línea de Rincon'.

Sobre el trato con los clientes dijo: 'La atención en la pandemia siguió más confiable que nunca. La demanda de bandwidth se dio a un paso acelerado nunca visto. No hay tiempo para parpadear', bromeó.

### Sucursal en México y alianza con grandes operadores regionales

Dentro de las expectativas para el futuro,



Manuel Acosta, Brad White, Amado Quintanilla y Hernán Restrepo de Rincon

Quintanilla confirmó: 'Ya está en trámite establecer la sucursal local en CDMX y vamos a desarrollar una mayor presencia con los operadores en todo el país. México y Costa Rica son dos de nuestros mejores mercados'.

'Esto mientras seguimos con grandes aliados como Liberty Latin America (LLA), con cuyo respaldo iremos a Chile junto a otros grandes operadores (Claro, Telefónica), buscando también crecer en Perú y Bolivia, con Entel entre otros clientes'.

'También es muy fuerte la alianza con Millicom, Colombia y Centroamérica con Cable & Wireless, y tenemos buen desarrollo con Cooperativas en la región del Pacífico y zonas hoteleras de turismo'.

A todos les ofrecemos presencia local, respondiendo diariamente con ejecutivos de ventas (ingenieros con experiencia) dedicados 100% a ellos', concluyó.

## Broadpeak: Celebra 10 años con mayor desarrollo regional

Broadpeak se acerca a sus 10 años en medio de la crisis sanitaria, el festejo viene acompañado de su mejor momento comercial y de mayor desarrollo de sus productos: 'Broadpeak está en el corazón de las necesidades, pues se intensificó el tráfico de internet en todas partes y las empresas tienen que buscar optimizar su infraestructura de streaming', destacó el director para Latinoamérica y Europa del Sur, Arnault Lannuzel. 'El año pasado Broadpeak creció más del 30% en volumen de negocios, y la misma tendencia se ve este año que empezó con un 125% de crecimiento en el primer trimestre comparado con el mismo período del año pasado. Es importante que de esa facturación un 40% viene de Latinoamérica. Hubo 20 clientes nuevos y más de un tercio de eso en la región', remarcó Lannuzel.

### Éxito total del Multicast ABR

'Broadpeak desarrolla Multicast ABR des-

de el 2012 con el nanoCDN™, ahora el DVB creó un comité para estandarizarlo. Eso nos posiciona también frente a la competencia. El nano CDN Multicast ABR tiene 12 clientes comerciales, lo manejan desde redes de cable a redes de FTTH, y contamos con 49 PoC (Pruebas de concepto) en el mundo. Muchos se interesan y lo ven como una solución confiable de optimización viendo lo que está pasando hoy. Tenemos PoC en grandes operadores de Argentina y de Brasil; también crecieron en la región con América Móvil en Claro Perú y Chile, y además están en Sky de Brasil. En México trabaja con Megacable en un gran proyecto con Multicast ABR en su red de cable y fibra, y también de Total Play para la parte de CDN y OriginPackager.

### Gran lanzamiento del S4Streaming

A todo lo anterior se le suman el lanzamiento del S4Streaming en febrero, solución que permite satisfacer el interés por la baja



Arnault Lannuzel



latencia para la entrega de OTT y otorga el control a la CDN sobre los perfiles que debe consumir el player. 'Observamos que la calidad de experiencia del usuario tiene que ver con el perfil que tiene, que debe ser adecuado a su conectividad. En general es el player el que decide el perfil para administrar el ancho de banda, pero en DASH CMAF resulta difícil tomar la decisión. Con el S4Streaming la tomamos nosotros con el servidor de streaming y le enviamos al player el perfil adecuado que corresponde. Así no hay fallas y con Broadpeak se optimiza la calidad de experiencia aun en una distribución con DASH CMAF'.

# Delivering Everything You Need to Compete



Let Amphenol Broadband Solutions demonstrate how its global technology leadership can help you with your most pressing network challenges in an innovative and sustainable way.

- Wireless
- FTTx
- R-PHY
- Satellite
- Wireless Backhaul
- Fiber Deep
- 5G/Small Cells
- HFC
- IoT
- Customized Training
- Engineering
- Installation

For more information visit us at [amphenolbroadband.com](http://amphenolbroadband.com)

### TFC South America S.A.

Av. Sarmiento 786 - 9A - Resistencia - Chaco - Argentina  
Tel. +54 362 440 4457 - e-mail: [info@amphenol.com.ar](mailto:info@amphenol.com.ar)

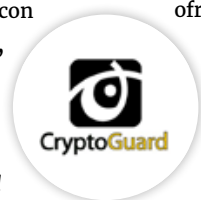


## CryptoGuard: CryptoLite OTT para México

La participación habitual de **CryptoGuard** en Latinoamérica, que ya lleva seis años representada por **Tobias Nyström**, Director Comercial de LATAM y el Caribe, se hace más fuerte en su representación durante esta pandemia a través de sus partners comerciales.

El ecosistema de partners es muy importante tanto a nivel mundial, como ahora también a nivel Latinoamérica, con gente como **Obix** de **Gonzalo Blanco**, que estaban en **Andina Link**, **Latino TCA** o **SBA** en México representada por **Ofelia Meléndez**. Han generado un gran empuje a su solución *end to end*, llamada **CryptoLite OTT**, logrando posicionar así esta plataforma como la solución IPTV/OTT *cost effective* preferida de la región.

Con un perfil totalmente amigable para los suscriptores y adecuado para las necesidades de estos tiempos, donde la experiencia del usuario es lo más importante. **CryptoLite** se ha convertido en la capilaridad de la televisión por internet y la solución más indicada para



las nuevas redes FTTH que logra ir a pasos agigantados hacia el futuro. **SBA** tiene muchos años de trayectoria en Latinoamérica y eso se traduce en cercanía con sus clientes.

Remarca **Tobias** que su solución es accesible igualmente para todo tipo de clientes de cable, OTT e ISPs, incluso los pequeños y medianos de Latinoamérica que necesitan ofrecer seguridad a los programadores.

Destacaron que están preparados para todo lo que se viene en la era del OTT como especialistas en sistema de acceso condicional, que es fundamental en la era digital donde el gran temor de los programadores líderes, es la seguridad frente a las nuevas formas de piratería y la necesidad de contar con un buen DRM que es clave dentro del producto de **CryptoGuard**.

De hecho, **CryptoGuard** cuenta con la certificación de la empresa de auditoría **Farncombe Security**, tanto para su CAS como ahora también por la parte de DRM. Esa certificación es requerida por **HBO** y otros programadores

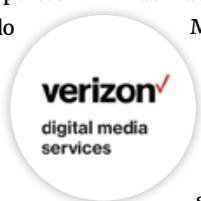


Tobias Nyström junto al equipo de SBA de Ofelia Meléndez en Convergencia 2019

para poder transmitir sus contenidos. De esta manera, cuentan con una solución que pudo cosechar un éxito real y extendido en Europa con los grandes programadores y empresas de contenido, con alta penetración y liderazgo en el área, incluso en los clientes Tier 1 y Tier 2. Por esto la empresa está creciendo frente a otros proveedores de CAS que se han consolidado a nivel global y dejaron mucho mercado libre para la compañía. Eso está marcando una tendencia que esperan se pueda repetir en otros territorios como Latinoamérica.

## Verizon DMS: Streaming hasta para 10 millones de usuarios

**Verizon Media Platform** ha anunciado el lanzamiento de un conjunto de nuevas capacidades para su plataforma de medios. **Jossi Fresco**, Director Regional de **Verizon Media** para América Latina, dialogó con **PRENSARIO** sobre la actualidad de la empresa y lo que se viene para este semestre: 'Gran parte del negocio de **Verizon Media** es para deportes en vivo, pero también estamos viendo un enorme crecimiento en la demanda de entretenimiento y noticias'. Continúa discutiendo cómo **Verizon Media** está permitiendo a los organismos de radiodifusión, propietarios de contenido y proveedores de servicios, aumentar el público y monetizar el contenido de nuevas maneras.



