



EMOCIONA



CONTACTO DE VENTAS
Daniel Picazzo Alamo
dfpicazzo@televisa.com.mx
011 • 5255 • 5261 3245

CONTACTO DE VENTAS EN LATAM
José Elizalde
jelizalde@televisa.com.mx
011 • 5255 • 5261 3294



www.telemundointernacionaltv.com

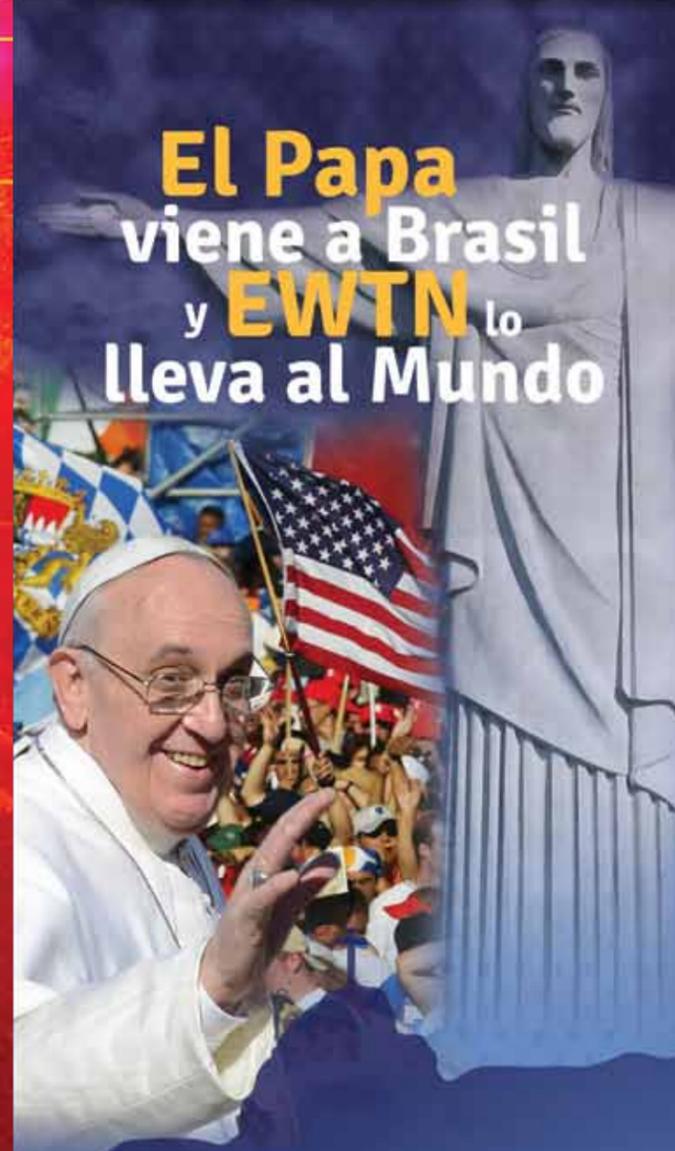
Mayo 2013 | Año 18 | # 216
Segunda Edición

Spanish - English edition
Prensario
Internacional

www.prensario.net

Televisión • Broadband • New Media • Licensing

El Papa
viene a Brasil
y **EWTN** lo
lleva al Mundo



EWTN
el canal católico

Jornada Mundial de la Juventud • Julio 2013

Visítenos en Canitec

www.ewtn.com

exp 
CANITEC
2013



**REPORTAJES
EXCLUSIVOS**

- Alejandro Puente, Canitec
- Alex Penna, Sky
- Enrique Yamuni, Megacable
- Ricardo Villa, Cablemás
- Jorge Azzario, Multimedia Monterrey
- Dish
- Total Play
- Maxcom
- Salomón Padilla, 30 cabeceras independientes

Equipos De Última Generación.
Precios Competitivos.

En Stock.

EQUIPO DE
CABECERA



CMTS



ÓPTICOS



DIGICOMM
INTERNATIONAL, INC.



eMTA's, CABLE MODEMS
Y GATEWAYS



TAPS Y PASIVOS



AMPLIFICADORES
GAINMAKER
Y NODOS

Digicomm Es Socio Autorizado
de Almacenamiento de



AMPLIFICADORES Y NODOS • ATENUADORES Y ECUALIZADORES • CABLE • CONECTORES • HERRAJES • HERRAMIENTAS
MANGAS TERMOCONTRÁCTILES • MATERIAL DE ACOMETIDA • ÓPTICOS • PRODUCTOS PARA FIBRA • TAPS Y PASIVOS

USA (303) 799-3444

México +52 (55) 8421-8020

1 Digicomm Drive, Englewood, CO 80112 USA

www.digicomm.com

sales@digicomm.com

LO QUE TAMAS COMO VER LOS PASOS

FACEBOOK: TNT América Latina
TWITTER: TNTLA

TNT HD

TNTLA.COM

©Cherry/Pixar



SÓLO LOS MEJORES

NBA
PLAYOFFS 2013
MAYO

SPACE
EMOCIONES EXTREMAS
canalspace.tv



10 AÑOS ESTUDIANDO MEDICINA
NO TE PREPARAN PARA TODO.

NIÑO SANTO
N U E V A S E R I E

DOMINGOS
10 PM **ISAT**
WWW.ISAT.TV | SEGUINOS EN

El uniforme de policia sería muy llamativo.

MIAMI VICE

MIAMI VICE: M. J. GILBERT/TURNER BROADCAST NETWORKS. LOS ANGELES: JIM SPELLMAN/GETTY IMAGES. MIAMI: JIM SPELLMAN/GETTY IMAGES. MIAMI: JIM SPELLMAN/GETTY IMAGES.



Lunes a Viernes 8 p.m.

[f](#) [t](#) tcm1a.com

TCM

MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

· LUIS BOLIO Tel: (5255) 5089-6272
luis.bolio@turner.com Fax: (5255) 5089-6280



MIAMI VICE: M. J. GILBERT/TURNER BROADCAST NETWORKS. LOS ANGELES: JIM SPELLMAN/GETTY IMAGES. MIAMI: JIM SPELLMAN/GETTY IMAGES. MIAMI: JIM SPELLMAN/GETTY IMAGES.



**PASE LO QUE PASE,
NO DEJES DE CANTAR.**

KILLER KARAOKE
VIERNES 22HS (ARG) - 8PM (MÉX)

truTV

[f](#) facebook.com/trutvla

[t](#) @truTVla

MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

Luis.Bolio@turner.com
Tel: (52-55) 5089-6272

CHILE / BOLIVIA / PERÚ

Gustavo.Minaker@turner.com
Tel: (56-2) 387-2200

ARGENTINA / URUGUAY / PARAGUAY

Juan.Balassanian@turner.com
Carlos.Cordero@turner.com
Tel: (54-11) 4318-3100

BRASIL

Anthony.Doyle@turner.com
Tel: (55-11) 5501-6700

CANITEC 2013: LA INDUSTRIA ANTE EL CAMBIO REGULATORIO



CANITEC 2013: THE INDUSTRY TO DISCUSS THE EFFECT OF NEW TELECOM REGULATIONS



Como todos los años, PRENSARIO INTERNACIONAL presenta la edición de la Expo Convención de Canitec. Tras tres años en el interior de la República Mexicana, la muestra organizada por la **Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable** vuelve a la Ciudad de México y al centro

Banamex, donde tuvo lugar en dos ocasiones anteriores.

El regreso a la capital de la República permitirá contar con la presencia del presidente **Enrique Peña Nieto** y las máximas autoridades de las telecomunicaciones en México, algo que se consiguió sólo a partir del sexenio de **Felipe Calderón** y ha sido un gran capital para el exitoso cabildeo de Canitec en materia regulatoria, culminando con la Reforma de Telecomunicaciones, tratada en esta edición. Se espera nuevamente una fuerte repercusión de la Expo este año, tras haber logrado primeras planas y excelente convocatoria política en los años anteriores, pero ahora las autoridades son nuevas.

Como Expo Convención, Canitec tiene el desafío de aportar a sus expositores un movimiento equivalente al crecimiento de suscriptores que viene registrando el mercado, aunque muchos de ellos hayan sido de DTH y en particular del pre-pago de **Sky, VeTV**. En los últimos años Canitec ha debido sobrellevar la consolidación del mercado, con menor presencia de independientes y hasta cierta separación de la segunda línea. Esto puede haberse profundizado por las mayores sinergias que hay actualmente entre los operadores del **Grupo Televisa**, que avanzó en su integración de **Cablevisión, Cablevisión Monterrey y Cablemás**.

Como contrapartida vale destacar una entusiasta participación de los más altos ejecutivos de los sistemas, que tanto en las conferencias como en el piso de la exposición se presentan con toda su cúpula jerárquica. Al mismo tiempo, el mercado ha ganado atractivo al sumarse algunos operadores interesantes, como **Total Play de TV Azteca, Axtel y Maxcom**.

En las conferencias se mantiene el interesante concepto que viene de la **NCTA** sobre que participen los propios operadores, y el tan álgido momento regulatorio hará que el entusiasmo por las conferencias se multiplique. Es así que podemos esperar una interesante Expo Convención 2013, reflejando el importante momento del mercado mexicano, así como la aparición del VOD y la OTT, TV Everywhere, a la vanguardia con los nuevos servicios.

The Canitec convention and conference returns this year to Mexico City after three years of being held in the interior of the nation.

President **Enrique Peña Nieto** is expected to deliver the keynote speech at the opening lunch, as former president **Felipe Calderón** did during his "sexenio". This implies other high-ranked officers will be attending, too, signaling a good opportunity to get acquainted with the policies to be applied concerning issues that are relevant to pay television.

The industry is now facing a drastic change, promoted by president Peña Nieto, to the regulation framework that implies changes in the Constitution and enacting additional laws later this year.

The exhibitors at the Banamex Convention Center will have to deal with a certain degree of market concentration, but, on the other hand, the industry executives appear ready to be met at the show; there is also the emergence of various VOD services and the adoption of new technologies by the existing operators, as well as growing interest among several telcos concerning the pay TV business.

The domestic market has been expanding during the past 12 months. Mexico is the second-largest market in the region, and it is expected it will grow more in the near future, in part due to more competition expected from the new regulation framework, but also as an effect of the higher value of local currency unit against the dollar and investor confidence on the future of Mexico.



DONDE TODO COMIENZA





MÉXICO: BUSCANDO EL DESARROLLO ORDENADO

La asunción del presidente **Enrique Peña Nieto** hace ya seis meses, parece indicar el comienzo de una nueva etapa de crecimiento en la economía y, en particular, en las telecomunicaciones --incluyendo la TV paga-- de México. Esto dentro de un contexto de lenta recuperación de la economía de Estados Unidos, que recibe la mayor parte de las exportaciones mexicanas, y una política financiera sobria que ha elevado el valor del peso mexicano en relación al dólar y genera un clima propicio a la inversión extranjera.

Tal como se comenta aparte, buena parte de lo que vaya a suceder en el futuro dependerá de la aplicación de la Reforma en Telecomunicaciones, que forma parte de un paquete de medidas propuestas por Peña Nieto a los partidos de la oposición, denominado *Pacto por México*. Una de las propuestas básicas de la reforma es autorizar el aumento de la inversión extranjera en telecomunicaciones al 100% y en radio y televisión al 49%, aunque este valor podría estar limitado a lo que fijen los convenios de reciprocidad, por ejemplo 25% con la Unión Americana porque tal es el límite admitido en Estados Unidos. Esto conecta con la iniciativa de la **Comisión Federal de Telecomunicaciones** (Cofetel), que será reemplazada por el **Instituto Federal de Telecomunicaciones** (Ifetel), de licitar unas 302 frecuencias aptas para TV

digital terrestre (TDT), lo cual, de acuerdo a la actual Comisión, permitiría instalar dos nuevas cadenas de TV de alcance nacional, compitiendo con **Televisa** y **TV Azteca**, una vez que se haya materializado el pase de las actuales emisoras de TV analógica a TV digital, lo cual debiera suceder no más allá del 31 de diciembre de 2015.

EL "APAGÓN ANALÓGICO"

El denominado "apagón analógico" (cese total de transmisiones de TV analógica) debe comenzar el 28 de mayo con una prueba piloto en la ciudad de Tijuana, donde se han repartido sin costo alrededor de 190.000 decodificadores y antenas a hogares particulares que no tenían acceso entre diciembre 2012 y marzo 2013 a TV digital ni estaban suscriptos a TV paga. El costo de este lanzamiento, en el orden de los 45 millones de dólares, estuvo a cargo del *Foncos*, un fondo destinado teóricamente a mejorar las telecomunicaciones en zonas no rentables para la empresas prestatarias; hay otras cinco ciudades en la frontera y zona norte de México donde están programados operativos similares durante este año, pero no hay presupuesto asignado para entregar en todas ellas sin costo los decodificadores y antenas a quienes no tienen actualmente acceso a TV digital ni están suscriptos a TV paga en estas ciudades.

Como en otros países del mundo, el principal objetivo de la Televisión Digital Terrestre es liberar frecuencias en la banda de 700 MHz (actualmente ocupadas por las televisoras) para licitarlo entre los operadores de telecomunicaciones, un mercado donde **Telcel**, parte del conglomerado **América Móvil** controlado por **Carlos Slim**, tiene un 70% de participación del mercado y **Movistar**, marca de **Telefónica**, alrededor del 23%. Aquí es donde la Reforma en Telecomunicaciones cobra importancia, por cuanto no parece haber en México inversores interesados en competir en gran escala con Slim y Telefónica, al punto que la alianza de Televisa y **Ricardo Salinas Pliego** en **Iusacell** aspira a que esta empresa pase a tener de 6%



Enrique Peña Nieto, presidente de México



Carlos Slim, de América Móvil

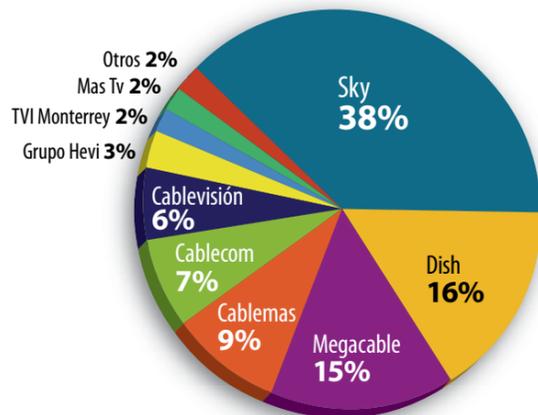
a 10% de mercado en los próximos años. **Nextel** y **Axtel** también participan, con porcentajes menores pese a la gran inversión realizada.

TV PAGA

En materia de TV paga, el mercado ha estado creciendo a tasas satisfactorias pero especialmente en DTH, donde **Sky** --controlada por Televisa, con **DirecTV** como socio minoritario-- y **Dish México**, sociedad de MVS con **Echostar** de Estados Unidos, son los actores casi excluyentes; sobre la frontera, un número no bien determinado de hogares recibe servicios de DirecTV y Dish de los Estados Unidos.

Dish México es criticada por un convenio de comercialización y cobranza con **Telmex**, que tiene además un convenio de opción a ingresar como accionista si se modifica su título de concesión y se admite su ingreso a televisión. El Ing. Slim ha manifestado que la TV de aire no le interesa, pero lanzó **UnoTV** como señal de video por Internet en México y **OraTV**, de iguales características, en Estados Unidos,

MÉXICO: MARKET SHARE DE TV DE PAGA, POR OPERADORES (1T 2013)



Fuente: Private Advisor



¡ES HORA DE UNA EXPEDICIÓN! NUEVA SERIE DOKI

¡DISFRÚTALA EN ALTA DEFINICIÓN!



discovery kids™

Contactos Ventas Afiliados:

MIAMI:
Santiago Bruno
1.786 273 4550

MÉXICO:
Alberto Islas
52.55 5249 8867

ARGENTINA:
Sergio Canavese
54.11 4000 4037

BRASIL:
Alessandra Pontes
55.11 2138 9610

tudiscoverykids.com



además de haber comprado los derechos totales de los Juegos Olímpicos de Invierno 2014 en Rusia y los de Brasil en 2016, por lo cual pagó 110 millones de dólares. Dentro de la misma estrategia, lanzó **Claro Video**, servicio de VOD por Internet con programación administrada por **DLA** --con sede en Miami, que adquirió a **Grupo Cisneros** hace un par de años-- para toda Latinoamérica.

Las negociaciones de Slim con el gobierno para lograr el permiso para ingresar a TV no han avanzado desde 2006, cuando a fines del sexenio de **Ernesto Zedillo** se emitió por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transporte el Acuerdo de Convergencia, que preveía hacerlo cuando Telmex, parte de América Móvil a cargo de telefonía fija y acceso a Internet, cumpliera con condiciones de interconexión y "operabilidad" con sus competidores, que han acusado a la empresa de obstaculizar la eficiencia de las llamadas originadas en competidores y que debían ser terminadas en la red de Telmex,

que tiene el 80% del mercado de telefonía fija.

La acción de Canitec, la cámara que agrupa a los cableoperadores, y conflictos sobre la tasa de interconexión que Telmex cobra por finalizar llamadas de competidores han demorado tal acuerdo durante todo el sexenio de Calderón y sigue siendo un tema pendiente para la administración de Peña Nieto. La Corte Suprema avaló en varias oportunidades la facultad de Cofetel de fijar las tasas de interconexión cuando dos telcos no se ponen de acuerdo, pero Cofetel carece de poder sancionatorio cuando detecta irregularidades y debe girar los expedientes con sus recomendación es a la SCT, pese a que teóricamente es un ente autónomo. Esta y otras situaciones similares constituyen la denominada "doble ventanilla", que obliga a los cableros y telcos a tramitar por partida doble muchas de las solicitudes y peticiones que efectúan.

EL DTH

El mayor crecimiento del DTH puede ser atribuido tanto a poder ofrecer el servicio en zonas no cableadas como a los precios más atractivos que ha creado la competencia entre Dish y Sky: el aumento de suscriptores está en el orden del 10% a 15% anual, en tanto el cable crece entre 6% y 8% en video, con mayor foco puesto en banda ancha, donde compite exito-



Juan Abellan, CEO de Telefonía México



Ricardo Salinas Pliego, presidente de Grupo Salinas

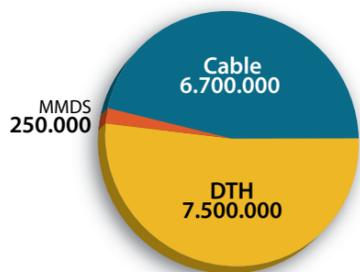
samente con Telmex en ciudades donde está instalado, y telefonía, una aplicación que está perdiendo posiciones a nivel mundial por el auge de la telefonía móvil, en la que los sistemas de cable mexicanos están incurriendo también.

Por otra parte, los últimos tramos del sexenio de **Felipe Calderón** se caracterizaron por un impulso a la televisión pública, representada en la Ciudad de México por los canales 11 y 22 y en los Estados por diversas emisoras que se comenzó a coordinar y proyectos de instalación en diversas capitales de modo de configurar una red de alcance nacional. Esta cadena tendría una oportunidad de crecimiento si el gobierno no lograra captar interesados en al menos algunas de las licitaciones de frecuencias previstas por Cofetel para el futuro.

PERSPECTIVAS

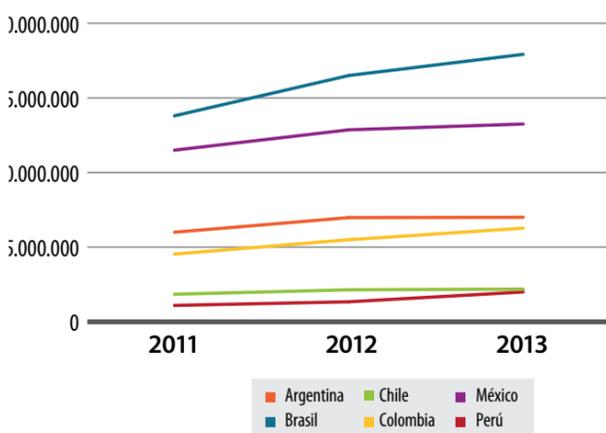
La mayoría de los analistas local e internacionales coinciden en que México tiene mucho para crecer en los próximos años, tanto en términos de TV paga como de banda ancha, aunque las épocas de mayor auge de telefonía celular vayan a ser reemplazadas por un crecimiento

MÉXICO: SUSCRIPTORES DE TV PAGA POR TECNOLOGÍA (ABRIL 2013)



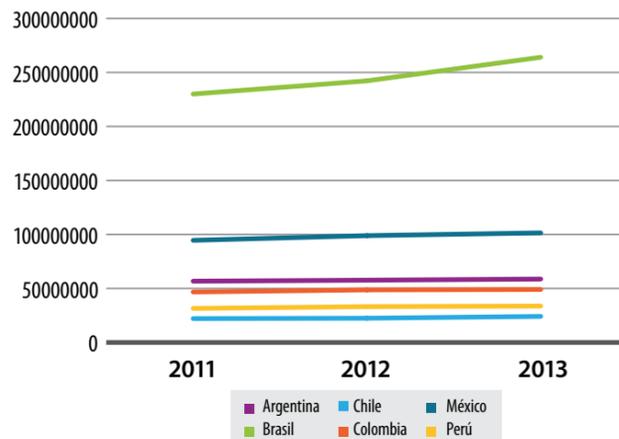
Fuente: Empresas/Private Advisor

EVOLUCIÓN ACCESOS A BANDA ANCHA FIJA POR PAÍSES (2011-2013)



Fuente: Oficina de estadísticas nacionales, IDC, Cisco Systems

EVOLUCIÓN LÍNEAS MÓVILES ACTIVAS POR PAÍSES (2011-2013)



Fuente: Oficina de estadísticas nacionales, IDC, Cisco Systems

LA MEJOR OPCIÓN EN TELEVISIÓN DE PAGA

El canal con la combinación perfecta para adultos contemporáneos: películas internacionales, grandes miniseries y el mejor cine erótico. Multipremier el Canal de Cine que provoca.

El canal número uno de películas en español, sin cortes comerciales, con los títulos más importantes de México, Latinoamérica y España.

El canal español por excelencia, con los mejores programas de variedad, series originales y espectaculares producciones de impactante calidad.

El canal con el perfecto balance entre información y entretenimiento. Más de 3000 horas de programación original al año. 52MX La tele de todos.

Viva Sports es espectacular, divertido, apasionante y original. Te damos un ángulo diferente para ver el deporte desde otra perspectiva. Viva Sports, el canal total de entretenimiento deportivo.

Suspense, acción, horror... No podrás separarte de la pantalla ni siquiera para recobrar el aliento. MC es Tensión adictiva.

100% musical con una propuesta joven, fresca y actual. Toda tu música, todo el tiempo. EXA TV como lo oyes lo ves.

INFORMES Y VENTAS

Sandra Chávez, Subdirectora de Ventas Latinoamérica.
Teléfono: + 5255 5764-8100 Ext.4504/ 4505/ 4506/ 4507
Email: schavez@mvs.com

www.mvs.com/marketing



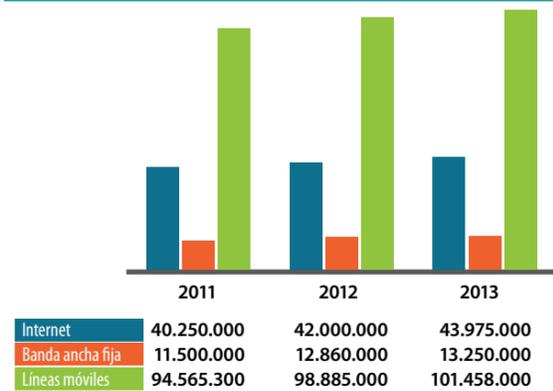
moderado y, sobre todo, cambio de equipos por teléfonos inteligentes y tabletas para acceso a Internet de alta velocidad.

El ritmo al que se produzca esta mejora dependerá de las condiciones para inversión y del aumento del poder adquisitivo de la población, o subsidios para la compra de computadores y acceso de bajo costo a Internet. En TV paga, México es el segundo país de América Latina

en cantidad de suscriptores, sólo superado por Brasil, y crece a mayor velocidad que Argentina, ubicada en tercera posición. En Internet, México figura en tercer lugar, tras Uruguay y Chile, en velocidad de acceso residencial, superando a Brasil y Argentina. Un factor importante es que tanto el gobierno como la opinión pública están alertas

acerca de la importancia y urgencia de actuar en esta materia, de modo de posibilitar en el corto plazo el acceso de una mayor parte de la población a estos servicios indispensables en una sociedad capacitada.

MÉXICO: ACCESOS A INTERNET Y TELEFONÍA MÓVIL (ABRIL 2013)



Fuente: Cofetel, IDC, Cisco Systems



Emilio Azcarraga Jean, presidente del Grupo Televisa



Jean Paul Broc, EVP de operaciones de Cable y Telecomunicaciones de Televisa

MÉXICO: LA REFORMA EN TELECOMUNICACIONES

Considerado el cambio más importante en las últimas dos décadas en materia de radio, televisión y telecomunicaciones, la reforma de la Constitución Mexicana y varias leyes sobre el tema han sido una de las prioridades del gobierno de Enrique Peña Nieto y podría afectar de manera importante la estructura del negocio cuando esté finalmente promulgada --además del Congreso Nacional, fue aprobada por los parlamentos de Entidades quedando habilitada para su promulgación-- y se elaboren las "leyes secundarias" para reglamentarla.

Entre los variados aspectos que abarca, establece la formación de un Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel), que reemplazará a la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) y podría tener injerencia --dependiendo del texto final aprobado-- en temas de competencia que hasta ahora ha manejado la Comisión Federal de Competencia (CFC). Entre los temas en discusión figuraba al escribirse este informe el grado de autonomía que podría tener el Ifetel, desde que el proyecto original contemplaba que este Instituto podría recibir opiniones y propuestas 'no vinculantes' de parte del Ejecutivo.

Otra modificación total al estado actual

de la industria sería la aceptación de inversiones extranjeras hasta el 100% del capital en empresas mexicanas de telecomunicaciones --hasta ahora el límite ha sido de 49%-- y de 49% en empresas de radio y televisión, si bien este límite es posible de ser modificado para adecuarlo al nivel de reciprocidad que exista con cada país; en el caso de los Estados, quedaría entonces en 25%.

Otra de las propuestas en el proyecto original contempla la implantación de las normas "must offer" y "must carry" por parte de los canales abiertos de televisión en su relación con los sistemas de TV paga en cada región del país. El "must offer" establece que las emisoras deberán poner sus señales abiertas a disposición de los sistemas en forma gratuita, algo que no ha existido hasta ahora; se establece una excepción cuando los sistemas de distribución de TV paga tienen una 'posición dominante', en cuyo caso deberían pagar por las señales. A su vez, los sistemas de TV paga tendrían la obligación de distribuir las señales de los canales de aire a sus suscriptores.

Para analizar el efecto de estas disposiciones será necesario esperar hasta ver la forma en que



Mony de Swaan, comisionado presidente de la Cofetel



Gerardo Ruiz Esparza, secretario de Comunicaciones y Transporte

queden en la redacción final de la Reforma, dado que podría interpretarse, por ejemplo, que un sistema satelital como Sky o Dish México tendría que distribuir la totalidad de las señales de aire existentes en el país, un tema que ya causó fuerte discusión en Brasil al discutirse los efectos de la Ley SeAC de 'servicios de acceso condicionado' puesta en vigor en 2011.

Un aspecto no menos polémico es el que posibilita al gobierno ordenar la división en partes de las empresas 'con poder dominante', considerando como tales las que abarcan más del 50% del mercado en que actúan. Este criterio podría ser aplicado a las divisiones de América Móvil (Telmex y Telcel) pero también se intentaba imponerlo en televisión, donde no existen mediciones objetivas de dimensión de mercado, siendo el 'rating' y la facturación publicitaria parámetros tanto subjetivos como variables en el tiempo y dificultando una valoración objetiva de la supuesta 'dominancia'.



GOLDEN BOY
EL PODER TIENE PRECIO

ESTRENO
JUNIO 5
22HS



SOMOSWARNER

warnerchannel.com/goldenboy



ALEJANDRO PUENTE: 'LA REFORMA EN TELECOMUNICACIONES ES UNA OPORTUNIDAD HISTÓRICA'

ESTÁ CONFIRMADA LA PRESENCIA DEL PRESIDENTE ENRIQUE PEÑA NIETO EN CANITEC



Alejandro Puente

Alejandro Puente Córdoba, presidente de Canitec, dialogó con Prensario previo a una nueva edición de la Expo Convención que tendrá lugar en el Centro Banamex, donde destacó los logros de la entidad en 2012 y 2013, con un punto clave como la interconexión.

'En 2011 y 2012, Canitec participó intensamente en los trabajos para la elaboración del Convenio Marco de Interconexión de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel). Este instrumento incluye condiciones para que la interconexión de las redes de telecomunicaciones se realice en mejores condiciones entre los distintos agentes, la vuelve mucho más eficiente y prevé las condiciones para la implementación de nuevas tecnologías, incluida la interconexión IP'.

'Canitec también ha seguido de cerca algunos procesos indispensables como la consolidación de áreas de servicio local, que permitirá a los usuarios de servicios de telefonía ahorrar millones de pesos al año, al convertirse muchas llamadas de larga distancia en locales. En este sentido, la Canitec se congratula de la reactivación reciente de los procesos de consolidación que permanecieron artificialmente detenidos por años, debido a los abusos de los operadores



dominantes del recurso de amparo', completó.

Sobre los objetivos para este año, adelantó: 'Canitec seguirá pugnando para que mejoren las condiciones de competencia en el sector de las telecomunicaciones en México. En este sentido, vemos con optimismo las reformas constitucionales que el Congreso de la Unión realizó recientemente en materia de telecomunicaciones y competencia económica'.

'Una de las prioridades será trabajar de cerca con todas las instancias pertinentes, en su calidad de órgano de consulta del gobierno y de representante de los industriales de las telecomunicaciones por cable, en la definición de la regulación secundaria que se derivará de las reformas constitucionales. De igual forma, la entidad se encuentra en la mejor disposición de colaborar con las nuevas autoridades regulatorias que se conformen como resultado de la reforma constitucional', añadió Alejandro Puente.

REFORMA DE TELECOMUNICACIONES: OPORTUNIDAD HISTÓRICA

Profundizó: 'La reforma en telecomunicaciones representa un hito en la forma en que se ha regulado el sector hasta el día de hoy. Aunque será necesario aún esperar la expedición de las leyes secundarias que se derivan de las reformas a la constitución, consideramos que la reforma atiende a la enorme mayoría de las inquietudes que la Canitec y otros agentes de la industria hemos manifestado por años. La reforma representa una oportunidad histórica para darle un nuevo impulso al sector,

al promover una competencia sustentable y al fortalecer efectivamente al órgano regulador'.

EXPO 2013 CON EL PRESIDENTE PEÑA NIETO

'Esta edición de la expo volverá a contar con la presencia de cientos de expositores de tecnología y de contenidos programáticos, que presentarán sus propuestas a los miles de asistentes de la expo. Como en años recientes, tendremos el honor de contar con la presencia del Presidente de la República. En su primer año de gobierno, esta será la primera vez que el Enrique Peña Nieto nos acompañe, por lo que nos sentimos muy privilegiados', destacó Puente.

Se refirió también a las ventajas de la realización en el Centro Banamex de Ciudad de México. 'Es una garantía de alta participación en un recinto de primer nivel, que cuenta con las instalaciones apropiadas para garantizar que todos los asistentes gozarán de un espacio privilegiado para el desarrollo de todas las actividades que año con año tenemos organizadas'.

CONFERENCIAS MAGISTRALES Y DE TECNOLOGÍA

'Como en años anteriores, nuestro programa de conferencias cuenta con la participación de destacados especialistas nacionales e internacionales de las telecomunicaciones y de funcionarios del sector. De igual forma y como ya es costumbre, las conferencias se expanden a todo el sector de las telecomunicaciones y no sólo a las cableadas, como consecuencia del amplio espectro de servicios que los industriales del cable ofrecen a sus clientes a través de sus redes. Entre los temas, se incluyen la competencia pan regional de las telecomunicaciones, el futuro de las comunicaciones inalámbricas y, por supuesto, las implicaciones de la reciente reforma constitucional en el sector', concluyó el ejecutivo.