### Publicidad OTT y Control de Medios

Las herramientas publicitarias avanzadas de **Verizon Media Platform** brin-

dan a los clientes una comprensión más profunda de sus flujos de trabajo publicitarios y rendimiento publicitario. 'Por primera vez, nuestros clientes ahora tienen total transparencia en el proceso de licitación con nuestro **SmartPlay Prebid**', dijo Jossi. La nueva integración del lado del servidor (SSAI) de **Verizon Media** expone el inventario y lleva a cabo subastas más rápidas con más socios en demanda.

**Verizon Media Control** permite a los editores seleccionar contenido, simular canales en vivo y syndicar en múltiples plataformas para maximizar el alcance a la audiencia. Si bien su programación de canales permite a los propietarios de contenido crear experiencias lineales virtuales en vivo, su sindicación de salida les permite publicar transmisiones directamente en las plataformas de redes



Jossi Fresco

sociales, eliminando la necesidad de costosas tecnologías de transmisión.

### Eventos en vivo

Como líder en la transmisión por streaming de eventos en vivo, **Verizon Media** continúa brindando una plataforma escalable, que admite nuevos flujos de trabajo de ingesta de video como ingesta RTMP y segmentadores de nube administrados, para entregar contenido en vivo en 4K HDR hasta a 10 millones de espectadores concurrentes en todo el mundo.

# Can you see IT?



One of  
Appear's  
possible  
end-to-end  
architecture

ca. 2019

OTT  
Distribution  
Contribution  
Low Latency Delivery  
Remote Production  
Video Networking  
& Processing

From Creation to Consumption

# Appear

redefining video delivery

## Toner Cable Equipment se prepara para sus 50 años

Con presencia en México y Centroamérica

Toner Cable Equipment ha estado en el mercado de Estados Unidos desde 1971. Fundada por BJ Toner, cuenta con una oficina en Inglaterra desde 1990, y con oficinas remotas en Florida y California, lugar en el que atienden el mercado de América Latina desde 1998. Prensario tecabó los comentarios de Francisco Medina, CALA Sales Engineer de dicha empresa, que el año que viene cumplirá 50 años de existencia. 'Nuestra fortaleza siempre ha sido nuestra capacidad de escuchar, entender y brindar una solución a un excelente precio. Tenemos un grupo que es altamente técnico, conocedor y amable con una variedad de opciones de productos y soluciones al alcance de cliente', comentó Medina.

### La demanda en el mercado de México y Centroamérica

'La mayoría de equipo que hoy vendemos

a todas las regiones es usado en el mercado de México y Centroamérica. Con nuestra amplia lista de fabricantes y proveedores, tenemos una línea completa para todo tipo de requisitos y podemos brindar una solución a cualquier sistema. Somos muy flexibles, si no tenemos una solución requerida, podemos fabricar equipo bajo nuestra marca Toner Cable Equipment o buscar fabricantes/proveedores nuevos. Atendemos diferentes mercados, por ejemplo: cable operadores, emisoras, sistemas satelitales, hospitalidad, educación, gobierno/seguridad, IPTV y OTT. Les vendemos una gran variedad de soluciones como equipos de cabecera, tanto digital y analógico, productos para distribuir video de banda ancha y RF, cable coaxial y conectividad, equipo de fibra óptica pasivo y electrónico, antenas y equipo para transmisión de sistemas libres y satelitales, equipo de prueba para todo tipo de sistemas,

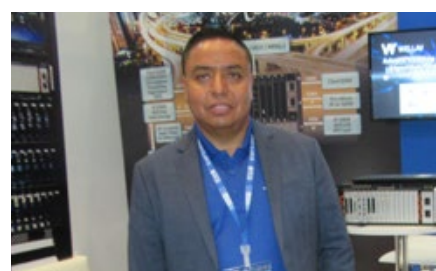


## Gerard Kim de EKT: 'Trabajamos y apoyamos más que nunca a los clientes'

Prensario tuvo la oportunidad de reparar con Gerard Kim, Director de Ventas de EKT en Latinoamérica, las tendencias en el mercado y cómo la empresa maneja la situación frente a la pandemia: 'Es difícil decirlo en pocas palabras, pero definitivamente hay más y más demandas en Android TV. Y al mismo tiempo, los grandes operadores de DTH están ansiosos por reemplazar su legado en una experiencia más avanzada con un precio asequible. Lo tercero que vemos es que RDK está haciendo ruido en el mercado. Todavía no tanto en LatAm, pero creemos que, debido a la disponibilidad de aplicaciones y a que el cliente tiene el control total de la solución y sus datos, entendemos que obtendrá mucha más atención en el corto plazo. EKT es excelente para cubrir estos segmentos del mercado'.

Haciendo énfasis en la tendencia que pre-

senta Android TV, Kim sostuvo que: 'La gente habla mucho de eso. Pero, en mi humilde opinión, elegir Android TV no será suficiente para diferenciarse de los competidores. Como el sistema operativo en los dispositivos móviles no será un factor decisivo en la elección del teléfono móvil, por parte de las personas, los operadores que eligen Android TV deben pensar más en cómo diferenciarse'. 'Con la situación actual con la pandemia de COVID-19, y el aislamiento social en la mayoría de los países, las empresas tuvieron que tomar medidas de precaución y buscar formas para poder manejarse con los clientes. Por el lado de EKT, Kim señaló: 'Nuestros empleados se encuentran por todas las zonas horarias del mundo. Esto significa que muchos de ellos están trabajando desde casa, excepto los ingenieros que necesitan



Francisco Medina

transcoders, middleware para IPTV/OTT, y mucho más.

### Comunicación con los clientes y participación en el especial de MEXCA

Sobre la forma de comunicarse con sus clientes y socios, Francisco nos cuenta: 'Atendemos el mercado de México y Centroamérica por tres diferentes vías: directamente con el cliente, distribuidores e integradores. Los atendemos remotamente desde nuestras oficinas en California/Florida y visitas programadas durante el año. Este año teníamos programado participar en Convergencia 2020. Pero por la pandemia, decidimos participar y dar atención al mercado de México y Centroamérica por este medio virtual, Prensario Especial MEXCA.



EKT, Gerard Kim y Minjoung Kwon

trabajar juntos en una oficina. Nuestro sistema STB remoto nos permite ejecutar pruebas desde nuestros hogares en la red real. Este invento de nuestros ingenieros ahora juega un papel aún más importante en nuestras implementaciones'.

Con la situación generada por la pandemia, EKT realiza llamadas conferencia semanalmente o quincenalmente con clientes y socios, para que sigan sintiéndose satisfechos con el apoyo de EKT: 'Estamos acostumbrados a trabajar juntos y ahora estamos utilizando esta forma de trabajar también con nuestros clientes, incluso más que nunca' destacó Kim.



# CryptoGuard

— Protect your content —



## Content Security

— For Digital TV on Any Screen —

### CAS ▶ Multi-DRM



### CryptoLITE

OTT SOLUTION

### Cost-Effective End-to-End OTT Solution

ADVANCED FEATURES

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

SUPPORTS NATIVE DRMs

Apple FairPlay ▶ Google Widevine™ ▶ Microsoft® PlayReady®

### CONTACT

Tobias Nyström | Sales Director LATAM

Tel +46 971 107 35

Mobile +33 626 60 02 91

Email tobias@cryptoguard.com

Follow us



www.cryptoguard.com

# Technetix: En el futuro de la velocidad, Redes de alta capacidad

Por Rodrigo Martin, Regional Sales & Engineering, CaLA

Las necesidades crecientes de velocidad y capacidad han conducido a la industria de la banda ancha por cable a desarrollar redes más rápidas y mayor capacidad. Ancho de banda extendido, mayores profundidades de modulación son algunas de las soluciones que se deben incorporar para mejorar la longevidad y flexibilidad de las redes actuales. Los principales fabricantes de equipamientos están redefiniendo su oferta de producto mientras los operadores deciden que tecnología adoptarán para obtener 10Gbps. El primer borrador de la especificación DOCSIS 4.0 por CableLabs se encuentra a punto de ser finalizada. Esta especificación definirá la siguiente generación soportará velocidades multi-gigabit y tendrá capacidad para una latencia más baja con mejoras en la seguridad de la red. A largo plazo, la industria global se esfuerza para alcanzar velocidades simétricas de 10Gbps en las redes de acceso como HFC, FTTH y Wireless.