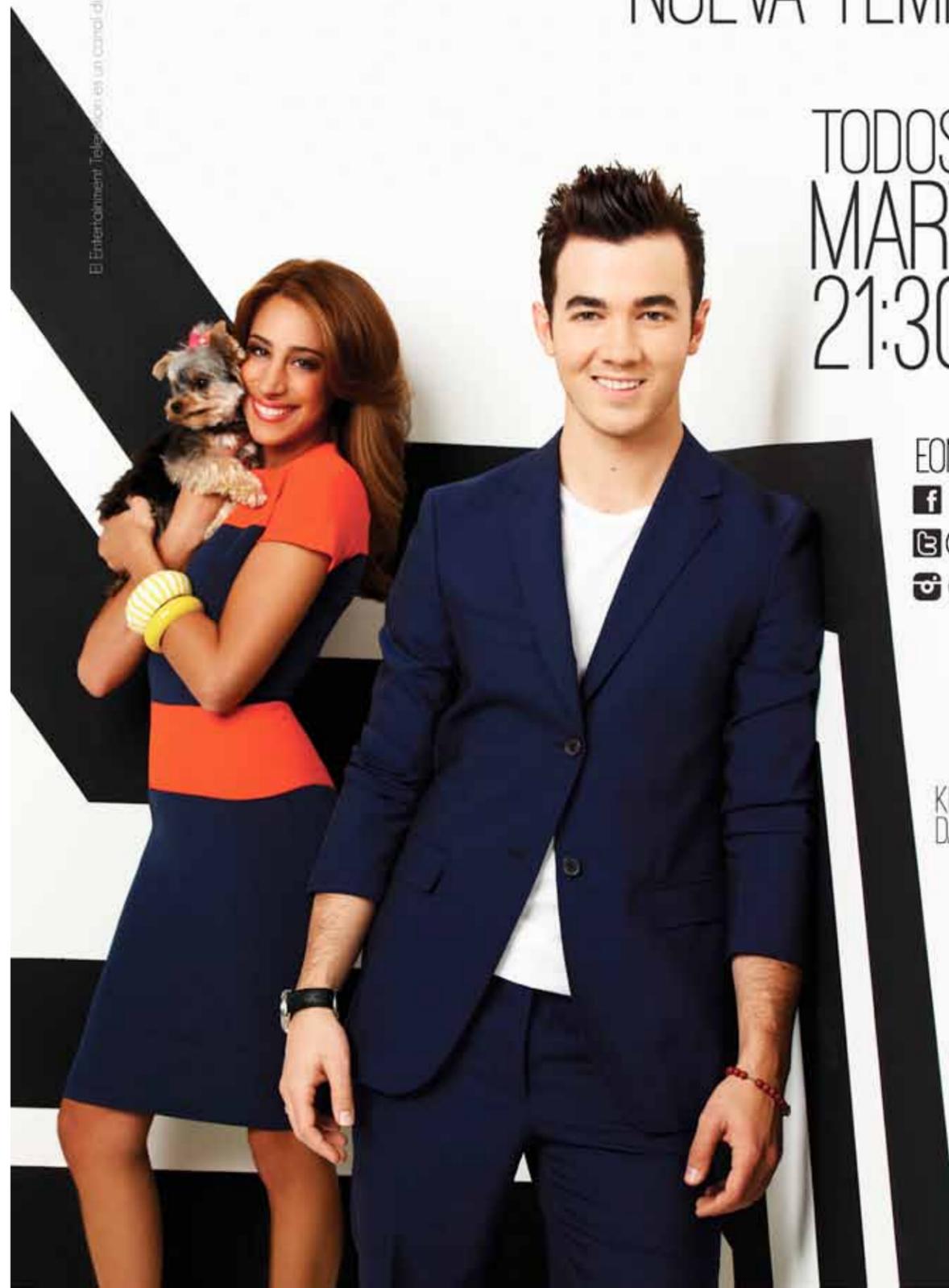
MARRIED TO JONAS

NUEVA TEMPORADA

TODOS LOS
MARTES
21:30HS

EONLINELATINO.COM
f E! ONLINE LATINO
t @EONLINELATINO
u @EONLINELATINO

KEVIN JONAS
DANIELLE DELEASA



El Entertainment Television es un canal de televisión por-HBO Latin America Group.

SKY MÉXICO: MÁS DE 5 MILLONES DE SUSCRIPTORES

VeTV SUPERA LOS 3 MILLONES

Alex Penna, director general de Sky México, dialogó con Prensario sobre el crecimiento acelerado que mantiene la empresa de DTH en México. 'El crecimiento fue incluso superior al año anterior. Totalizamos 5.153.000 suscriptores, más de un millón que en 2011. Este crecimiento acelerado no es fácil de manejar. Más allá de logística y capacidad de instalación de las antenas, hemos tenido que invertir en la parte de sistemas por el incremento de la base de datos.'

La mayoría de los nuevos suscriptores viene con el prepago de VeTV, modalidad que, al finalizar el año pasado, contaba con 3,3 millones de suscriptores, y los demás paquetes alrededor de 1,5 millones de clientes. 'El prepago llegó para quedarse y es uno de los motivos de éxito. Somos los únicos que lo ofrecemos en México, atendiendo bien ese segmento de la población. No existe la obligación de hacer las recargas de forma recurrente y le damos flexibilidad a los que no cuentan con ingresos estables. La mayoría hace su primera experiencia en TV paga, así que hemos aumentado el mercado', señaló Penna.

'Este crecimiento es totalmente del servicio de video, donde seguimos ganando market share y manteniendo el liderazgo. El crecimiento de Dish no nos afectó y el nuestro fue más fuerte en los últimos 18 meses, de acuerdo a las cifras que comunica Cofetel', expresó el ejecutivo.

'Tenemos ventajas fundamentales como los canales de TV abierta de Televisa y Azteca, lo cual cambiaría con la reforma a la Ley de Telecomunicaciones, pero seguiremos contando con el sistema de prepago y mejor programación. A la reforma hay que esperar como se implementa, pues recién está en las primeras etapas, pero no me quita el sueño como algo negativo para Sky', completó.

NUEVOS SERVICIOS

Sobre el lanzamiento de Access, Alex Penna

dijo: 'A fines del año pasado tomamos la decisión de discontinuar el paquete modular MiSky, que fue buena idea pero acabó atrapado por la entrada de Dish y la propia VeTV. Lo reemplazamos con un paquete de post pago más sencillo, Access, a un precio inferior de \$ 219 entre VeTV (\$ 169) y el básico de Sky con éxito. Tiene más canales que VeTV y atiende un segmento de mercado que quiere más canales, pero menos que en el servicio básico.'

'Estamos anunciando que pronto ofreceremos el OTT, que será con dos marcas. Uno es el producto Veo, que estará lanzado a nivel corporativo por el Grupo Televisa, como servicio paralelo a Netflix. El otro es una plataforma más específica, Blue to go TV Everywhere, que es diferente al servicio de banda ancha que se viene haciendo hasta ahora Blue to go. Será sólo para los suscriptores de Sky con un VOD de nuestros contenidos exclusivos como la liga española y la inglesa.'

'Lo ofreceremos a una base más reducida primero, al 1,2 millones de suscriptores Premium, para ir expandiendo luego la oferta. Además será un verdadero TV Everywhere. El de los demás cableros será para varios dispositivos pero sólo en la casa del suscriptor, nosotros no tenemos esa limitación', remarcó.

'En el tema de las exclusividades seguimos con todo totalmente enfocados, pues sabemos que es otro pilar del crecimiento de nuestra compañía, que se dedica al video. Como siempre, tenemos la liga española y todo el fútbol inglés, desde la premier league, FA Cup y la liga de ascenso que a partir de este año exclusiva. Pronto vamos a tener un contenido súper atractivo en fútbol en el continente europeo al igual que en fútbol de Latinoamérica.'



Alex Penna

Esta estrategia continúa ahora con el OTT más allá de la tele. Sólo se ha ampliado a los otros dispositivos.

Penna afirmó que el OTT es 'algo complementario', ya que primero se busca atraer al suscriptor para luego ofrecerle el servicio a los usuarios premium. 'El VOD anterior no afectó a la base que teníamos de Moviecity, HBO y Universe, que siguen estables.'

'En HD seguimos y tenemos más de 2,6 millones de suscriptores, con un ratio de 1,5 equipos por cada suscriptor, por lo que andamos con más de 370.000 HD instalados. Lo consideramos una parte fundamental para impulsar el ARPU que bajó por el crecimiento de VeTV. Al final siguió creciendo el ingreso en doble dígito en 2012 y seguimos este primer trimestre igual. No vemos demanda en el 3D, ni siquiera en Estados Unidos donde no hay penetración. Veo que el futuro de la alta definición es el 4K, que en un par de años tendrá niveles para comercializar. Creo que será un roll out, más acelerado que el HD', destacó Penna.

CENTROAMÉRICA Y REPÚBLICA DOMINICANA

Concluyó Alex, sobre la gestión en los demás países: 'Vamos creciendo en el resto de los países donde tenemos presencia. Ya contamos con 190.000 suscriptores, lo que va acorde a nuestros planes. Los países principales siguen siendo Costa Rica, Panamá y República Dominicana. Los demás por sus tamaños, son operaciones más limitadas. Allí no tenemos prepago, tenemos un VeTV distinto pues es de post pago, en un paquete económico más como el Access.'



TANTA HISTORIA NO CABÍA EN UN SOLO CANAL.



MUCHA MÁS HISTORIA

DE LA MANO DE HISTORY LLEGA UN NUEVO CANAL PARA QUIENES SIEMPRE QUIEREN MÁS.

PROFUNDIZAR MÁS
EXPLORAR MÁS
CONOCER MÁS
ENTENDER MÁS

tuhistory.com/H2

Distribuido por
HBO
LATIN AMERICA
GROUP

MULTIMEDIOS REDES (TVI) MONTERREY: NUEVAS OPORTUNIDADES A NIVEL LOCAL Y NACIONAL

PERMANENTE INVERSIÓN PARA DAR LA MEJOR EXPERIENCIA DE ENTRETENIMIENTO



Jorge Azzario

La edición especial de PRENSARIO para Canitec vuelve a contar con los comentarios de **Jorge Azzario**, director general de **Multimediales Redes (TVI)** de Monterrey, que siempre se mantuvo a la vanguardia de los nuevos servicios, y continúa en la misma línea con mayores sinergias dentro del **Grupo Televisa**.

El ejecutivo destacó los logros recientes y lanzamientos para este año. 'Ya hemos puesto en operación las plataformas de CRM y BRM basadas en **Oracle**, que son clave para administrar la relación con los clientes, y que juegan ahora un papel estratégico de cara al lanzamiento de nuevos productos y servicios.'

Confirmó que este año se lanzará una nueva gama de velocidades de Internet, 'no sólo para responder a las ofertas competitivas, sino para establecer un liderazgo y asegurar la mejor experiencia de la aplicación más utilizada por la banda ancha: el video.'

'Hace varios años que los servicios incluyen la capacidad de grabar los contenidos de video, poner pausa a la televisión en vivo, entre otras funcionalidades. Sin embargo, por un lado la inmediatez del video por Internet, y

por el otro las funcionalidades de los nuevos televisores, están cambiando las expectativas de cómo ver los contenidos en la televisión. Así que, en los principales mercados, se lanzará próximamente una evolución de los servicios de Video en Demanda', remarcó Azzario.

PRIORIDADES DE INVERSIÓN

Sobre las prioridades de inversión, aclaró: 'Este año han subido las prioridades de otros temas tecnológicos, pero no se puede descuidar la indispensable necesidad de continuar invirtiendo en el "core" del negocio. TVI continuará con un plan agresivo para aumentar las capacidades de la red, incrementando la cobertura de fibra óptica a la casa y también aumentando las velocidades de los servicios de datos en varias tecnologías, incluyendo DOCSIS 3.0.'

A nivel industria, señaló: 'Estamos nuevamente en un partaegüas tecnológico, así que una de las prioridades invertir en innovación. Para ofrecer nuevos servicios de video, TVI ha invertido en una nueva plataforma de video digital, para que la experiencia de entretenimiento y contenido de los clientes sea inigualable, tanto en la televisión, como en tablets, smartphones y otros dispositivos. Obviamente la tecnología se acompañará de un gran contenido y sobre todo un gran servicio.'

SINERGIAS CON EL RESTO DEL GRUPO MULTIMEDIOS Y GRUPO TELEVISA

'Este es un momento de potenciar las sinergias tanto con Grupo Multimediales como con el Grupo Televisa. Independientemente de los contenidos radiodifundidos que ambos grupos tienen muy bien posicionados, hay muchos

otros contenidos que serán importantes para diferenciarse en el mercado. Claramente hay otras sinergias naturales que se han venido madurando y fortaleciendo, como las inversiones estratégicas en tecnología, y muchos otros insumos del negocio que son sujetos a economías de escala.'

'Se ha logrado complementar la geografía de las redes e incursionar con éxito en proyectos nacionales de conectividad y servicios empresariales, de manera conjunta con otras empresas del mismo grupo económico. Se continuarán abriendo oportunidades de negocio a medida que se profundice en este proceso, especialmente porque las oportunidades emergen tanto de manera local, como nacional', completó.

DESAFÍOS DEL ESCENARIO ACTUAL

'La creciente demanda y competencia por ofrecer altas velocidades de Internet nos exige continuar invirtiendo en la capacidad de nuestras redes de manera agresiva. Todos tenemos claro que Internet ya no es el correo electrónico y la navegación de antes, sino un nuevo mundo de entretenimiento e interacción, y no sólo familiar, sino ahora personal, dentro y fuera de la casa.'

Y concluyó: 'El desafío más grande en un entorno tan dinámico y competido como éste, me parece que es la capacidad de integrar los elementos tecnológicos y comerciales, y llevarlos al mercado en forma contundente. De lo contrario nunca se lograrían rentabilizar. Pero el ingrediente más crítico en esto es asegurar la flexibilidad del negocio. No perdamos de vista que el ciclo de vida de la tecnología, y de los productos es cada día más corto.'



seguinos en @PRENSARIO o en Prensario.tv



Seguimos innovando para darle a tus abonados lo que quieren y a tu negocio lo que necesita.

Descubre nuestras novedades durante Canitec

moviestar+
más y mejores películas

moviestar+ premiera moviestar+ play+ moviestar+ kids moviestar+ action moviestar+ family moviestar+ stars moviestar+ classics moviestar+ hollywood

CABLEMÁS: 'DIGITALIZAR AL 100% Y LLEGAR A 400.000 CAJAS PARA FIN DE AÑO'

OBJETIVO DE RICARDO VILLA, NUEVO CFO DE CABLEMAS

Ricardo Villa fue designado recientemente CFO de Cablemás, empresa del Grupo Televisa que brinda los servicios de TV paga, Internet y telefonía fija y móvil a nivel nacional. Con larga trayectoria en la industria de las telecomunicaciones y la tecnología, Villa desempeñó tanto en cargos administrativos como en el desarrollo de infraestructura, llegando a cargos de toma de decisión en ambas ramas. Así, formó parte de LG Electronics, Motorola y Lucent Technologies, y ahora llega a la cúpula de Cablemás para completar los proyectos iniciados por la gestión anterior de Carlos Álvarez, quien ahora se desempeña como director general de empresas de Cablevisión México, también parte del grupo Televisa.

'El objetivo en Cablemás es completar el proceso de digitalización, y posicionarnos número uno en las zonas en las que prestamos los servicios de video, Internet, y telefonía fija y móvil', destacó Ricardo Villa a Prensario.

En lo que respecta al proceso de digitalización, Cablemás llegó a fin de año anterior con el 58% de las plazas digitalizadas, principalmente en las zonas del norte del país, Tijuana y Ciudad Juárez, y completó la instalación de más de un millón de cajas. Esto fue la primera etapa, y ahora continúa con la segunda, en el centro y sudeste de México.

'La digitalización permite brindar a los suscriptores servicios de valor agregado como el Video-On-Demand (VOD), Personal Video Recorder (PVR), y mejorar la calidad de la imagen para alcanzar los estándares de HD y Full HD'. Además, remarcó que impulsa una mejora operativa, contribuye a evitar la piratería y facilita el costo y esfuerzos de desconexión y reconexión, ya que al digitalizar se 'convierte en un proceso llevado a cabo a través de software, en lugar de ser un procedimiento físico que requiere técnicos en el lugar', aclaró.

En cuanto a servicios de valor agregado, detalló: 'El año pasado lanzamos HD para todo tipo de cajas. Este año lanzamos VOD y PVR. Para esto, es importante contar con cajas bidireccionales, de las que ya tenemos 100.000 y esperamos terminar el año superando las 400.000'.

PRESARIO INTERNACIONAL

EMPAQUETAMIENTO E INVERSIONES

Cablemás cerró el primer trimestre del año con 1,1 millón de suscriptores en TV paga, 602.000 en Internet y más de 300.000 en voz. Para incrementar la base de clientes, Villa afirmó: 'Los operadores de tecnología seguimos empaquetando servicios e invertimos en mejoras de la red para incrementar la velocidad gracias a la tecnología Docsis 3.0, que permite hacerlo a precios competitivos'.

Actualmente, la empresa brinda una conexión residencial de alta velocidad de 100 Mbps, aunque los que más se comercializan son 10 y 6 Mbps.

'En telefonía ofrecemos distintos paquetes acordes a las necesidades de nuestros clientes para dar mejor valor al suscriptor'. Y en lo que respecta a velocidades

COMPARTIR EXPERIENCIAS

Con respecto a la interacción entre las empresas del Grupo, Villa afirmó: 'No somos competencia, sino que compartimos las métricas de los procesos para impulsarnos mutuamente a un mejor nivel. Hay mucha comunicación entre los miembros del grupo'.

Cablevisión ya es digital y muchas conversaciones son para ver cómo avanzar en este sentido, por ejemplo en la recomendación de hacerlo por nodos. En cambio, Cablemás está más adelantada en lo que respecta a DVB estamos más avanzados porque en la caja hay internet. Vivimos, discutimos etapas entre todos'.

TV PAGA EN MÉXICO

'En México creo que la televisión paga tiene



Ricardo Villa

el reto de brindar nuevos servicios, al nivel de los OTT que tienen alcance mundial, como Netflix, y que ya están en México canibalizando los servicios tradicionales, instalando la noción de TV Everywhere. Nosotros debemos ofrecer VOD, HD y PVR para hacer frente a la competencia', opinó Villa.

'Los competidores de TV paga tienen que pensar en tecnología que ya incluye Internet, en la utilización de cajas híbridas como Apple TV', completó.

Además, explicó: 'También considero importante pensar en las clases socioeconómicas más bajas al continuar la migración, que debe hacerse a precios muy agresivos. Para penetrar en esas clases, podemos proponer paquetes que no incluyan una gran cantidad de señales, pero mejorar la relación de precio y servicio. En cambio, en las clases más altas Internet crece más rápidamente. Hay que blindar las cajas y apuntar a crecer en la parte baja'.

Finalmente, respecto a esta edición de la expo Canitec, afirmó: 'Cablevisión será anfitrión en Canitec, por lo que iremos gustosos a apoyarlos. Asistiremos con un gran contingente, de al menos 100 profesionales, para ver las tendencias, validar las decisiones que tomamos y buscar nuevas ideas para implementar. Esto, además de mostrar a nuestros clientes, que siempre hay en Canitec, que vamos en el paso correcto'.

SUSCRIPTORES DE SUBSIDIARIAS DE CABLE Y TELECOMUNICACIONES AL 31 DE MARZO DE 2013

| 1T13 | Cablevisión | Cablemás | TVI | Total |
|-------|-------------|-----------|---------|-----------|
| Video | 802,552 | 1,159,294 | 402,413 | 2,364,259 |
| Datos | 542,425 | 602,128 | 240,132 | 1,384,685 |
| Voz | 337,562 | 313,461 | 133,859 | 784,882 |
| RGUs | 1,682,539 | 2,074,883 | 776,404 | 4,533,826 |

Fuente: Reporte financiero Grupo Televisa (1T13)



ENRIQUE YAMUNI, MECACABLE: 'APLAUDIMOS LO QUE VIENE'

A FAVOR DE LA REFORMA EN TELECOMUNICACIONES

Enrique Yamuni, presidente de Megacable, se refirió al proyecto de reforma de la ley de telecomunicaciones en México: 'Es una muy buena reforma para el país y para el consumidor. Mucha gente dice que le faltan cosas y que le sobran otras. Todo es perfectible, pero hay que esperar también que se avance con las leyes secundarias.'

'Es obvio que es mejor que lo que tenemos ahora. La limitación a la propiedad, la declaratoria de empresas dominantes y la regulación asimétrica a esos jugadores son pasos importantes. Es algo que el país necesita en todos los campos, no sólo en las telecomunicaciones.'

'No se está viendo que también se reforma la ley de competencia y el organismo que la controla. Va a combatir los oligopolios que tenemos en México, que son muchos, ayudará a la repartición de la riqueza y a que más gente pueda meterse en el mercado', añadió.

'Aplaudimos lo que viene. Tendremos más posibilidades de hacer mejor las cosas con el *must carry* y el *must offer*, que existieron por 40 años, algo que no se dice, como que a alguien se le ocurrió sacarlos. Ahora tendremos más libertad en el campo de la programación, donde estábamos muy limitados, con una palanca mayor con los grandes productores Televisa y TV Azteca. Se podrá generar más audiencia y más suscripciones, pero con más empresas de TV abierta y no con menos.'

'En telefonía e Internet, obliga a la empresa preponderante a abrir sus puertas de una manera que hasta ahora no hizo, o lo hizo con sus propias reglas. Los enlaces de Internet en lugares donde sólo existe Telmex son ridículamente caros; si nosotros vendemos al mayoreo el mega de Internet en 8 o 10 dólares, y en Estados Unidos se consiguen a 2, Telmex lo vende en USD 300. Es imposible dar servicio sin perder dinero en esos lugares y lo hacemos sólo para estar en el mercado.'

Y completó: 'Esas prácticas se terminarán con la nueva ley, además del seguimiento a la calidad de las interconexiones. Está claro que

el objetivo no es terminar con esas empresas dominantes, sino hacer crecer otras. No se busca que Telcel tenga 30 millones de clientes en lugar de 60, sino que el mercado crezca de 80 a 120 millones y el resto también tenga 60.'

'Todo esto va a tardar, pues la ley entraría en vigor en septiembre, luego hay que formar el Instituto de Televisión y ver como aplicarla. El congreso tiene que trabajar las leyes y se va a ir todo el año en eso. Creo que veremos resultados en 2014 y todos los efectos en la industria en tres o cuatro años.'

Crecimiento en los tres servicios

Sobre el presente de Megacable, Yamuni dijo: 'Tenemos más de 2,1 millones de suscriptores de video; 835.000 de Internet y 550.000 de telefonía, con crecimientos el año último de un 8%, 22% y 12% respectivamente, que esperamos mantener en 2013 y 2014'. 'Es muy bueno pues mientras la telefonía fija pierde usuarios nosotros ganamos, el crecimiento de Internet se mantiene fuerte en dos dígitos y el de video también. Tenemos las fortalezas de estar cerca del cliente y mantener una gran capacidad de red.'

'En los servicios de altos ingresos contamos ya con 50 canales de HD disponibles en los principales mercados, que son 9 ciudades, con VOD que incluye la compra de películas de estreno y algo de suscripción.'

En el resto estamos un poco más limitados en 8 canales, pero se va transformando y el 90% de nuestras casas tendrán el servicio completo antes que termine este año.'

LANZAMIENTO DE OTT

'Lanzaremos el 1 de julio nuevos servicios como OTT y VOD por suscripción, más completo que el que teníamos. Vamos a tener ofertas más competitivas que Netflix o Claro



Enrique Yamuni



a través de nuestros servicios web. Un suscriptor que quiera acceder a 1200 títulos adicionales, lo podrá hacer con una cuota más barata, mejor servicio y a velocidades más altas, pues nuestros servidores están en las cabeceras. Podrá hacerlo por una suscripción de 69 pesos después de impuestos (cerca USD 5,5), con una gran cantidad de productos y el Catch Up TV con una serie de programación que no tendría acceso en Netflix como la más popular de las novelas nacionales y noticiarios. Nos estamos preparando para ser realmente competitivos.'

'Obviamente los servicios de la guía son muy amigables, con una vista mucho mejor que los sistemas de cable tradicionales, y la chance de controlar la pantalla de televisión para películas a través de una tablet como si fuera un control remoto. Lo que hacemos es muy innovador como servicio de TV paga', añadió Enrique Yamuni.

Mientras tanto sigue adelante la alianza Yoo con los operadores del Grupo Televisa. 'Con ellos tenemos proyectos de colaboración en otros campos como el Wi-fi. Hicimos un concurso con diferentes proveedores y ya lo asignamos. Estarán instalados los puestos en junio y tenemos también un convenio de roaming propio del consorcio Yoo para llegar a 10.000 puntos en todo el país.'

CANITEC EN MÉXICO

Sobre la expo Canitec de México, Enrique Yamuni señaló: 'El problema que se haga en Ciudad de México es el tiempo, pues es imposible salir a comer y hay que quedarse en el recinto. Si sales no regresas. Pero por otro lado ayuda a la presencia de las autoridades, que son nuevas y difícilmente se los movería de Ciudad de México.'



VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS



LAURA PEREZ: VP DISTRIBUTION MEXICO, CA, CARIBE, REGION ANDINA / (5255)5080-1716 / LAURA.PEREZ@VIMN.COM
ALEJANDRO LOPEZ: DIRECTOR OF DISTRIBUTION MEXICO, CA, CARIBE / (5255)5080-1733 / ALEJANDRO.LOPEZ@VIMN.COM

VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS

Mtvl.com // vh1.com // mundonick.com // comedycentral.com
Teléfono: (5255) 50801700 / Paseo de los Tamarindos 400A piso 29 Col. Bosques de las Lomas C.P. 05120 Mexico D.F

DISH, ANTE LA REFORMA EN TELECOMUNICACIONES

La reforma a las leyes de telecomunicaciones que está siendo aprobada por los Congresos de las entidades tras su aprobación por el Congreso Federal podrá darle a **Dish México** una oportunidad de fuerte crecimiento.

Dish es una sociedad de **MVS**, la empresa de la familia **Vargas**, con **EchoStar** de Estados Unidos, consorcio comandado por **Charlie**

Ergen, quien dirige **Dish** y **Hughes** en la Unión Americana. En México, **MVS** tiene concesiones en la banda de 2.5 GHz que han sido cuestionadas durante los últimos tramos del sexenio de **Felipe Calderón**, el **Canal 52**, que podrá convertirse en jugador importante si se le quita la obligación de estar codificado, y el servicio inalámbrico **MsTV**, además de



Ernesto Vargas, presidente de MVS



José Luis Woodhouse, director de Dish México

importantes estudios de producción de TV cerca del aeropuerto de la Ciudad de México y una activa venta de programación de canales de TV paga en Latinoamérica.

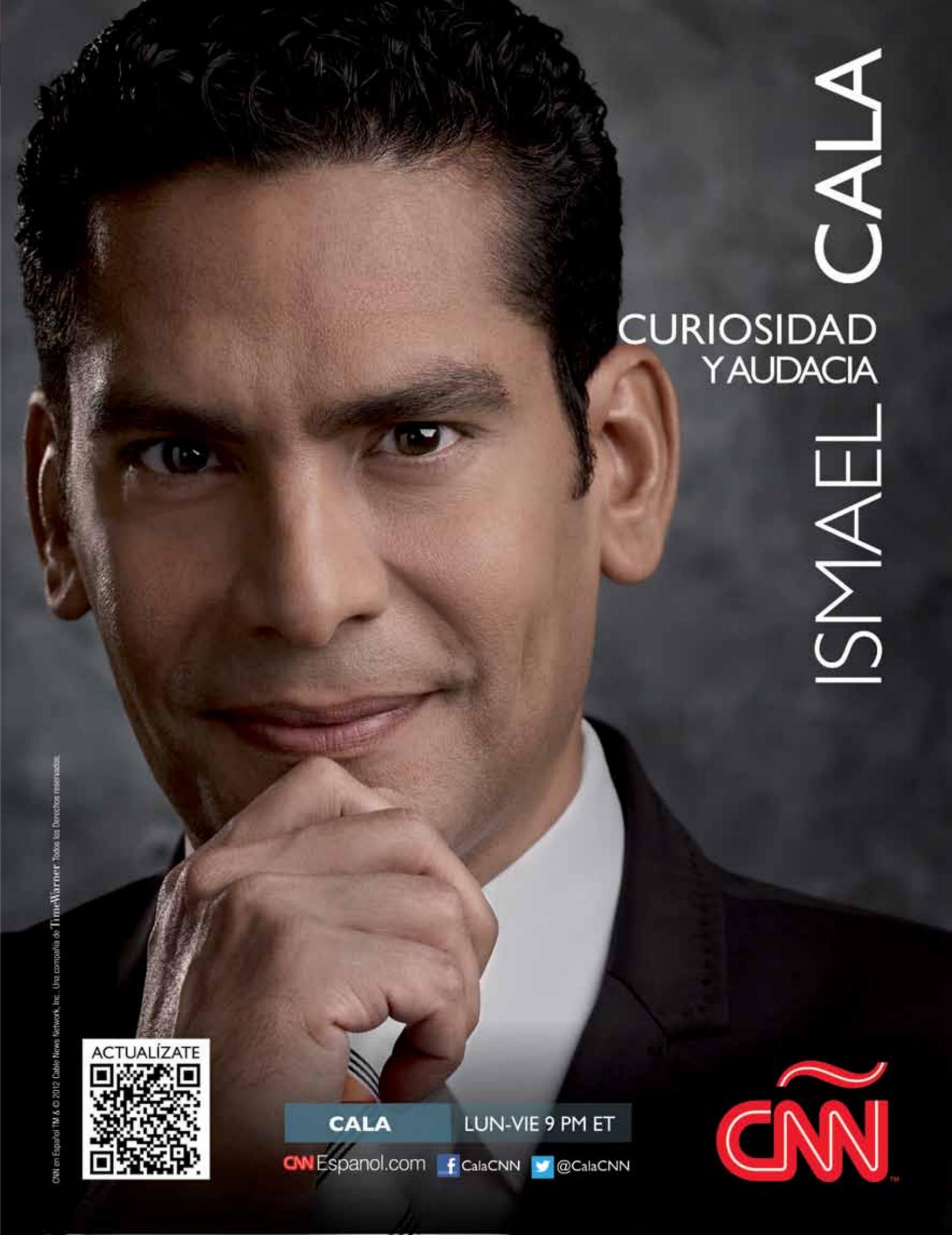
Dish México tiene en la actualidad un estimado de 2,5 millones de suscriptores y entre sus activos figura la posibilidad de incorporar a **América Móvil** (a través de **Telmex**) como socia, si la empresa logra que se cambie su título de concesión y pueda comenzar a distribuir televisión. Hasta ahora, **Telmex** ha operado como agente de venta y cobranza de las suscripciones a **Dish**, un acuerdo cuestionado por sus competidores pero aceptado por las autoridades regulatorias, ya que **Telmex** utiliza sólo sus oficinas comerciales y no su red en este acuerdo.

En abril, **Dish** anunció la apertura de un call center en Sinaloa, que abrirá fuentes de trabajo en la región, y mantendrá su potencial de crecimiento en un mercado donde la expansión anual del DTH es superior a la del cable, en lo que a TV de paga se refiere. Según estimaciones de **Bloomberg**, el valor actual de la empresa está en el orden de los 1.000 millones de dólares, y **Amy Young**, analista de **Macquarie Securities**, es citada por la central de noticias estimando que su base de clientes 'podría quintuplicarse' para el 2022.