Una parte clave de este nuevo standard es la incorporación de nuevas tecnológicas, incluyendo Extended Spectrum Docsis (ESD), Full duplex DOCSIS (FDX) y Low Latency Docsis (LLD) en un standard único en la industria. Estas tecnologías han sido desarrolladas para crear una red superior, más rápida, mas eficiente y con mayor capacidad, particularmente en el upstream. ESD obtiene esto utilizando y separando el upstream y el downstream en puntos más altos del espectro. La tecnología FDX permite que los canales upstream y el downstream se utilicen de forma simultánea. LLD se enfoca en los dos factores principales de latencia en la red – queuing delay y media acquisition delay.

## El Diseño Innovador Comienza con la Plataforma de Acceso Actual

Los operadores deben buscar una tecnología que esté disponible ahora y que proporcione nodos modulares “plug and play”, amplificadores y soluciones (R-PHY) que permitirán futuras modernizaciones y actualizaciones de red. Para mejorar la longevidad y la flexibilidad de las redes HFC, los operadores necesitan la capacidad de actualizar fácilmente los módulos ópticos y RF instalados o actualizar a los nodos R-PHY a medida que evoluciona la arquitectura de la red.

Con el enfoque de un futuro en el que los operadores brinden servicios de multi-

gigabits a los suscriptores, el modelo actual donde sólo agregaban hardware para permitir un aumento constante en el ancho de banda no puede continuar. La evolución constante de las plantas DOCSIS y HFC ha permitido que DOCSIS

3.1 sea entregue a través de una Plataforma de Acceso de Cable Convergente (CCAP). Esta evolución ha proporcionado un aumento en la densidad y la escala, lo que permite a los operadores abordar la demanda exponencial anual de mayor ancho de banda. Sin embargo, con la necesidad de reducir el gasto de capex y opex, los operadores están avanzando hacia arquitecturas de acceso distribuido y virtualización de redes.

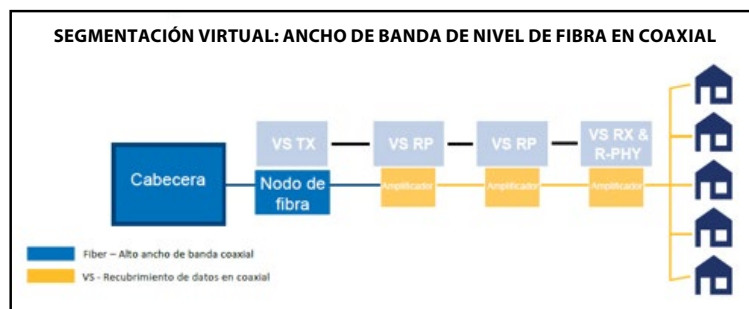
## Distributed Access Architecture (DAA)

DAA permite relocalizar el hardware de acceso de los HUBS a HUBS más pequeños o directamente en la planta. Esta implementación se realiza separando el núcleo CCAP de las funcionalidades PHY, que se acercan a los suscriptores, manteniendo únicamente las funciones de core en las cabeceras. El R-PHY se conecta al core vía un enlace óptico digital, por lo que requiere que los operadores desplieguen fibra hasta cada una de las localizaciones R-PHY.

R-Phy, que integra DOCSIS 3.1, permite a los operadores de cable, dar respuesta a las necesidades de banda ancha de sus suscriptores, en cualquier caso, esto requiere el despliegue de fibra en múltiples localizaciones, donde un nodo o amplificador se convertirán en un nodo R-Phy. El despliegue de fibra requiere tiempo y tiene un coste elevado; particularmente en cuando a la obtención de permisos de la autoridad local y construcción. Incluso si existe una fibra pre-existente en algunos escenarios, puede no ser práctico para el operador desplegar la fibra para un número limitado de usuarios.

## Segmentación de red

Algunas soluciones de segmentación de red pueden eliminar la necesidad de despliegue de fibra. Virtual Segmentation (VS) es una tecnología innovadora que permite activar



ancho de banda adicional sobre el cable coaxial, permitiendo el despliegue de R-PHY sin desplegar fibra óptica. El ancho de banda adicional depende de la utilización del espectro de RF y puede ser de hasta 10Gbps simétricos.

CS ha sido desplegado como un añadido a la infraestructura existente donde el espectro DOCSIS permanente intacto en las líneas troncales, utilizando las frecuencias superiores hasta 4 GHz. Es posible utilizar diferentes frecuencias y anchos de banda para desplegar canales de transmisión transparentes ethernet de hasta 10Gbps. EL cable Coaxial actúa puede actuar como una fibra virtual para aplicaciones de: red troncal de móvil, conexión de clientes B2B, puntos de acceso Wi-Fi y para alimentar dispositivos R-PHY. Es incluso posible utilizar el cable coaxial para la transmisión DOCSIS y VS simultáneamente.

VS proporciona a los operadores una conexión 10 GE SFP+ desde el nodo/CMTS hasta la localización del dispositivo R-PHY. Dependiendo del escenario de despliegue, VS proporciona hasta 10 GBps de ancho de banda simétrico. Como conclusión VS permite desplegar R-PHY más rápido y con un coste inferior.

## Opciones

Hoy la plataforma de acceso DBX 1.2 GHz es un ejemplo de tecnología que cumple el standard DOCSIS 3.1 pero puede acomodar la siguiente generación de tecnologías que serán detallados en el standard DOCSIS 4.0. El upstream puede incrementar desde 42/54 a 85/102, 204/258 o 300/380 MHz. La plataforma DBx ofrece amplificadores electrónicamente ajustables (localmente vía T-box o laptop, remotamente con un transpondedor DOCSIS 3.0). Technetix ha suministrado 750.000 amplificadores inteligentes DBx a los principales operadores en el mundo. Cuando sea necesario, los operadores pueden expandir sus redes, utilizando Virtual Segmentation™ (VS), desplegando R-Phy sin la necesidad de fibra.



La visión estratégica que potencia su empresa.



Maximice la experiencia de TV de sus usuarios.

- Bromteck BORO
- Remote Phy
- Bromteck Peer to Peer
- Middleware
- CAS / DRM
- Soluciones end to end
- Interfaz Intuitiva
- Medición y análisis de audiencia
- Soluciones F.O.



Esperamos tu consulta: info@networkbroadcast.net | www.networkbroadcast.net

ARG 54 11 5273 1111 | BRA 55 11 4680 4548 | COL 57 15 086526 | CR 506 40 100 525 | MX 52 55 5350 4773

## Lindsay Broadband promueve a Jonathan Haight

**Haight** continúa supervisando el mercado de EE. UU. Mientras se expande a asociaciones estratégicas mundiales, nuevos mercados y exploración de nuevos productos.

Jonathan anteriormente fue vicepresidente de **Lindsay** en el sector de Ventas y Desarrollo de Negocios de EE. UU. Haight fue responsable de la estrategia de ventas y la ejecución del equipo de ventas de EE. UU. En su nuevo cargo, de VP sénior de desarrollo comercial mundial, Jonathan continuará supervisando el mercado de EE. UU., Pero ahora asumirá un papel más importante a nivel corporativo enfocándose en asociaciones estratégicas mundiales, nuevos mercados y exploración de nuevos productos.

Antes de unirse a Lindsay, ocupó una variedad de roles en **EGT**, incluyendo

Director de Ventas Corporativas, Gerente de Cuentas de MSO y Director Regional de Ventas para el Nordeste. Antes de **EGT**, Jonathan ocupó puestos progresivos en Ventas e Ingeniería en **Motorola, Scientific-Atlanta, BarcoNet** y **Cheetah Technologies**.

Además de la gestión de ventas, Jonathan también trae consigo una formación en ingeniería de redes y gestión de proyectos.

‘Promover Jonathan es el último paso en el continuo crecimiento y expansión de Lindsay Broadband’, dijo **David Atman**, presidente. Y agregó: ‘Jonathan ha estado con Lindsay durante 13 años enfocándose en aumentar la exposición y las ventas de los productos de Lindsay en todo EE. UU. Durante su mandato, las



Jonathan Haight



ventas aumentaron, con un crecimiento constante de ingresos año tras año en el mercado MSO. Su gran experiencia continuará convirtiéndolo en un miembro valioso del equipo a medida que continuamos expandiendo nuestro desarrollo de productos impulsados por los clientes de tecnologías de próxima generación y soluciones de red’.

## Power & Tel: Crecimiento con Izzi, TotalPlay, Centro Telecom y American Tower en México

Más demanda por productos de Headend y wifi extenders

Sobre México en particular se expresó el VP sales de **Power & Tel**, **Paulo Da Silva**, junto a la gerente local **Nidia Tenorio**: ‘México esta pasando por una situación muy dura con la Covid, pero para **Power & Tel**, como somos suplidores oficiales de **Izzi/Televisa**, estamos teniendo un volumen bien alto de ventas localmente. Izzi está creciendo bien durante la pandemia y poniendo muchas órdenes para crecer la red de HFC en el país. También afortunadamente, otros proveedores e integradores como **Centro Telecom, Totalplay** y **American Tower** se mantienen muy ocupados y ayudando a que **Power & Tel** pueda tener en México su mejor país para el área de Latín America en 2020’.

Por su parte **Marcelo Zamora**, director regional de ventas de **Power & Tel**, destacó a **PRENSARIO** que: ‘Continuamos atendiendo a nuestros clientes



El equipo comercial de Power&Tel a pleno

con todos sus requerimientos incluyendo cualquier emergencia necesaria. Con la tecnología de video conferencia en realidad no hemos perdido el contacto permanente aunque ahora es virtual. Hemos aprovechado este tiempo para mantener a los ingenieros informados de las nuevas tecnologías incluyendo productos o soluciones que los puedan ayudar a mantener

e incrementar su base de clientes.’

Y remarcó: ‘Hemos visto un aumento en productos de headend para aumentar la capacidad debido a la alta demanda de ancho de banda. De igual manera, un aumento en productos residenciales como wifi extenders y gateways que sean fáciles de instalar al punto que no requiera asistencia física y así evitar cualquier contacto por parte de instaladores dentro del hogar’.



# Proveedor Integral de Redes HFC y FTTH

Con mas de 15 años en el mercado



Acompañamos el cambio tecnológico



/Wire Tech s.a



/@Wire Tech



**Casa Central Buenos Aires**

+54 11 4709 6650  
+54 9 11 2013 0683

ventas@wiretechsa.com.ar



**Sucursal Cordoba**

+54 0351 476 0908  
+54 9 11 5249 9568

sucursalcordoba@wiretechsa.com.ar

www.wiretechsa.com.ar

## Multicom consolida su presencia en el mercado global

Multicom Inc., consolidó su presencia global ofreciendo soluciones innovadoras, tal como viene haciendo desde 1982, desde cuando ha crecido hasta convertirse en un equipo cohesionado de técnicos, ingenieros, administradores y vendedores experimentados, con décadas de experiencia en su haber, ya que muchos de los empleados actuales de la compañía se incorporaron en el inicio, por lo que han trabajado en Multicom durante más de dos décadas.

Desde el Centro de Convenciones del Condado de Orange y el Hotel / Centro de Convenciones Gaylord Palms en Orlando hasta el Coliseo José Miguel Agreloten San Juan, Puerto Rico, los productos y la

experiencia de Multicom ayudan a hacer de estos lugares los destinos de clase mundial que son.

Ganador del Premio "E" del Presidente de los Estados Unidos por sus destacadas contribuciones al programa de expansión de exportaciones del país, Multicom es un fabricante y distribuidor de más de 20.000 productos de más de 380 fabricantes. Esto nos permite facilitar la transmisión de datos, video y voz a través de fibra óptica, coaxial, ethernet y WiFi, a todos los modos de recepción imaginables, así como a los sistemas de control de tráfico que le permiten viajar al trabajo y volver del trabajo.



Gil Caiedo, Hugo Valenzuela y Dominic Ruggiero de Multicom

Multicom se esfuerza no solo por desarrollar y entregar la última tecnología, sino que nuestros productos están diseñados para adaptarse a la evolución constante de las nuevas tecnologías. Multicom ofrece de una fuente, múltiples líneas de productos para construir y mantener completamente sistemas de comunicación a precios rentables.

## Network Broadcast insta a los operadores a afrontar nuevos desafíos



Matías Lassalle

Matías Lassalle, Director Comercial de Network Broadcast para Latam, habló sobre el momento que atraviesa la industria y cómo Network Broadcast está ayudando a sus clientes a mirar más allá de la pandemia.

'Se ha hablado mucho del contexto particular que estamos atravesando y la crisis económica. También es interesante hablar de las oportunidades en una crisis. Pero en este caso el mundo de la televisión y datos realmente está frente a una oportunidad, un desafío. Dependerá del tamaño y lo tecnológicamente avanzado que esté el cableoperador o ISP, pero debe avanzar. Avanzar por la creciente demanda de consumo que han tenido los consumidores en todo el mundo,

por la mayor permanencia en sus casas consumiendo contenido. Y si bien en éste caso hablamos de Latino América en particular, la tecnología a nivel mundial está sufriendo un salto de calidad demandada por los consumidores que también han adquirido nuevos dispositivos (Smartv, Tablets, Celulares, etc), que exigen un servicio a la altura, para explotar al máximo la experiencia del usuario que quiere disfrutar de su nuevo equipo.

Tal es así que muchos de nuestros clientes y es cuestión de tiempo para decir todos, están iniciando una escalada muy fuerte en todas las soluciones que implican una mejor experiencia de usuario. Ya que en definitiva todos entendieron que en estos tiempos de cuarentena implicaron que los usuarios obviamente estén mucho tiempo en casa consumiendo mas entretenimiento con un marcado crecimiento de aplicaciones y VOD', destacó Lassalle. 'Y es una tendencia que seguirá en alza por dos motivos. Los usuarios más allá de las cuarentenas se seguirán cuidando antes de volver a otros entretenimientos, muchas de las actividades nocturnas como cines,

teatros, etc., por lo que seguirán en la casa en los horarios de mayor demanda'.

'En este sentido muchos operadores se están volcando por soluciones IPTV y obviamente OTT, pero los más avanzados están incorporando nuevas soluciones, tecnologías como Peer to Peer o BORO que les permite mejorar y supervisar sus servicios y así poder reducir costos operacionales, pero además, detectar problemas en las señales

antes que los usuarios lo noten, lo que evita reclamos, enojos y bajas de usuarios', agregó el director comercial de Network Broadcast. 'Finalmente para poder acompañar a nuestros clientes en esta expansión que está viviendo el mercado de la televisión y datos, estamos trabajando fuerte en equipos OLT y Onus para que puedan ampliar sus redes de fibra y llegar mejor y a más clientes. Dentro de la situación que nos está haciendo vivir este contexto, creemos que es el momento oportuno de afrontar nuevos desafíos, para todos aquellos que nos dedicamos a mejorar la experiencia de los consumidores de contenido y datos', concluyó Lassalle.