Otra ventaja para **Dish** es que, de concretarse el cambio en el título de concesión de **Telmex** y la asociación con la empresa controlada por **Carlos Slim**, podría utilizar la red de fibra óptica de esta empresa para la transmisión de sus señales, complementando su accionar satelital. **Ergen** hizo construir un nuevo satélite para ampliar los servicios de **Dish** en México, pero luego optó por desviar su ubicación orbital a una posición comprada a Brasil, donde tiene previsto lanzar **Dish** pero no ha logrado todavía un acuerdo satisfactorio --negoció con **Telefónica** y otras empresas-- que resuelva la comercialización y atención a clientes.



Para más información:
Alejandro Cacciola, GM - DMX Media.
alejandro.cacciola@dmx.com



CALA
ISMAEL

CURIOSIDAD
Y AUDACIA



CALA LUN-VIE 9 PM ET
CNN Espanol.com f CalaCNN @CalaCNN



AMÉRICA MÓVIL, MÉXICO: 854 MIL NUEVAS LÍNEAS MÓVILES EN PRIMER TRIMESTRE

Telcel, marca con la cual el Grupo América Móvil de Carlos Slim opera el servicio de telefonía celular en México, alcanzó los 71,2 millones de suscriptores, creciendo un 6,7% (854.000 líneas nuevas) respecto al mismo período del año anterior, de acuerdo con el reporte financiero del primer trimestre 2013 del grupo.

La participación de la empresa en el mercado

móvil se ubicó en 54% al cierre del 2012. Además, el segmento prepago mostró una participación del 72,8%. Esta cifra, indica América Móvil, 'refleja el hecho de que Telcel es el único operador que proporciona servicios a

85.000 comunidades en México, de un total de aproximadamente 185.000, donde los competidores no tienen limitación regulatoria ni de alguna otra índole para invertir en este negocio.

Por su parte, los accesos de Telmex, marca con la que América Móvil comercializa los servicios fijos en México, disminuyeron un 1,6%, ya que el crecimiento en accesos de banda ancha de 6,4% 'no logró compensar' la reducción de 6,0% en las líneas de telefonía fija.

Los ingresos en México 'se mantuvieron estables' entre marzo 2012 y marzo 2013, totalizando 66.300 millones de pesos (USD 5.420 millones), con los ingresos móviles creciendo 2,5% a 42.300 millones de pesos (USD 3.458 millones) y los ingresos de telefonía fija disminuyendo 1,6%, 'su descenso más bajo en varios trimestres', a 25.900 millones de pesos.

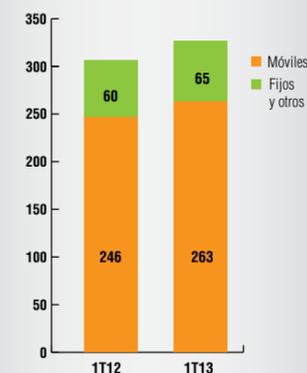
AMÉRICA MÓVIL

El Grupo América Móvil finalizó marzo con 262,9 millones de suscriptores móviles, 30,3 millones de líneas fijas, 17,8 millones de accesos de banda ancha y 17,2 millones de TV paga. Así, totalizó 328,2 millones de accesos con un incremento del 7,4% respecto al primer trimestre del año anterior, según el reporte financiero del primer trimestre del año.

En Brasil sumó 1,1 millones de clientes



ACCESOS TOTALES DE AMÉRICA MÓVIL (MILLONES)



Fuente: América Móvil - Reporte financiero 1T13

de telefonía móvil, Colombia tuvo 2,7 millones de desconexiones como resultado de 'cambios la política de reporte' de la empresa, Centroamérica obtuvo 429.000 clientes nuevos, mientras que Chile, Ecuador y Perú sumaron más de 200.000 cada uno.

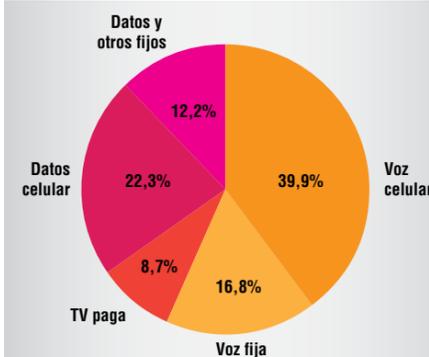
CFC: TELCEL ES "DOMINANTE" EN EL MERCADO

La Comisión Federal de Competencia (CFC) divulgó este mes una resolución, que luego fue ratificada, donde asigna a Telcel un "poder sustancial" en el mercado de telecomunicaciones móviles de México.

De acuerdo a CNNExpansión, la resolución, que data de febrero, podría resultar en una 'regulación asimétrica' para la telco comandada por Carlos Slim, que controla más del 70% de las líneas móviles del país. Por 'asimétrica' se entiende que sería aplicada sólo a Telcel y no necesariamente a sus competidores.

Las recientes modificaciones a la ley de Amparo impedirán a Telcel solicitar la suspensión de medidas que considere negativas para la empresa en caso de que decida ampararse contra ellas. A menos que la Justicia lo decida en contrario, las medidas pueden entrar en vigor hasta una resolución final sobre el tema de fondo, lo que podría demorar años.

INGRESOS DE SERVICIOS DE AMÉRICA MÓVIL (1T13)



Fuente: América Móvil - Reporte financiero (1T13)

SUSCRIPTORES MÓVILES - MARZO 2013 (MILES)

| Pais | Mar'13 | Dic'12 | Var. % | Mar'12 | Var. % |
|-------------------------------|---------|---------|--------|---------|--------|
| México | 71.220 | 70.366 | 1,2% | 66.737 | 6,7% |
| Brasil | 66.308 | 65.238 | 1,6% | 61.596 | 7,7% |
| Chile | 6.375 | 6.174 | 3,2% | 5.656 | 12,7% |
| Argentina, Paraguay y Uruguay | 21.392 | 21.258 | 0,6% | 21.015 | 1,8% |
| Colombia | 27.661 | 30.371 | -8,9% | 29.020 | -4,7% |
| Ecuador | 12.007 | 11.758 | 2,1% | 11.149 | 7,7% |
| Perú | 13.137 | 12.881 | 2,0% | 11.612 | 13,1% |
| América Central y El Caribe | 21.581 | 21.119 | 2,2% | 19.053 | 13,3% |
| E.E.U.U. | 23.230 | 22.392 | 3,7% | 20.131 | 15,4% |
| Total Líneas Móviles | 262.910 | 261.558 | 0,5% | 245.969 | 6,9% |

Fuente: América Móvil - Reporte financiero 1T13

MARK IT

conoce las reglas de branding, comunicación y diferenciación.

Mobile Marketing

Capítulo de estreno viernes 10 de mayo.

ARG 00:00 HS | MEX 22:00 HS | VEN 23:30 HS

24HS de programación inteligente

EVENTOS TELEVISIÓN REVISTA WOBI.COM

WOBI
World of Business Ideas

CABLEVISION

MEGACABLE
CORRECTAMOS TU VIDA

Cablemás
En tu idea

cablecom

SKY

Telecable

Totalplay
SOCIOS ABSOLUTOS

CABLEVISION
TELECOMUNICACIONES Y TELEFONÍA

dish

América Latina: Alejo Idoyaga • amolina@wobi.com • +52 55 5002.3215
México: David Peredo • dperedo@wobi.com • +52 55 5002.3250

Cono Sur: Javier Asensio • jasensio@wobi.com • +54 11 4110.3388

GRUPO HEVI LANZÓ UNITY, TRIPLE PLAY CON DOCSIS 3.0



Luis Vielma Ordoñez

Luis Vielma Ordoñez, COO de Telecable del Grupo Hevi, destacó a PENSARIO que entre los principales proyectos desarrollados en 2012, está el despliegue de Docsis 3.0 para toda la base de clientes de Triple Play. 'Este año, nuestros esfuerzos estarán enfocados en la ampliación de backbone de LD'.

'Recientemente lanzamos con muy buena recepción de los suscriptores los servicios unificados bajo la marca Unity, que se basan en tecnología Docsis 3.0', destacó Vielma.

Unity es la nueva Internet de Telecable, que brinda poder de conexión, cercanía a las personas y renovación de tecnología. 'Con el propósito de ofrecer la mejor

experiencia en línea, el internet de Telecable evoluciona por tener el respaldo de una fuerte infraestructura de red de Fibra Óptica Híbrida (HFC) y por la implementación reciente del estándar tecnológico Docsis 3.0'.

Unity ofrece un paquete de Triple Play con acceso a 90 canales de televisión, 100 Mbps de Internet inalámbrico y telefonía con llamadas locales ilimitadas. Esto, desde 999 pesos al mes (USD 81,60). 'Estamos enfocados en la unificación y simplificación de los productos de telefonía a paquetes de tarifa plana con todo incluido', señaló.

Entre los principales logros del año, mencionó el lanzamiento de más de 45 canales de HD, y como proyecto principal habló de una migración del equipamiento para 'llegar con Unity de 100 Mbps a todos los mercados'.

TOTALPLAY CONTINÚA AGREGANDO VALOR A SU SERVICIO DE IPTV

Totalplay, operador de IPTV del Grupo Salinas, lle-

ga con fibra óptica al hogar, a través de un despliegue de tecnología FTTH (Fiber To The Home), lo que le permite entregar servicios múltiples a través de una sola conexión veloz y de alta calidad.

'Gracias a la fibra óptica te brindamos el mejor Internet de México con la máxima velocidad, y es también gracias a esta potente conexión de hasta 100 Mbps', afirmó Víctor Teuhtli Estrada, director de producto de Totalplay.

Además, brinda TV paga interactiva, con HD en todos sus paquetes y más de 260 canales. Además, ofrece Video-On-Demand con más de 2500 títulos, contenido 3D y numerosas aplicaciones.

En telefonía, cuenta con paquetes de llamadas locales y de larga distancia nacional e internacional en todos sus paquetes.



Víctor Teuhtli Estrada



Destaca la escena contemporánea de la música de Japón y los mejores artistas.



Explora puntos fascinantes de la vida en Tokio.



Invita al mundo de la cultura japonesa tradicional y contemporánea.



Le traemos la última información de Tokio sobre personas, experiencias y artículos kawaii. Cada vez son más los seguidores de la "cultura kawaii" en todo el mundo, y aquí encontrarán todo aquello que anhelan conocer.

NEWSLINE

En su emisión diaria durante 30 minutos al comienzo de cada hora, NEWSLINE brinda actualizaciones detalladas de las noticias que cambian constantemente, de una manera fácil de seguir y se concentra principalmente en Japón y otros países asiáticos.

Más información en:
www.nhk.or.jp/nhkworld/

Contacto: Miyuki Nomura
Representante de NHK WORLD para América Latina
mail@miyukinomura.com

Simple. Flexible. Costo-eficiente.

Codificación/Transcodificación para Aplicaciones de IPTV, OTT & Video Tradicional

Transcodificación Offline para Aplicaciones de VOD & Videos Almacenados en Archivos

- SD/HD MPEG-2 ⇌ H.264
- Alta definición en video con mínimas tasas de bits
- Orientado inherentemente a adaptación de streaming
- Soluciones costo-eficientes, flexibles, escalables
- Amplia rama de opciones en entradas/salidas (Banda Base, SDI, IP, QAM)
- Licenciamiento simple & costo-eficiente pay-as-you-grow
- Administración: basada en web GUI, SNMP, API & servidor administrativo centralizado en cluster

VERSATIVE™

SOLUCIONES DE CODIFICACIÓN/TRANSCODIFICACIÓN • (TRADICIONAL & MULTI-PANTALLA)

+506-8850-2379 bcastro@atxnetworks.com www.atxnetworks.com/VersActive_c

MAXCOM: 'EL AÑO PASADO CRECIMOS POR ENCIMA DE LA INDUSTRIA'

Ricardo Ortiz, director IPTV y Business Development de **Maxcom**, señaló a **PRENSARIO** que en 2012 la empresa creció un 27% y que se espera un incremento del 40% para este año. 'Crecimos más de lo que creció la industria. Vemos que se está adoptando la TV paga en sectores socioeconómicos donde antes era impensado'.

Parte de ese éxito en los sectores más bajos se debe a la implementación de paquetes minibásicos como **MiTV**, que ofrece alternativas más económicas con menos señales a ese mercado que, remarcó Ortiz, está 'ávido de televisión'.

Entre los principales objetivos de la empresa, se encuentra el fortalecimiento con infraestructura y servicio de las regiones de Ecatepec en el estado de México, Tehuacán en Puebla, y los estados de San Luis Potosí y Querétaro al norte del país. La empresa llega con una red de fibra óptica de 6421 km a 62 ciudades del país.

En programación, remarcó el buen desempeño de la señal argentina **TyCSports**, incorporada el año pasado al sistema lineal de TV. Además, sumó el "canal a la carta" **Golden Premiere** de

Televisa. 'Queremos empujar más el contenido premium', afirmó Ortiz.

PLATAFORMA YUZU

En 2011, Maxcom desarrolló la plataforma OTT **Yuzu**, que viene creciendo lentamente. Fue lanzada de manera novedosa en México, a la par de la llegada de **Netflix** al país. 'Hemos aprendido mucho porque nos permite entender cómo se comporta la audiencia entre un canal lineal y uno no lineal. Vemos que sigue eligiendo el contenido lineal, programado y especialmente pensado para cada franja horaria y target'.

'La gente sigue viendo contenido en el televisor. Aparece una nueva forma de ver televisión, aunque el mecanismo de llegada al hogar, parece ser irrelevante para el público. Estamos viendo cómo agregar un STB para dar una experiencia más amigable al usuario'.

Yuzu se accede a través de la web y el pago se hace con tarjeta de crédito, sólo disponible a través de dispositivos conectados. Ahora, indicó Ricardo Ortiz, la empresa busca que con un STB



Ricardo Ortiz

se logre 'una experiencia parecida a ver televisión'.

'Yuzu es por ahora un producto de nicho, elegido principalmente por gente joven que ha cortado el cable y usa más el celular que el televisor. Para hacerlo crecer ponemos foco en el contenido. Queremos ampliar de 21 a 50 canales. Ya sumamos películas de estreno y deportes extremos VOD a través de **Red Bull**'.

Sobre Canitec remarcó: 'Iremos a reunirnos con programadores para mantener relaciones y saludar a los amigos. Me acompañará nuestro VP residencial, **Gabriel Cejudo**. Veremos cómo se mueve la industria, haremos networking para consolidar relaciones'.

Y expresó de cara a la implementación de la Reforma en Telecomunicaciones: 'Estamos contentos, entusiasmados con el futuro. Vemos que vienen grandes cambios que nos favorecerán a nosotros y a los espectadores'.



How accurate is the information you are basing your network planning decisions on?



Bandwidth Activity Reporter gives you actionable intelligence for:



Monetizing Usage Behavior



Optimizing Network Resources

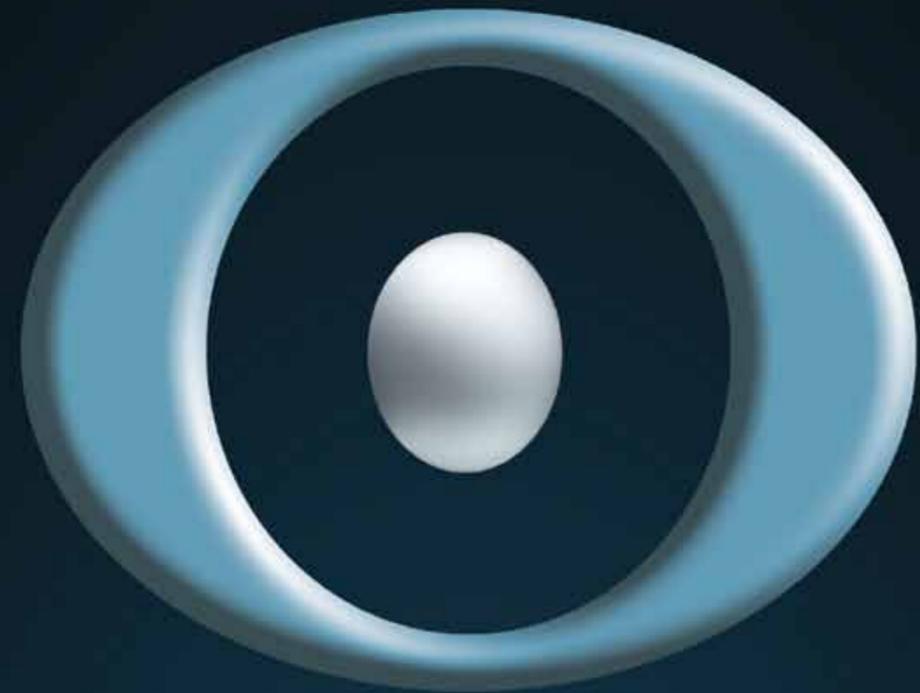


Capacity Planning



Enhancing User Experience

Want to learn more? Visit us at: www.incognito.com



Comienza a vernos
DIFERENTE



chellolatinamerica
a Chellomedia company

chellolatinamerica.com

PCTV RENUEVA SU CONTENIDO SOBRE TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA

Julio Di-Bella, director general y CEO de PCTV, comentó a Prensario que la empresa continúa con el plan de expansión internacional de sus señales, iniciado en 2012; primero con un proyecto piloto en Estados Unidos y de forma 'más consolidada' en Centroamérica.