# Llega una nueva experiencia

# diboxGO

dibox

red Intercable

## Promptlink presenta soluciones para FTTH

Promptlink Communications presentó este año su renovado portafolio de avanzadas herramientas para el monitoreo integral de redes, tanto para los estándares tradicionales DOCSIS y PacketCable, como también para las nuevas y crecientes redes de tecnologías FTTH (en particular, redes GPON).

El probado sistema de monitoreo integral CPM (Cable Plant Monitoring), se expande ahora con un módulo de PNM para el mantenimiento proactivo de redes HFC, y con una sofisticada y exclusiva aplicación para la detección y localización de ruido: el *Network NoiseHawk* (patente en trámite).

Mientras el monitoreo convencional basado en SNMP muestra el estado de salud actual de la red, y alerta las caídas de servicio, el monitoreo proactivo PNM permite descubrir las áreas de la red con imperfecciones o defectos que afectan sus parámetros críticos, antes que se produzca degradación o cortes del servicio. Por su parte, el nuevo detector de ruido *Network*

*NoiseHawk* ayuda en la rápida identificación y localización en la red del ingreso de ruido en canales de subida (upstream), totalmente por vía de software.

Al mismo tiempo, Promptlink detalla novedades de su línea de plataformas de pruebas automáticas para equipos terminales CPE de datos y video. Los exitosos bancos de diagnóstico para equipos de datos y telefonía IP: *CPE Atlas* y *CPE Atlas Mini*, continúan siendo una referencia en el mercado para recuperación en logística reversa de alto volumen. Particularmente, el *CPE Atlas Mini* resulta ahora una opción interesante para certificación de equipos, homologación de nuevas versiones de firmware, investigación y desarrollos, y otros usos de baja escala. El software de pruebas *Atlas* soporta los estándares DOCSIS 3.1, GPON, xDSL, MoCA, IPv6, y permite probar todo tipo de equipo de datos y telefonía de banda ancha, incluyendo pruebas Wi-Fi de alta precisión gracias a sus cámaras de prueba blindadas. Adicionalmente, con el CPE ATLAS es



David Mosquera y Vincencio Maya de Millicom

posible actualizar el firmware de manera automática, como parte del proceso global.

Para diagnosticar decodificadores digitales de video (Set-Top Box), Promptlink ofrece el banco STBTP (Set-Top-Box Test Platform), el cual se puede configurar en versiones de baja, media y alta productividad, para el proceso de revisión y recuperación de equipos terminales de video.

Los bancos de prueba *CPE Atlas* y *STBTP* de Promptlink son universalmente utilizados por las principales operadoras MSO y por laboratorios externos, para optimizar sus procesos de diagnóstico y reacondicionamiento (refurbish) de equipos recuperados del campo.

## Multicast: productos y servicios para cableoperadores e ISP's

Con sede en Miami y técnicos con formación en Argentina, la empresa **Multicast LLC** ha comenzado a ofrecer a los cableoperadores una solución para el reemplazo de la grilla básica analógica, para la emisión de servicios de streaming (OTT) adaptados a las necesidades de cada operador.

Multicast aporta una solución simple y accesible para migrar los contenidos de CATV al entorno IP y de allí continúa con la integración de los mismos hacia el OTT, para lo cual previamente se requiere configurar la grilla de tales contenidos en streaming. Así, se reemplaza la grilla básica analógica por otra digital en la norma ISDB-t, que los suscriptores reciben directamente en el sintonizador de su televisor, cualquiera sea su marca o modelo, sin set top box ni control

remoto adicional. Se garantiza un soporte de gestión totalmente remoto.

### Solución segmentada en cuatro etapas:

En la *primera etapa*, denominada Recepción en AV - HDMI - IP, se configuran los IRD multiservicios y se proveen nuevos IRD multi satélites, con multisalidas personalizables en IP, tanto para señales de libre acceso como para encriptadas. En la *segunda etapa*, Conversión AV/HDMI a IP - Transcodificación IP/IP se unifican todos los contenidos en IP, adecuando los parámetros a las distintas formas de transmisión.

En la *tercera etapa*, Encoders QAM; Analógico/ISDB-t/DVB/ATSC- Transmisión, donde Multicast aporta un switch gestionable y

plataforma de modulación QAM Digital ISDB/DVB con fuentes de alimentación redundantes y también encoder múltiple para modulación analógica, PAL-N/PALM/NTSC, para el caso que el operador prefiera mantener la grilla analógica. En la *cuarta etapa*, se instalan los servidores -acceso a la nube - OTT Multicast aporta servidores de streaming para configurar la oferta de contenidos que el operador resuelva incluir en el servicio, en función de la cantidad de señales a incluir y del tiempo de grabación que se decida asignar a cada contenido. Adicionalmente, se ofrece también la facilidad de utilizar la plataforma **FUN**, desarrollada en Argentina para **Cablenet S.A.**



# #Innovación #Desarrollo #Futuro



**Tecnored**

www.tecnoredlatam.com



## Tres divisiones para la casa conectada

Fabricante líder mundial con más de 40 millones de STBs en 2019

Skyworth promedia un nuevo año como gran protagonista del mercado mundial y también de Latinoamérica, tras haber completado el 2019 como fabricante número uno de STBs a nivel mundial, con casi 40 millones de cajas embarcadas, según confirmó a Prensario su Operations and Sales Director North America, Central America & The Caribbean, **Víctor Méndez**.

### Tres divisiones para la casa conectada

Esto se dio en todos los formatos y plataformas como se anunció en la IBC: 'Skyworth ha desarrollado tres divisiones estratégicas para atender todos los requerimientos de la casa conectada. En primer lugar con *Smart Video*, con set up en todas sus modalidades y en todas las gamas. En segundo aparece *Smart Connect*, con equipos de broadband para mejorar la experiencia de ancho de banda como routing, Wifi Mesh, LTE y GPON. Y en tercer lugar *Smart Things*, Sistemas de Integración y soluciones End to End para desarrollar soluciones IoT.

Esto le permite Skyworth generar soluciones integrales para la casa conectada, seguir promoviendo los dispositivos de video y ancho de banda dentro de los hogares y siguiendo las tendencias de desarrollo de la industria'. El plan de atención a los clientes con la Pandemia no se vio afectado: 'Skyworth ejecutó un plan de cobertura integral y virtual para poder continuar con los proyectos en desarrollo. Estableció herramientas de colaboración entre HQ y nuestros centros

de desarrollo de producto en China y Europa; así como una interacción continua con nuestros clientes y partners. Si bien, los proyectos han tomado un ritmo diferente, Skyworth ve con gusto que ninguno de nuestros clientes se detiene y continúan con sus planes de crecimiento y desarrollo.

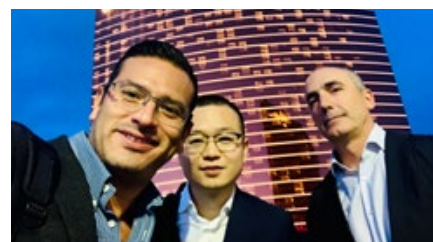
Sobre la fábrica en México agregó: 'Tenemos planes de reestablecer la fábrica en frontera en mediano plazo e implementar un centro de reparación de clase mundial'.

### Tendencias actuales

'Los requerimientos de los clientes demandan más servicios OTT para ver contenidos en cualquier momento y en cualquier dispositivo, la necesidad de considerar una casa conectada, cobra más sentido porque los clientes pasan más tiempo dentro del hogar.

Los trabajos que permiten el "Home Office" demandan claramente más anchos de banda para que la experiencia de las herramientas de colaboración y entretenimiento familiar coexistan satisfactoriamente.