Para los próximos dos años, el objetivo es 'fortalecer la señal para Estados Unidos y potenciar la distribución de todas nuestras señales para Latinoamérica y Centroamérica, así como la apertura y posibilidad de venta de estas señales a otras plataformas existentes'.

PCTV apunta a la innovación tecnológica, enfatizando el proyecto de plataforma de MPEG2 a MPRG4 que estará concluido a fin de año, el telepuerto 'como proyecto estratégico del año 2013', y finalmente, busca 'lograr el aprovechamiento de recursos como el espacio satelital y también tener nuevas opciones como señales HD'.

Sobre los retos y oportunidades que implicará la aprobación de la nueva Ley de Telecomunicaciones en México, Julio Di-Bella expresó: 'La competencia exige mayores estándares de calidad, reforzar las inversiones para continuar en la vanguardia tecnológica. Debemos entender los tiempos de producción y coproducción bajo un esquema de mayor competencia y rentabilidad'.

'Nuestro principal reto es continuar el trabajo de convergencia para fortalecer los servicios de las empresas asociadas a PCTV. Transitar por los contenidos multiplataforma para adecuarlos a los hábitos de consumo más allá de los sistemas de televisión por cable, es decir tener una visión de futuro aun cuando ésta implica el corto plazo', finalizó.

CANALES RENOVADOS

En materia de contenidos, afirmó: 'Estamos enfocados en la renovación de los canales y el contenido de TVCNetworks. Nuestros canales --TVC, TVCDeportes, Platino, Pánico, ARTVC y Cine Mexicano-- cuentan ya con contenidos e imagen renovados buscando satisfacer las necesidades de nuestros televidentes y captar nuevas audiencias'.

En los últimos meses, TVCNetworks inició una renovación de las señales de PCTV.

Primero creó Panico, y luego se incorporaron contenidos a TVC --enfocado en el estilo de vida mexicano-- y se renovó la cara de Platino.

En abril, TVCNetworks anunció el lanzamiento de Cine Mexicano en un desayuno para la prensa que contó con la participación de **Fidela Navarro**, directora de TVCNetworks y **Vanessa Velázquez**, gerente de programación, y Julio Di-Bella, quien afirmó: 'Es parte del interés de conectar con nuevas audiencias y de seguir consintiendo a los televidentes quienes durante años han disfrutado de nuestra historia



Julio Di-Bella, Fidela Navarro y Vanessa Velázquez en el relanzamiento de Cine Mexicano

llevada al séptimo arte'.

'Cine Mexicano es el canal líder de TVCNetworks, con la mayor rentabilidad y tráfico de televidentes. Este canal tiene 25 años y merecía ya tener una nueva cara', añadió.

El proyecto, expresaron los ejecutivos, consiste en buscar nuevos y mejores contenidos para los televidentes para lo que se 'inyectarán más de 300 títulos'.

PCTV: CONVENCION ANUAL PARA OPERADORES

En abril, PCTV realizó la **convención anual de sistemas de cable en México, con el objetivo de comunicar el cambio de plataforma tecnológica de la empresa y analizar la reforma a la ley de telecomunicaciones en ese país.**

Julio Di-Bella expresó ante 145 asistentes de 80 redes de telecomunicaciones: 'La reforma a la ley de las telecomunicaciones representará muchos retos, los que nos permitirán probarnos positivamente'.

Por su parte, **Bruno Pruneda**, director de comercialización de señales, habló sobre la innovación tecnológica de PCTV, que consiste en el cambio de su telepuerto de MPEG2 a MPEG4, la renovación total de los canales propios de TVC Networks las señales SD y HD y las promociones especiales.

Pruneda mencionó la lista de los programadores internacionales que representa PCTV como **ESPN Disney**, **MTV**, **Discovery** así como a los programadores que estuvieron presentes: **Sun Channel**, **Eurochannel**, **PlanetX**, **Dar TV España** y **Chello Media** (compuesto por **MGM** y **Pramer**), quienes presentaron sus novedades en programación para el 2013 y sus próximos lanzamientos.

Jorge Etienne, gerente del área de Ingeniería destacó la importancia de la renovación del telepuerto de PCTV. Con ésta renovación PCTV 'podrá tener mayor aprovechamiento del espacio satelital, mejor calidad de imagen y audio, así como la opción de otorgar servicios HD'.

Los asistentes llegaron de ciudades como

Tamaulipas, Nuevo León, Zacatecas, Yucatán, Guanajuato, Querétaro, Veracruz, Guerrero para participar de dos días de convención.



Julio Di-Bella



Bruno Pruneda



Fidela Navarro, Directora de TVCNETWORKS, Alfonso Iturbide y Florencia Geoghegan directores de afiliados de Chello Media

LOS MEJORES PROGRAMAS. MUCHAS OPCIONES. MAXIMA CALIDAD, SIEMPRE JUNTOS.

Telefe Internacional

Es el primer canal de TV paga de la Argentina que se emite internacionalmente, las 24 horas del día y 100 % en español.

Ofrece programas en vivo y propuestas orientadas a toda la familia:

entretenimiento, deportes, programas musicales, series, telenovelas, series infantiles y juveniles, comedias, realities, magazines y noticias.

Muchas opciones para disfrutar, **Siempre juntos.**



telefe internacional

Tel. (54 11) 4102 - 5810 / Fax (54 11) 4587-4349
sales@telefeinternacional.com.ar / www.telefeinternacional.com.ar

DLA Y CLARO VIDEO: EXITOSO COMIENZO

SE MOSTRARÁ LA PLATAFORMA NEÓN PARA LOS DEMÁS CABLEOPERADORES

DLA recibió un gran empuje al ser una empresa filial de América Móvil. El departamento de adquisiciones se ha activado mucho al llegar a acuerdos como el reciente con Sony Pictures, pero además tienen algunos acuerdos diferenciales con Paramount, Universal, Fox y Disney, entre otros.

Una movida que también se definió con fuerza en esta etapa fue el de darle un gran empuje, desde fin de 2012, al VOD por streaming para competir en la región con el advenimiento de jugadores de OTT como Netflix. Eso para las plataformas de Claro, con Claro Video, pero también para los demás operadores con Neón.

Raúl Antillón, gerente de ventas lleva un año en DLA y vivió este proceso de gran relacionamiento con la casa madre. Destacó que 'es un negocio de escala, y mientras más hagamos, mejor lo haremos'.

'Hace dos meses fue el lanzamiento de Claro Video en México y Colombia con muy buena respuesta, incremental mes a mes, y partirá en Brasil próximamente. 'Son miles de horas de programación para llegar a la más variada plataforma de suscriptores porque acceden cuando quieren y con todos los dispositivos posibles. Trabajamos con SmartTVs y también estamos disponibles con Apple y Android'.

'Claro Video es un producto muy competitivo que cubre la mayoría de la familia, con producto infantil, deportes extremos y música. Hay una sección especial con contenido de Universal Studios que se llama Picture Box. Hay muchas productoras independientes'.

'Frente a Netflix tenemos estrenos y el concepto de pago por evento que también tiene Neón. Y creemos que nuestros 13 años en Latinoamérica nos dan una ventaja en conocer los gustos del mercado. Ofrecemos programas que el mercado pide'.

'Con Neón, los cableoperadores pueden

competir a precios competitivos, que es lo que presentaremos en Canitec. Se hicieron inversiones en tecnología y en contenido para eso. Esperamos la misma respuesta con Neón en los otros operadores que con Claro Video. En Colombia estamos trabajando para partir con Emcali. Somos hoy la única compañía con un proyecto de este tipo para que los afiliados puedan lanzar de manera inmediata y entrar a un mercado que actualmente no tienen'.

DIRECCIÓN DE ADQUISICIONES

En el mismo sentido, Pablo Iacoviello, director de adquisiciones de DLA, analizó el momento del mercado New Media y la posición de la compañía con desarrollos como Neon y ClaroVideo: 'El balance para DLA en los últimos años ha sido sumamente positivo y en el 2013 el panorama luce aún mejor en virtud de la gran aceptación que empieza a tener nuestro nuevo producto de VOD en línea via streaming. Este producto, que DLA comercializa en las plataformas de operadores de redes de América Latina como Neon y en la plataforma Claro como Clarovideo, se ha visto fortalecido últimamente con una serie de acuerdos con algunos de los más importantes proveedores de contenidos a nivel internacional'. 'Este fortalecimiento de nuestros contenidos,

sumado a la rápida presencia que nuestro nuevo producto de VOD ha venido ganando en América Latina nos permite anticipar que este año DLA logrará consolidar su posicionamiento como el mejor aliado de los proveedores de contenidos del mundo que aspiran a tener la mejor presencia la región'.

'El mercado OTT ha venido experimentando un importante crecimiento en los últimos años por lo que ya empieza a ganar un lugar importante en la industria del entretenimiento en América Latina. De acuerdo a los últimos datos disponibles, el mercado de OTT y VOD



Raúl Antillón



Pablo Iacoviello

generó ingresos de cerca de 334 millones de dólares en nuestra región el año pasado. Sin embargo la expectativa es que el crecimiento del segmento se dispare de forma exponencial a partir de este año y supere los 4 mil millones de dólares en ingresos en los próximos 4 años. Esto coloca a DLA en una posición favorable, ya que somos los únicos en el mercado con más de 13 años de experiencia en el desarrollo de productos de entretenimiento para plataformas VOD. Asimismo, productos como Neon y ClaroVideo nos convierten en el mejor socio estratégico, tanto de los proveedores de contenidos, como de los operadores que aspiran a desarrollar su negocio en el segmento no lineal ofreciéndoles a sus clientes un producto atractivo, rentable y altamente competitivo'.



GUAYAQUIL
 CARTAGENA
 BARQUISIMETO
 ISLA MARGARITA
 SAN SALVADOR
 BUENOS AIRES MANTA
 SAN JOSÉ DE COSTA RICA
 POSADAS VALENCIA AMBATO
 MEDELLÍN BOGOTÁ
 ASUNCIÓN
 CARACAS FRAY BENTOS VALPARAÍSO
 TRUJILLO VIÑA DEL MAR USHUAIA
 ALAJUELA LIMÓN TEGUCIGALPA
 SANTIAGO CÓRDOBA
 COLONIA CONCEPCIÓN SAN CARLOS
 AREQUIPA PAYSANDU
 COCHABAMBA
 SANTA CRUZ DE LA SIERRA
 LA SERENA SALTO
 SAN PEDRO SULA
 PUNTA DEL ESTE
 BARILOCHE
 PANAMÁ
 LA PAZ
 CUZCO
 QUITO
 CUENCA
 LIMA

NUESTRAS SEÑALES LLEGAN A TODA LATINOAMÉRICA



Departamento Venta Señales Internacionales
 5411 4370 1351 | 5411 4339 1541

www.artear.com

artear
 PODÉS CONFÍAR

30 CABECERAS INDEPENDIENTES MEXICANAS SE DIGITALIZAN EN CONJUNTO

CON SOLUCIÓN DE GOSPELL PARA LA ASOCIACIÓN LIDERADA POR SALOMÓN PADILLA

Salomón Padilla, del estudio SAC Consultores, representa a la Asociación de Redes de Telecomunicaciones de México (ARTM), una entidad que nuclea a cableoperadores que puede cambiar un poco el curso de consolidación que está afrontando el mercado mexicano.

En otros países, incluso con muchas menos posibilidades que México, los operadores independientes se han agrupado formando alianzas comerciales y han accedido a las tecnologías con las que es posible desarrollar los negocios de los nuevos tiempos a costos que resultaban impensados años atrás. Era llamativo que eso no ocurriera en México, pero ahora será una realidad a través de una alianza comercial más profunda dentro de la mencionada asociación.

Se trata de un importante paso para no dejar el mercado en manos de los grandes jugadores, pues los independientes siempre le agregan dinámica al crecimiento de la industria y además atienden regiones que no son atractivas para los grandes. Para encarar este desafío, la alianza se vale de una solución completa de Gossip, si bien no descarta tomar en cuenta a otros proveedores. Como punto clave, esta iniciativa considera parte del financiamiento sin recurrir a la banca comercial. Esta alianza todavía no ha fijado un nombre propio, ya que lo dejarán 'para más adelante', como explica el propio Salomón Padilla al final de sus comentarios.

Salomón Padilla, vicepresidente de la ARTM, afirmó: 'La necesidad de convertir a digital es obvia; el problema es el financiamiento para reconvertir las redes en bidireccionales, adquirir las cabeceras digitales, receptores y Set-Top-Boxes (STB). Buscamos apoyo financiero con la banca comercial, la banca de desarrollo y programas gubernamentales y nos dimos cuenta de que, debido al amplio desconocimiento del tema tecnológico y, sobre todo, a la existencia de operadores independientes rurales y suburbanos, no podíamos acceder al crédito necesario para hacer el cambio, por lo que decidimos organizarnos para hacer una opción de autofinanciamiento

entre nuestros asociados'.

Y completó: 'En este proyecto están participando 25 de nuestros 42 asociados, modernizando aproximadamente 75 poblaciones de las 125 que atendemos dentro de la asociación'.

PRIMERA FASE: 30 CABECERAS

'El proyecto consiste en modernizar en una primera fase 30 cabeceras (algunos operadores usan más de una) en menos de dos años. Se organizó mediante el sistema tradicional de tandas, con un aporte mensual que cubre el precio total de la cabecera y una cantidad inicial de STB para comenzar la transición con sus clientes'.

'Se entrega por lo menos una cabecera digital por mes (algunos dos porque adquirieron dos espacios) mediante una rifa. Gossip es uno de los tres proveedores entre los cuáles los asociados pueden decidir adquirir sus cabeceras, sin embargo ha sido muy efectivo ya que en este momento entregaremos la sexta, todos los asociados se han decidido por Gossip ya que es el único que ha ido personalmente a cada una de las poblaciones', remarcó Salomón Padilla.

FRENTE A LA CONSOLIDACIÓN DEL MERCADO

'En cuanto a las consolidaciones, creemos que en muchos casos son dadas por las circunstancias regulatorias y por las decisiones de autorización de integración vertical de las autoridades de competencia en México. La experiencia internacional dice que, en cuestión de CATV, los operadores se han especializado en dos: los urbanos, que atienden ciudades, y los suburbanos y rurales, que se especializan en dar servicio a áreas de menores ingresos y con menor densidad de población, prestando contenido y servicio especializado', explicó el ejecutivo.

'Nosotros vamos empujando para dos objetivos: que las cuestiones regulatorias y de competencia se den en una cancha pareja que nos permita competir y acceder a la infraes-



Salomón Padilla

tructura e insumos básicos y, en segundo lugar, la especialización de nuestros operadores para proveer los contenidos y servicios específicos de sus áreas', añadió.

COMPRA DE CONTENIDOS EN CONJUNTO

En lo que respecta a la programación, tema siempre relevante, Padilla destacó: 'Hemos comenzado pláticas con algunos proveedores de contenidos para adquirir en conjunto programación. Sin embargo, la situación en México no nos permite hacerlo, ya que los precios y/o condiciones no son los de un mercado abierto. Recordemos que en televisión restringida terrestre, Televisa tiene poder de mercado y ninguno de estos proveedores quiere perder a su mejor cliente. Ahí tenemos el caso de Disney cuando quiso imponer condiciones a Cablevisión y terminó siendo retirado de las plataformas propias y asociadas de esta empresa'.

OBJETIVOS PARA ESTE AÑO

Finalmente, Salomón Padilla adelantó los objetivos para este año. 'El primer objetivo es modernizar, profesionalizar y hacer más rentables a las empresas. En segundo lugar, consolidar compras, y el tercero es consolidar operaciones sin perder el enfoque local. Sin embargo, el primero es el más difícil ya que hay que financiar y cambiar paradigma actual de empresa de CATV a empresa de Servicios Telecom y asociados. Una vez logrado el primero, podemos pensar en nombres de alianzas y demás'.

EL nuevo HOTPACK de Claxson GARANTIZA que aumente la RENTABILIDAD de tu negocio.



Ahora con **HOTPACK** puedes ofrecer no sólo un canal adulto, sino hasta seis, y a un precio mucho más conveniente para tus suscriptores. Además, tendrás **acceso sin cargo a HOT GO**, la única plataforma online que permite disfrutar, desde cualquier dispositivo conectado, películas y series de las marcas más conocidas del mundo adulto. Comunícate con nuestro equipo de Ventas afiliadas y agrégale más rentabilidad a tu oferta.

HOTPACK
CON ACCESO **GRATIS**
HOTGO
www.hotgo.tv



CONTACTOS COMERCIALES: México // Esteban Borrás eborras@claxson.com Caribe, Colombia y Venezuela // Adriana Medici amedici@claxson.com Centroamérica, Perú y Ecuador // Ignacio Guido iguido@claxson.com España, Portugal, Chile y Bolivia // Federico Carbonell fcarbonell@claxson.com Argentina, Uruguay y Paraguay // Omar Figliolia ofigliolia@claxson.com

EN FRANCIA, LA TV ES DIFERENTE

La designación de Argentina como “país de honor” en la próxima convención de programación internacional de TV Mipcom 2013, a realizarse en Cannes del 7 al 10 de octubre, ha despertado interés hacia la manera en que se sintoniza televisión en Europa Occidental, frente a los hábitos en Latinoamérica.

La conclusión es contundente: pese a que están disponibles en TV paga la mayoría de los principales canales de entretenimiento a que estamos acostumbrados en Latinoamérica --adaptados lógicamente al gusto europeo--, hay una gran influencia de la TV pública de diversos países, con canales incluso en diversos idiomas, a través de la TV satelital gratuita. Así, en Francia es sencillo sintonizar tres canales de la estatal ZDF alemana, tres de Rusia, otro tanto de la BBC (incluyendo un canal en arábico) y canales de China, Japón y países africanos, además de varios canales de noticias “panregionales” --desde CNN International y la BBC hasta Al Jazeera y la CCTV china--, además de canales deportivos “regionales”, que no necesariamente transmiten los acontecimientos deportivos más relevantes: por ejemplo, los partidos de fútbol de la Champions League jugados entre equipos alemanes y españoles en Alemania fueron transmitidos por ZDF.

Otro factor que diferencia la experiencia que vive el espectador es que la gran mayoría de los canales

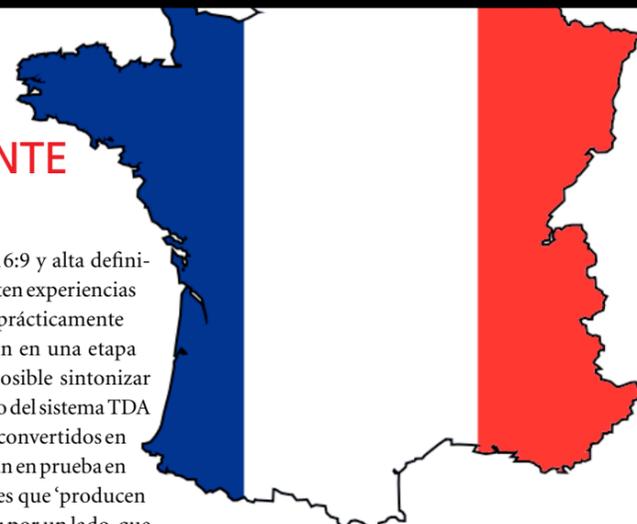
están en formato original 16:9 y alta definición. En Latinoamérica existen experiencias limitadas en la materia, con prácticamente todos los países de la región en una etapa de transmisión donde es posible sintonizar canales en HD --como el caso del sistema TDA en Argentina, los canales ya convertidos en Brasil o México y los que están en prueba en Chile-- pero hay dos factores que ‘producen ruido’ en la transformación: por un lado, que el HD en los sistemas de pago suele requerir un adicional en el abono, a veces dos: la opción digital y luego el HD. Por otro lado, existe una penosa costumbre de pasar los canales en formato 4:3 a 16:9, con lo cual se ensanchan las imágenes un 33%; por el otro, la mayoría de la programación nueva y la publicidad es grabada en HD y formato 16:9, pero emitida en 4:3, con lo cual en muchos comerciales y programas aparecen zonas en negro; utilizar la opción de ampliación “pantalla completa” o “panorámica” de algunos receptores LCD no resuelve la situación porque se pierden las proporciones, la resolución o parte de la imagen.

Bien: en Europa, todos estos problemas no existen. Contados canales de extramuros, como uno de TV Record de Brasil disponible en Francia, son “ensanchados” y aparecen con pobre definición, pero quien quiera sintonizarlos debe estar dispuesto a sacrificar satisfacción.

Existe asimismo una diferencia dramática en la concepción artística de la programación: lo más permisivo en primetime son los programas de preguntas y respuestas y los shows musicales, como lo que puede sintonizarse en la RAI Internacional en Latinoamérica. Las noticias son tratadas con mucho cuidado; en los casos de accidentes y delitos no hay víctimas o testigos alegando ‘nadie se hace cargo’ ni la teatralización de la culpabilidad y la exhibición exagerada de las víctimas; lo que se ve en pantalla cuando hay delitos se parece más a un reality policial como *Cops* o *Policías en Acción*, manteniendo siempre el ritmo, pese a la circunstancia, y no exagerando el tiempo dedicado a enfocar rostros afligidos. No es que se abstengan de cubrir violencia: el atentado en Boston recibió una decena de enfoques.

Finalmente, el fácil acceso a canales de otros países anula la característica de ‘sistemas cerrados’ que caracteriza a la mayoría de los países de Latinoamérica. En nuestra región, son muy pocos los canales “internacionales” propiamente dichos --TVN de Chile es uno de ellos-- y la sintonía de canales comerciales de los países está limitada a lo que los sistemas de cable y satélite principales quieren distribuir y los canales sin codificar que los “independientes” bajen por su cuenta de los satélites, casi siempre sin pedir derechos pero no necesariamente en forma ilegal, ya que muchos son de distribución abierta.

Esta permeabilidad europea, coherente con la idea de una moneda única --el euro-- y política de fronteras hasta cierto punto abiertas, permite a cada sector del público (por ejemplo, los árabes que viven en Europa, incluyendo emigrantes) un acceso directo a puntos de vista directos, como los de un canal de Marruecos, diferentes a los del país donde reciben. Si bien hemos sido siempre escépticos acerca de la capacidad de formación de opinión por parte de los medios masivos de comunicación, la posibilidad de acceder a la TV de su país de origen --como el caso de los latinos en Estados Unidos que pueden sintonizar canales de México, Colombia, Perú, Ecuador, etc.-- sirve para reforzar los lazos naturales y mantener las costumbres de origen, retardando la integración plena a la sociedad que esas personas han adoptado y complicando la situación cuando hay conflictos.



cuando quieras. como quieras. donde quieras.



neon
www.myneon.tv

“ Con miles de horas de contenido de la mejor calidad, NEON™ le brinda una oferta de programación única y sin igual al mercado latinoamericano. La renovación estratégica de la oferta de NEON™ constituye un diferenciador importante para el producto en un mercado cada vez más competitivo. NEON™ le permite a los operadores de plataformas OTT ofrecer a sus suscriptores una programación novedosa, fresca y actualizada en todo momento con contenidos nuevos, locales y películas de estreno. ”

www.dlatv.net
Raul Antillon, Representante de Ventas, América Latina y el Caribe
+1 (305) 894.2519 · rantillon@dlatv.net



Escanea este código para visitar la plataforma de NEON™

powered by
DLA

TELEvisa NETWORKS agranda la familia Golden con el paquete Premier

Fernando Muñiz, director general de ventas de **Televisa Networks**, dijo a **PRENSARIO** que, con el objetivo de actualizarse en AdSales, ascendió a **José Elizalde** a director de ventas de publicidad, para reposicionar 'con fuerza' por el área y la región.

Daniel Picasso se ocupará de México, Centroamérica y el Caribe, mientras **Carlos Cabrera** y **Marcelo Bresca** siguen en la región Andina y Cono Sur. Todos reportando a Muñiz.

Junto con la ampliación de la familia **Golden**, marca que ahora tiene seis canales identificados con calidad en toda la región, una innovación es el lanzamiento del paquete **Golden Premier**,

en sus feeds este y oeste. Ambos canales vienen con formato full HD, tiene audio interno con idioma original y doblado al español. Se va a distribuir a la carta con programas de series y de películas. 'La idea es ganar un mercado nuevo, donde un operador puede contratar un paquete de dos señales de manera sencilla y obtener un revenue adicional. Podemos hacerlo porque tenemos primeras ventanas a esos contenidos. Muchas películas, series específicas y eventos'.

Para este año también dijo: 'Tenemos que posicionar además el **Distrito Comedia** (lo que era Clásico TV), ganar más mercados para **TDN**, **TLnovelas** y **TLN**, señal en portugués que se ha



Fernando Muñiz

difundido mucho en canales africanos. En Brasil seguimos y nos ha ido bien con algunos operadores.'

FIESTA EN CANITEC

Televisa Networks será anfitrión de la fiesta de bienvenida de la Expo Canitec 2013, que tendrá lugar el miércoles 29 de mayo a las 20 en el Salón José Cuervo del DF. Habrá un destacado show con las actuaciones de **Mariana Seoane**, **Sasha**, **Benny** y **Erik** y el **Grupo Pesado**.

ALFONSO GUERRERO: GRAN ACEPTACIÓN EN MÉXICO DE XTIME Y CINECLICK

Alfonso Guerrero, representante de señales en México, habló de las ventajas de sus nuevas representaciones **XTime** y **CineClick** previo a Canitec.

'Son dos señales con gran aceptación en Latinoamérica debido a una oferta de contenidos de alta calidad y centradas en las preferencias de la audiencia sin publicidad.'

PELÍCULAS DE HOLLYWOOD Y SERIES

'**XTime** es una canal de películas de Hollywood dobladas o subtitradas al español, que exhibe lo mejor del cine, con estrenos todas las semanas y una amplia colección de películas. Su programación recoge películas de Hollywood todos los géneros. Todas ellas seleccionadas bajo el criterio de los conocedores de la materia. Entre el contenido original de la señal se destaca el programa para adultos *El Cazador de la Web*, que ha recibido gran aceptación.'

'CineClick es un canal de series y documentales que provee entretenimiento a los amantes de las series de forma variada.'

PARA GRANDES Y PEQUEÑOS OPERADORES

'En el caso de los operadores independientes, **XTime** y **CineClick** son dos señales que permiten tener un diferencial en su oferta con relación a los grandes operadores, donde pueden armar la parrilla de programación de acuerdo a sus necesidades, sin tener que comprometerse a paquetes obligatorios.'

'En el caso de los grandes operadores fortalecerá su programación en los segmentos de películas y series, con la ventaja de no tener cortes publicitarios. Canales tipo premium a costo de básico, para sus paquetes más populares', completó Guerrero.

'Ambas señales han tenido buena aceptación



Alfonso Guerrero

en el mercado mexicano, comenzado a mostrar resultados positivos. Los operadores que han incorporado las señales a su programación se mostraron satisfechos y estamos seguros que podremos compartir con **PRENSARIO** una gran noticia en unas cuantas semanas', afirmó el ejecutivo.

PRESENCIA EN EXPO CANITEC

'Somos bastante optimistas y creemos que vamos a tener una gran aceptación en Canitec. Esto porque hemos tenido un excelente feedback en los acercamientos que hemos tenido a nivel de los diferentes operadores previo al evento y junto con nuestros representantes en la región, **Sat Marketing**, tendremos un stand donde atenderemos a los sistemas mexicanos', concluyó.

DGS WORLD: E-COMMERCE PARA OPERADORES

DGS World se prepara para Canitec con **Ivette Méndez** como responsable para Latinoamérica de su nuevo canal de ventas online. Expresó que el mercado digital en la región está creciendo y que es el momento oportuno para desarrollar un canal como el de ellos ofrecen, que es éxito en el mundo.

Vale agregar que el consumo de Internet y el

manejo de redes sociales en nuestros países, está entre los mayores del mundo.

En México empezaron a con **Cablemás** y **Cablevisión**, a los que esperan realizar un gran aporte para incrementar sus ingresos sin costo, pues es todo lo que cobran en proporción a las ventas que se generen. Un modelo de ganar-ganar.

Lo del e-commerce por cable lo consideran una nueva forma de consumir que se está masificando en el mundo y en Latinoamérica.



Jeff Cox, Ivette Méndez y David Harris

Grey Juice Lab

Content is King. Distribution is King Kong



DONDE QUIERAS, CUANDO QUIERAS, COMO QUIERAS...

El mejor Contenido VOD para tu multiplataforma está a un click de distancia.

¿Y tú ya estás listo?

+52 1 81 8287 2817 contacto@greyjuicelab.com
http://www.greyjuicelab.com

TELEMUNDO INTERNACIONAL: 70% DE PENETRACIÓN EN TV PAGA DE MÉXICO

SUMA 10 MILLONES DE HOGARES EN LATINOAMÉRICA

Telemundo Internacional cuenta con 10 millones de suscriptores y está presente en muchos de los principales cableoperadores de la región. En el primer trimestre sumó 1,5 millones y el objetivo para fin de año es aumentar la base en doble dígito.

En México llega al 70% de los hogares con televisión paga, y en los últimos meses ha cerrado más acuerdos, observando un crecimiento en ratings. Karen Barroeta, SVP Internacional Cable comentó a PENSARIO: 'Estamos entre los 10 primeros canales de entretenimiento en TV de paga en México.'

'En México la penetración de TV paga aumentó en más del 10% en el último año y continuará en ascenso. Las ventas de publicidad seguirán subiendo y la competencia será cada vez mayor.'

PROGRAMACIÓN

La programación de Telemundo Internacional incluye novelas y entretenimiento como *Caso Cerrado* y *12 Corazones*, especiales de

música y realities, que también tienen gran acogida en Latinoamérica.

Entre los últimos estrenos, se destaca la telenovela del primetime *Alguien te Mira*. En mayo estrenó el especial *Todos Somos Héroes*. En agosto vuelven los *Premios Tu Mundo* y desde el 30 de junio, *La Gran Señora*. En realities viene la tercera temporada de *I Love Jenni*, y la segunda de *Larrymanía*.

PLATAFORMAS DIGITALES

'Este año lanzamos nuestras páginas oficiales de Facebook y Twitter con la nueva imagen que Telemundo Internacional lanzó este año. Desde entonces estamos trabajando en comunicarnos de forma activa con nuestra audiencia a través de las plataformas sociales, dándoles información adicional sobre nuestros programas y talento', añadió Karen Barroeta.

'Para los *Premios Billboard* creamos una estrategia de comunicación sobre lo que ocurría detrás de cámaras que obtuvo excelentes



Karen Barroeta

resultados con nuestros seguidores quienes estuvieron activamente conectados con el contenido creado específicamente para las redes sociales que incluyó videos, fotos y concursos', completó.