Nuevos servicios como seguridad e IoT son beneficios claros de un ancho de banda que requiere con más frecuencia el cliente, y Skyworth está preparado para estos requerimientos. Trabajamos con todos los proveedores de software, de seguridad y de chipsets para poder ser una real alternativa que se ajuste a las necesidades y presupuestos del cliente. Nuestros partners son muy importantes y valiosos para nuestras soluciones'.



Jason Ye, VP Latin America & India, Diego Carrera, Sales Director South America, Victor Mendez, Sales director America North, Caribe and Central America and GM Mexico

### Prioridades de trabajo a futuro

Sobre las prioridades de trabajo dijo: 'Nos queda consolidar México, avanzar hacia los mercados de Centro América, el Caribe, Estados Unidos y Canadá.

Hemos sido muy exitosos en el lanzamiento de nuestra línea de televisores inteligentes en Estados Unidos y México, a través de nuestros distribuidores autorizados, y definitivamente la marca Skyworth está penetrando de manera exitosa en los mercados.

La calidad de nuestros productos y de nuestros expertos ingenieros hacen de Skyworth una solución "future Proof" y buscando relaciones a largo plazo con los principales operadores de la región.

Skyworth es una compañía de innovación constante y contamos con un "roadmap" sólido en nuestras tres divisiones: Smart Video, Smart Connect y Smart Things. Estamos seguros que, de la mano de nuestros valiosos partners y clientes continuaremos ofreciendo las mejores soluciones al mercado en cualquiera de sus diferentes vertientes'.



Milton Ulua

de customer services acostumbradas, pero ahora para todo un nuevo mercado no sólo de operadores de cable sino también de ISPs.

SKYWORTH



# FTTX Fiber Solutions

## Fiber Headend

### Headend Transmitters

### Headend Receivers

### EDFA

## Fiber Premise

### Optical Fiber Node - Mini

### Optical Fiber Node - RFoG

### Optical Fiber Node - MDU



## Se viene Antronix Optics

La nueva división de productos ópticos de Antronix

Milton Ulua de Antronix destacó para este año el gran lanzamiento de Antronix Optix, su nueva división de productos ópticos. Cuentan con transmisores, receptores, taps de fibra y todo para hacer FTTH. En definitiva, se busca que las mismas

ANTRONIX

soluciones que se daban para cable coaxial, con tantos años de confiabilidad y apuesta al mercado como fabricantes, ahora también estén disponibles para la parte de fibra.

El lanzamiento se hace estas semanas y tendrá la continuidad y nivel

## TV Agro entró a la parrilla de DIRECTV Colombia

La señal internacional agropecuaria TV Agro, de la productora colombiana Global Media, se incorpora en la parrilla de DIRECTV Colombia en el canal 152 desde el pasado 10 de julio. El canal actualmente tiene cobertura no solo en Colombia, sino también en 16 países entre los que se encuentran: Perú, Ecuador, Bolivia, Venezuela, Chile, Guatemala, Honduras, El Salvador, Costa Rica, República Dominicana, Panamá y Argentina. En este nuevo acuerdo realizado de la mano con Willie Hernández de Condista, TV Agro se posiciona en su mercado originario y lo hace con el DTH líder en toda la región. La señal suma buenas noticias, puesto que hace poco, ingresó en la plataforma de TuVes con Altice de República Dominicana; Viva, del mismo país; CableOnda, de Panamá entre otras operaciones en la región.

Para Piedad Martínez, responsable comercial de Global Media, con el confinamiento, los remates realizados por TV Agro en alianza con Fedegán y ahora con Asocebú, cobra una importancia relevante ya que dan la oportunidad a los televidentes de estar al día con las técnicas agropecuarias innovadoras y exitosas para que sean aplicadas en sus diferentes procesos agroindustriales. Con la señal en HD, el sonido de los animales y los colores del campo se potencian a través del canal, el universo animal, las plantas, las siembras, los cultivos, los procesos agroindustriales, y en general, la biodiversidad que encontramos en el planeta tierra, con producciones en 4K, realizadas en diferentes partes del mundo incluyendo Chile, Argentina, Brasil, Perú, Colombia, Centro-



Piedad Martínez

américa, Israel, África, Indonesia y Europa. Agrega Piedad: 'El canal desarrolla los temas de una manera didáctica e informativa, entretiene y capacita a su vez en temas como: las razas equinas, ganaderas, su manejo y aprovechamiento, el cuidado de las mascotas, los cultivos, desde la siembra hasta la cosecha, las plantas y las flores con sus usos medicinales y terapéuticos, procesos agroindustriales del vino, el algodón y mucho más del mundo apasionante del campo'.

## TyC Sports: vuelve el deporte en vivo

De manera progresiva, los deportes van volviendo a la pantalla de TyC Sports, que ya se prepara para el mes de agosto con regresos tales como el de Boxeo de Primera, que vuelve el 15 de agosto. Salta la cuarentena y se muda a Orlando para protagonizar una velada en la que participarán púgiles argentinos en las peleas más importantes. Alberto Palmetta, Francisco Torres y Lucas Fernández Leone serán los protagonistas de Payne Boxing Series, la primera competencia de boxeo profesional de argentinos en más de 5 meses.

### Vuelve la Diamond League

El atletismo internacional se pone en marcha con el inicio de la Diamond League, la serie anual más importante del calendario.

TyC Sports televisa todas las competencias de cada meeting con la conducción de Gonzalo Bonadeo. Las fechas de transmisión son las siguientes: el 14 en Mónaco, el 20 en Lausanne y por último el 23 en Estocolmo. Entre los destacados del mes en la señal de deportes argentina destacan el programa Superfutbol, donde se analizan y debaten los temas más importantes del deporte. Con la conducción de Diego Díaz y la participación especial de un equipo de periodistas que debatirán sobre la actualidad. Con móviles, invitados, las polémicas y el debate futbolero más apasionante. De lunes a viernes de 12:00 a 14:00 hs. Otro de los destacados es Libero, a continuación de Superfutbol, Ariel Rodríguez y Ariel Senosiain se unen para

que la tarde explote de fútbol con la mirada analítica que los distingue.

Siguiendo con los clásicos de la señal, en agosto Planeta Gol, con Pablo González y Fernando Lavecchia presentan su manera de disfrutar los aspectos estéticos, lúdicos y llamativos del fútbol con un show de goles, patadas, atajadas, burradas y curiosidades que ya es un clásico de la TV. Además, en agosto continúan SPORTIA; PRESION ALTA; y PROGRAMA SIN NOMBRE, donde los presentadores e invitados se anima a decir lo que nadie se atreve con un toque de ironía, humor y sarcasmo. Con la conducción de Agustín Fantasía de lunes a viernes a la medianoche.

TyC Sports



**optocosmo**

**TECNOLOGIA GENERANDO SOLUCIONES**



**MEDIA LINKS®**



- ▶ Enlaces Video por Fibra Óptica / Red IP
- ▶ Transmisores Broadcast
- ▶ Enlaces Microondas y Satelitales
- ▶ Conectividad Video / Audio / IP / F.O.
- ▶ Data/Media Centers
- ▶ Unidades Móviles
- ▶ Contenedores Planta Externa
- ▶ Monitores Profesionales



+52(55) 2075-2280

@ventas.mexico@optocosmo.com

www.optocosmo.com

## Armonice su Red con nuestros instrumentos



## GRANDES en desempeño, LIGEROS en presupuesto

Mientras los clientes esperan mayores velocidades de banda ancha, los proveedores de servicio deben implementar tecnologías que permitan la entrega y verificación del servicio más allá de 1 Gbps. Nuestro portafolio de soluciones en VeEX ayuda a ajustar el rendimiento y la confiabilidad de la red. Nos aseguramos de que esté en armonía con sus aplicaciones, desde conocer su entorno hasta usar el instrumento adecuado. Las soluciones de prueba VeEX están en cada paso del camino para proporcionar un rendimiento confiable y repetible, desde el hogar, la planta coaxial, la fibra y el concentrador hasta la cabecera; sus requisitos de prueba son música para nuestros oídos.



RF | DOCSIS 3.1 | R-PHY | xPON | xWDM | Fiber | PNM | Ethernet | OTN

**VeEX**  
The Verification Experts

Website: www.veexinc.com  
Email: info@veexinc.com  
Tel: +1.510.651.0500  
Fax: +1.510.651.0505

Soluciones M&P

## FCB México presenta su metodología para enfrentar la pandemia

Una metodología que llevará a las marcas hacia el camino a la nueva normalidad

Ante la coyuntura provocada por la pandemia, **FCB México**, la compañía global de servicios de comunicaciones de marketing se ha comprometido a hacer más. Por eso, decidió compartir su misión para construir ideas creativas que empoderen a las marcas para resolver los problemas de la gente a través de *insights* identificados con data y tecnología, durante, en la transición y después de la crisis.

### The Never Finished Framework

**Eric Descombes**, CEO de FCB México, comentó que esta metodología responde a las

nuevas necesidades de manera ágil, para que las marcas puedan ayudar a la gente y reaccionen de manera correcta durante la crisis y después de ella, ya que desde varios ángulos se debe cambiar la forma en que estamos interactuando con nuestros consumidores, después de aprender del contexto y de los cambios de comportamiento que están sucediendo de forma contundente y fuerte. Por otro lado, **Rocío Fernández**, VP of Business Strategy y **Arleen Holden**, VP Creative & Data Strategy de FCB México hablaron sobre los ejes en los que está basada la metodología *The Never Finished Framework*.



Eric Descombes

‘Sabemos que cada mercado, categoría y cliente se encuentra reaccionando diferente, nuestra estrategia de marca está diseñada para convertirse en un proceso dinámico y adaptable a los ajustes que vaya sufriendo, tanto el contexto como la marca, permitiendo por medio de los aprendizajes obtenidos, generar y adoptar estrategias diferentes’, finalizó **Descombes**.

## DDB México nombra a Gabriel Vázquez como nuevo director creativo

La agencia de publicidad **DDB México**, perteneciente al grupo **Omnicom**, anunció el nombramiento de **Gabriel Vázquez** como su nuevo director creativo. Vázquez posee más de 25 años de carrera en la industria publicitaria internacional, es parte de una estrategia de la compañía para garantizar soluciones a marcas y anunciantes. ‘La agencia está en un momento de transformación muy importante para escalar los servicios que brindamos a los clientes y esto viene acompañado de la incorporación de talento con gran experiencia como Gabriel, quien llega a liderar nuestros esfuerzos creativos’, dijo **Carmen Corrales**, CEO de **DDB México**. Para asumir esta nueva res-

ponsabilidad, Vázquez dejó su cargo como vicepresidente creativo de la entonces agencia **AC McGarrybowen** –tras la fusión con **Dentsu**, la firma se llama **Dentsu McGarrybown**-. Anteriormente ocupó el mismo cargo en la extinta **J. Walter Thompson México**. ‘Estoy muy entusiasmado por ser parte de una agencia que, apuesta fuertemente por la creatividad y las conexiones emocionales, especialmente en épocas complicadas como la que vive la industria actualmente, que requieren soluciones que realmente se conviertan en resultados’ mencionó el nuevo director creativo. En 2017, el publicista participó como juez de la categoría **Cyber** en el Festival de Creatividad



Gabriel Vázquez

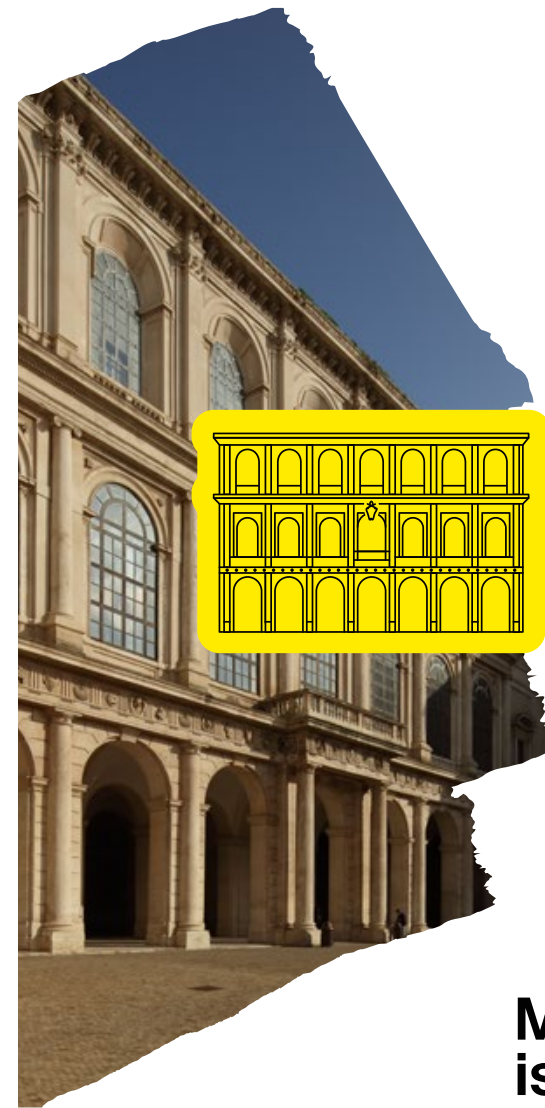
**Cannes Lions**. Un año antes, mientras era parte de **J. Walter Thompson México**, ganó un premio oro y uno de bronce por la campaña ‘**Colormaps**’ que elaboró para **PPG Comex**. Actualmente **DDB México** trabaja con marcas como **Seat**, **Volkswagen**, **Grupo Herdez**, **Mars**, **McDonald’s**, **Johnson**, **Unilever**, **Casa Cuervo**, **Cirsa**, **iShares**, **Strendus** y **Grupo Posadas**.

## Wunderman Thompson adquiere consultora de marketing digital

La firma creativa **Wunderman Thompson** compró **XumaK**, empresa especializada en la transformación digital de los negocios. El monto de la transacción no fue revelado. **Xumak**, que fue fundada en 2004 por el guatemalteco **Marcos Antil**, ha liderado la transformación digital de empresas como **Digicel** y **Metlife**. La agencia de publicidad **Wunderman Thomp-**

**son** anunció la compra de **XumaK**, una consultora de tecnología de marketing, especializada en la transformación digital de las empresas. Aunque los acuerdos de la transacción no se divulgaron, la agencia que forma parte del portafolio del holding global de publicidad **WPP**, explicó que esta adquisición les permitirá ampliar su oferta tecnológica en América del Norte, región en la que se concentrará el equipo

de la **XumaK** dirigido por el guatemalteco **Marcos Antil**. ‘Unirnos a **Wunderman Thompson** nos permitirá añadir aún más valor a las marcas con las que trabajamos al proporcionarles un conjunto más completo de tecnología, datos y soluciones creativas para satisfacer sus demandas’, dijeron desde la consultora.



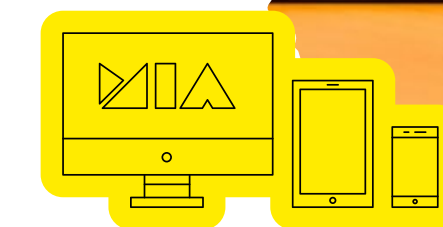
Mercato Internazionale  
Audiovisivo  
Film-Drama-Doc  
ROME OCTOBER 14 | 18  
2020



MIA early bird registration is now open!

One badge, two experiences: on-site and online.

#MiaMarket  
miamarket.it



A brand and a project produced by



Supported by



With the contribution of



## Havas Media Group: México estima una caída del 24% en su mercado publicitario

De acuerdo al estudio realizado por **Havas Media Group**, los medios han tenido una caída de inversión publicitaria muy importante en los meses de mayo y junio. El estudio "Panorama de Medios en Tiempos de COVID-19", con el objetivo de identificar el aprovechamiento de todas las oportunidades al alcance de los clientes, destacó que la inversión publicitaria ha sido gravemente afectada y se estima que el mercado publicitario cayó en un 50% en mayo y se espera el mismo comportamiento en junio. El estudio revela que la inversión publicitaria caerá un 12%, dentro de este panorama, la TV de paga caerá un 12%, en tanto la TV abierta un 14%, la radio un 16%, los impresos 19%, el cine 21%, el OOH un 16% y digital 7%. Como lo han externado los players, existe una mayor audiencia pero una menor inversión publicitaria, los sectores que disminuyeron



su inversión fueron las telecomunicaciones (-2%), comercio (-20%), turismo (-27%), alimentos (-40%), bebidas (-51%) y automotriz (-71%).

Entre los resultados destacan que el post confinamiento da un regreso a lo habitual (TV), y cabe la posibilidad de un mejor posicionamiento del prime time.

En alcance total de encendidos, los niños y adolescentes son los que más incrementaron el alcance al comienzo, pero en la semana 20 regresan a los niveles previos a COVID-19. Todos los NSE subieron al inicio, pero luego descendieron.

### Crecimiento de redes sociales y OTT

En cuanto a la oferta digital: se vio un incremento en el tiempo dedicado a RRSS y entretenimiento, **Youtube** aumentó la frecuencia o tiempo de uso en un 64%; mientras que **Netflix** lo hizo en un 53%, canales

nacionales un 27%, **Amazon Prime Video** 21%, canales Internacionales un 14%, canales regionales 8%, **Apple TV** 5% y otros 4%.

Otros resultados arrojan que los medios estiman un 24% de caída de inversión anual, en donde junio se visualizó con un impacto similar a mayo.

### Medios más afectados en inversión publicitaria

El print prevé una caída del 40%, la radio 35%, exteriores 35%, TV paga 30%, TV abierta 30% y digital 15%. En donde, la radio, los impresos y el OOH son los medios más afectados en inversión publicitaria durante mayo.

En la segunda semana de junio, se ve una recuperación contra el mes anterior, prácticamente en todos los medios, lo cual se considera mejorará a medida que avance el año.

## Geometry México presenta a su nuevo CEO

**Germán Yunes**, CEO de **Geometry Global Latina**, anuncia que **Santiago Cortés** es el nuevo CEO de la oficina de México. El ejecutivo, que hasta ahora ocupaba el cargo de COO desde hace casi un año, cuenta con una amplia experiencia dentro de la red.



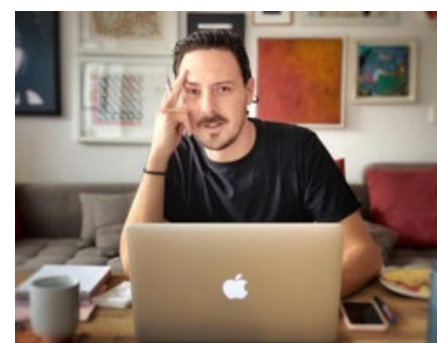
integrando la región y capitalizando oportunidades de crecimiento en clientes regionales y globales. Su experiencia diversa en múltiples mercados, marcas y consumidores, ha desarrollado un fondo global que le permite llevar lo mejor de cada mundo a las plataformas de comunicación de marca.

'Santiago es un perfil muy valioso para **Geometry**. En 2015 comenzó a operar como CEO de la oficina de Perú, y logró crear, desde cero, una sólida cartera de clientes con importantes marcas. Santiago tiene el expertise y el espíritu de trabajo que hoy necesita **Geometry** en México, su experiencia profesional y de liderazgo a nivel global es una muestra de ello'. Expresó **Germán Yunes**, CEO de **Geometry Global Latina**.

Cortés cree que el liderazgo en la gestión del talento es la clave para lograr objetivos creativos y de nuevos negocios.

'Para mí, es un gran desafío esta nueva oportunidad que me presenta **Germán Yunes**. Liderar la oficina de México es un reto que acepto con mucha responsabilidad y orgullo', comentó el nuevo CEO.

Y agregó: 'Sé que estoy asumiendo este rol en un momento muy particular, pero confío plenamente en el equipo de **Geometry México**, y sobre todo en **Juanjo Posada** con quien trabajamos desde hace años y en esta oportunidad lo haremos una vez más codo a codo, enfocándonos en las nuevas necesi-



Santiago Cortés

dades de nuestros clientes, finalizó Cortés.

### Extensa trayectoria del nuevo CEO

Cortés comenzó su carrera en **Young & Rubicam** y **MullenLowe Colombia**, como Account Executive. En el 2006 pasó a **The Coca-Cola Company** desde **Ogilvy Latinoamérica**, primero, en el rol de Account Director y luego, con el mismo cargo, fue trasladado a los headquarters de **Ogilvy** en Nueva York. En 2014 continuó atendiendo la cuenta de **Coca-Cola** desde la filial de Japón, como Group Account Director. A partir del 2015 comenzó a formar parte del equipo de **Geometry**, liderando la operación de Perú.

# NATPE BUDAPEST INTERNATIONAL



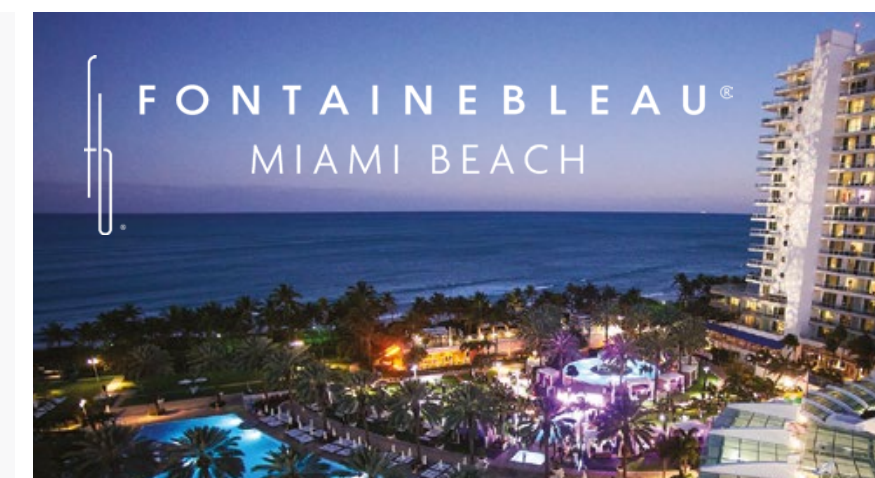
25<sup>TH</sup> - 27<sup>TH</sup> AUGUST 2020

# NATPE Streaming+



15<sup>TH</sup> SEPTEMBER 2020

# NATPE MIAMI



19<sup>TH</sup> - 21<sup>ST</sup> JANUARY 2021

NATPE.com

**mip**  
latin america  
market

**cancun**

17-20 November 2020  
Cancun, Mexico

# 7th Annual Latin America TV Market

Distribution Market • Co-Production Forum •  
Conferences & Networking

**VSN**  
INNOVATION & MEDIA SOLUTIONS

## Trabajar en remoto ya es una realidad

Sigue conectado a tu audiencia con  
**las soluciones web de VSN**



Gestión completa  
de archivo y media



Producción y  
edición remota



Tráfico y planificación  
en la nube



Emisión y distribución  
multiplataforma

Contáctanos

**[vsn-tv.com/contacto](https://vsn-tv.com/contacto)**