OBJETIVOS Y PROYECTOS

'En distribución, nuestra meta este año es posicionar al canal fuertemente en Colombia, mercado al que entramos a través de Claro, que es un operador muy fuerte en este territorio. Para el segundo semestre del año nos estaremos enfocando en Cono Sur con especial atención en Chile', dijo Karen Barroeta.

Este año, la señal lanzó su nueva imagen, que destaca la 'frescura y creatividad'. 'El público está complacido al ver a sus artistas favoritos como parte fundamental de esta campaña. Estamos llevando el colorido de la cultura latina a la pantalla y esto ha sido muy bien recibido a nivel panregional', concluyó.

RGB NETWORKS: MULTISCREEN 2.0

OTRA VEZ A LA VANGUARDIA

Henrique Etrusco, director regional de RGB Networks para Latinoamérica, destacó que en Canitec la marca estará presentando a los operadores de México la denominada *Multiscreen 2.0*.

'El *Multiscreen 2.0* es un concepto que habla de una segunda generación en lo que respecta a servicios multiscreen, donde ahora lo importante es el crecimiento en los servicios, reduciendo costos CAPEX y OPEX en la plataforma. Esto se logra trabajando sobre tres puntos: en primer lugar, hay que empezar con una plataforma altamente escalable para entrega de video de canales en vivo a tablets, teléfonos móviles y hoy en día incluso STBs que pueden recibir *bitrate* adaptativo.'

'En segundo lugar, tener claro que la inserción de comerciales sigue siendo una de las mejores formas de lograr importantes ingresos a los proveedores de servicios de video, sea el cable, telcos u otros. Las nuevas tecnologías en multiscreen permiten que los suscriptores puedan recibir

anuncios altamente direccionados de acuerdo al perfil de consumo de cada uno, o mismo regionalizados por pueblos, estados y países.'

En tercer lugar, destacó: 'Con el despliegue del *Time Shift TV* viene la necesidad de disponer del contenido originario de los canales en vivo, pero ahora bajo demanda, en varios *bitrates*, resoluciones y formatos exigiendo de los operadores una inversión primaria muy importante dejando disponible todo este contenido almacenado en las redes de distribución de contenido (CDNs) ocasionando altos costos de almacenamiento, re-encodeo por requerimientos de nuevos formatos y el pago por las llaves de los DRMs.'

Con estos tres puntos RGB quiere permitir que la implementación de servicios multiscreen en nuestros clientes sea transparente, escalable y, lo más importante, rentable a corto plazo, retirando el problema costo de la ecuación.

'Hoy los operadores ya saben cómo funciona



Henrique Etrusco, director regional de RGB Networks en Latinoamérica

y ahora están alcanzando los detalles que antes estaban relacionados a la entrega de video a la pantalla grande solamente, pero ahora también a las pantallas chicas y RGB Networks una vez más está en la delantera de los demás permitiendo que se entregue los subtítulos que se requiere y también audio *surround* a los dispositivos móviles', completó Etrusco.

'El éxito de nuestras plataformas junto a los clientes, logrando los más importantes negocios en multiscreen disponibles en el mundo con nuestras soluciones de *transcoding* en hardware y software, inserción de comerciales y con el *just in time packaging* es nuestra mejor publicidad', concluyó el ejecutivo. En Canitec estará en el stand # 232.

Llegó el momento de sorprender de nuevo a sus suscriptores.



SEACHANGE' NUCLEUS' SOFT BOX GATEWAY. THE MARKET DISRUPTOR.

El "Nucleus" de SeaChange ya está aquí para asegurar que los proveedores de servicios de video puedan dominar el cambio hacia un consumo de medios personalizado dentro del hogar. Lo llamamos Nucleus, pues permite que cada dispositivo del hogar se conecte y comparta todos los medios. Actualmente, trabaja con QAM y está listo para trabajar con IP en el futuro.

Acepte el desafío. Asegure su sitio dentro de los hogares de sus suscriptores.

DVR TOTAL EN EL HOGAR | MEDIOS COMPARTIDOS A TRAVÉS DE DLNA
TELÉFONOS INTELIGENTES Y TABLETAS UTILIZADAS COMO CONTROLES REMOTOS | Y MUCHO MÁS



VISITENOS EN CANITEC PUESTO 627

www.schange.com

SeaChange

FIC: CONFERENCIA DE CARLOS MARTÍNEZ EN CANITEC

ADEMÁS, EDGAR SPIELMANN LANZARÁ MOVIECITY PLAY

En el marco de Canitec 2013, **Fox International Channels** organizará una rueda de prensa en Centro de Exposiciones Banamex, Business Center Salón G, el jueves 30 de mayo a las 10am, donde **Carlos Martínez**, presidente de FIC Latin America, hablará de los nuevos planes de expansión del grupo, incluyendo cifras estadísticas del grupo.

Es toda una novedad ya que, si bien Carlos Martínez siempre fue muy abierto a la prensa especializada, no da una conferencia de prensa directa desde la última realizada en Tepal de Panamá, hace ya algunos años. En general se refería a los lanzamientos del grupo y no a estadísticas relacionadas su desempeño.

Incluso, no ha concurrido a los personal-

mente a los últimos eventos de la industria, por lo que la conferencia genera gran expectativa y será reflejada por **PRENSARIO** en su informe diario durante Canitec.

En ocasiones anteriores Martínez había puesto énfasis en la necesidad de los programadores de seguir siendo relevantes para sus clientes los operadores, que en la época del Triple Play podían considerar *commodities* al producto de video. Ese riesgo quedó en parte resuelto con la afección actual por el HD y más recientemente por el VOD Everywhere, que es más fuerte ahora en México, para competir con **Netflix**.

Justamente, será además el lanzamiento en Canitec de la nueva plataforma de **Moviesty**



Carlos Martínez

Play, que incursionará en nuevos dispositivos móviles, para cuyo anuncio estará presente también **Edgar Spielmann**, CEO y Presidente de Moviesty. Esto si ya se había anunciado en las Jornadas Internacionales de Buenos Aires del año último para los países de la subregión Sur.

MOVIECITY Y TVN CHILE COPRODUCEN EN LA SERIE SITIADOS



Mauro Valdés, director ejecutivo de Televisión Nacional de Chile

Moviesty firmó un acuerdo con **Televisión Nacional de Chile (TVN)** para la producción conjunta de la serie *Sitiados*, que se rodará íntegramente en el sur de Chile, con un elenco de primeros actores chilenos y de toda Latinoamérica, y se estrenará durante el 2014.

Edgar Spielmann, CEO y presidente de Moviesty, dijo: 'Para las producciones originales de Moviesty es muy importante contar con historias de riqueza creativa, interés panregional y personajes fuertes.'

Por eso, 'estamos seguros que nuestra audiencia de Latinoamérica disfrutará de esta coproducción con TVN, no sólo por su originalidad

e impresionantes imágenes del sur chileno, sino también por su nivel de producción Premium avalado por la calidad y experiencia del equipo de dirección, guionistas y realizadores, como así también la de nuestros socios en esta aventura.'

Por su parte, **Mauro Valdés**, director ejecutivo de Televisión Nacional de Chile, comentó: 'Para TVN es motivo de gran satisfacción desarrollar con Moviesty una coproducción internacional de esta envergadura, que además cuenta con el reconocimiento del **Consejo Nacional de Televisión**. Sobre todo, con una ficción que se inspira en una parte importante pero poco conocida de nuestra memoria y que se sitúa en uno de los territorios más significativos de Chile. Una iniciativa como ésta se halla en el centro de nuestra misión como televisión pública.'

Sitiados es la segunda producción de Moviesty Originals y la primera coproducción internacional de TVN, y se comenzará a filmar en los próximos meses en los escenarios naturales la zona austral de Chile.

La serie, que será dirigida por **Nicolás Acuña** y cuenta con guiones de **Luis Emilio Guzmán**, **Paula del Fierro** y **Carmen Gloria López**,



Edgar Spielmann, CEO y presidente de Moviesty

a quien pertenece la idea original, llevará a la pantalla una época poco representada en televisión latinoamericana y se inspira en un episodio histórico casi ignorado, ocurrido entre 1598 y 1601: el sitio de Villarrica, una de las consecuencias de la Guerra de Arauco, la única derrota española en América.

Durante estos tres años, quinientos habitantes españoles son prisioneros en su propio pueblo y sólo 22 sobreviven. Hombres y mujeres experimentan el hambre y la enfermedad; algunos pierden la razón y la mayoría pierde la vida. Los líderes discuten si huir, entregarse o enfrentar al enemigo.

Sitiados construye una ficción a partir de lo que pudieron vivir esos hombres y mujeres de fines del siglo XVI y comienzos del XVII que quedaron abandonados por el Imperio español en uno de los lugares más aislados de América y rodeados por el enemigo más poderoso que enfrentó la Colonia.



Bienvenidos al futuro

Lo que hasta ayer era ciencia ficción, mañana será parte de la vida cotidiana. *Visión futuro* muestra los avances de la ciencia en todo el mundo y le explica lo que siempre quiso saber. Conozca los últimos descubrimientos de la medicina, las mentes más lúcidas y los proyectos más destacados. El magacín científico de DW le acerca a la vida del mañana.

VISÍTENOS EN CANITEC STAND N° 601

20 AÑOS DE CARTOON NETWORK



Pablo Zuccarino, VP y Gerente General

Cartoon Network celebra su 20º aniversario en la TV paga, recordando que el 28 de abril de 1992 la señal infantil --dirigida a un público de 4 a 11-- salió por primera vez en México y aún hoy conserva el 'espíritu vanguardista de los inicios', cuenta a PENSARIO Pablo Zuccarino, VP y gerente general.

'Cartoon Network comenzó en Latinoamérica un año después de su partida en Estados Unidos. Lo fundamental fue la irrupción, ya que Ted Turner entendió que había un nicho revolucionario para 24 horas de cartoons. Lo natural era un espacio reducido por día para los niños, en general por la mañana, y a veces sólo los sábados, por lo que hubo mucha polémica con eso', expresó Zuccarino.

Así, al igual que Turner hizo con el segmento de noticias, vio que había un futuro con cartoons y lanzó la primera señal de su tipo en Latinoamérica. 'Invirtió en la librería de Warner Brothers y Hannah Barbera, y hubo gente muy profesional que desarrolló una marca con una personalidad muy fuerte', añadió el ejecutivo.

'Esa personalidad tiene que ver con lo inesperado, con el humor y ser audaz, en una propuesta con una voz única. Desde el nacimiento la señal dijo algo que

nadie se atrevía a decir y luego lo tradujo a todo lo que hacemos. Siempre fuimos los primeros en tomar riesgos, en movernos a lo digital, cambiar el perfil cuando fue necesario y comunicarnos con los niños como nadie lo hacía. Otros los miraban desde el punto de vista adulto y CN les habló de igual a igual'.

La marca está construida como los niños, mira las cosas de otra manera, se atreve a preguntar todo, conserva esa frescura y mira la vida con ojos de diversión. 'Nuestra postura es ser fullplay y el slogan interno siempre es *Be a kid*. Cartoon Network es entonces una gran combinación de contenido, visión innovadora y mensaje atinado', sintetizó.

ADAPTACIÓN A LOS CAMBIOS GENERACIONALES

'En 20 años pasaron muchas cosas y la región, a pesar de ser homogénea, ha tenido muchos cambios y vaivenes. CN ha sabido mantener el liderazgo y buscó innovar desde el punto de vista del negocio. Los cambios que se realizaron siempre fueron para expandir'.

En este sentido, la empresa pasó muchos de los cartoons clásicos a la señal Boomerang. 'Era tan extenso el contenido que valió la pena desdoblarse la oferta y generar una segunda ventana', dice Zuccarino.

La señal tuvo sus momentos más trascendentes con la "librería mágica" que incluía productos como *Don Gato*, *Los Picapiedras*, *Looney Tones* y *Bugs Bunny*. Luego, se destacó la nueva generación de dibujos animados con *Las Chicas Superpoderas*, *Dexter*, *Billie & Mandy* y *Jonhny*

Bravo. 'Capturó la audiencia con fanatismo y redefinió la animación con un éxito casi masivo. Como eran propios ya teníamos todos los derechos de licencias, digital y merchandising', remarca.

El tercer hito fue la irrupción de *Ben10*, que 'retransformó' el negocio de propiedades para varones desde los ratings, lo digital. Fue el primer cartoon totalmente multiplataforma,



Ben 10



CARTOON NETWORK

que tuvo hasta sus películas, y lleva más de 200 episodios.

Finalmente llegó a la generación de CN más reciente, con *La hora de la aventura*, *Un show más* y *Amazing World of...* Volvieron a definir la voz de CN como menos lineal, con un nivel de exigencia muy diferente. 'CN Studios volvió a encontrar un nicho. Nos dieron cifras de enero súper sólidas, con la señal número 1 en México y Brasil en niños', completa.

UNO DEL LOS MEJORES MOMENTOS

'Los 20 años eran un riesgo de dar un mensaje de algo antiguo. Pero al medio del cable le queremos mostrar cómo mantuvimos el liderazgo y lo que CN siempre supo que hacer. Ante la audiencia hablamos de nuestro cumpleaños y permitimos que los niños se puedan conectar y celebrar también', comentó.

'Este año nos toma en uno de los mejores momentos. En distribución el canal es el mayor en el portafolio de Turner superando los 48 millones de suscriptores en Latinoamérica. A nivel publicitario es un momento bueno más allá de la complejidad que involucran las regulaciones'. 'Trabajamos mucho a la vanguardia con las formas más seguras y correctas para venderle a niños, pero más allá de eso nunca hubo una necesidad tan grande y en niños el cable es a veces más eficaz que la TV abierta con conexión y relación real con la audiencia'.

Completó: 'Como multiplataforma somos líderes en la conversión de relaciones a negocios. Nuestros mejores clientes como Mattel (*Barbie*, *Max Steel*), Lego (*Star Wars*) o Hasbro (*Transformers*) se volcaron a la producción de contenidos. Tienen una aproximación al negocio que tiene que ver con contenido y trabajar sus marcas 360º'.

OFERTA MULTIPLATAFORMA

'Como multiplataforma somos líderes en la conversión de relaciones a negocios. Nuestros mejores clientes como Mattel (*Barbie*, *Max Steel*), Lego (*Star Wars*) o Hasbro (*Transformers*) se volcaron a la producción de contenidos. Tienen una aproximación al negocio

>>> Continúa en la página 52

World Premium

EL NUEVO CANAL DE RAI DEDICADO A LO MEJOR DEL CINE Y SERIES EUROPEAS, SUBTITULADOS



Rai Italia

Rai News



allTV

América Latina & Caribe

+55-11-98480-8974

infosales@alltvia.net

que tiene que ver con contenido y trabajar sus marcas 360º, añade.

‘En el negocio multiplataforma, fuimos el primer canal que desplegó un sitio web, el primero en hacerlo 2.0 y luego entender la importancia del *gaming*, lo que continúa. También fuimos el primero que se movió a mobile como rubro estratégico. Incluso lo mobile desafía nuestro foco web, sumando la adopción de plataformas dobles con tabletas, a la cabeza de lo digital.

Vengo del equipo digital y hoy me encuentro responsable de la estrategia completa y lo influyente que es. El modelo nuestro lo define no como un canal sino como experiencia de entretenimiento y muchas decisiones parten de eso’, comentó Pablo Zuccarino.

‘Vemos que aumentó el consumo de medios y que hay más gente comunicándose con nuestros personajes. No notamos un efecto de canibalización con la TV lineal sino una amplificación. Generamos mejores experiencias que son beneficiosas para todos.’

Además, explicó que la región ‘todavía está en expansión con la TV paga, con niveles de suscriptores no tan maduros’, y que por eso los números digitales no son más significativos en el total. ‘Igual se van generando cambios constantes y estamos muy despiertos a como se redefine el negocio para CN’, añadió.

LO QUE SE VIENE

‘Ya estamos trabajando en los planes de 2014, con lo nuevo de *Teen Titans*, *La hora de la aventura*, y *Un show más*, y un 2013 activo con *Copa Toon*’, enumeró.

Dentro de los objetivos futuros, uno seguro es mayor producción original, con *Turba Mónica* en Brasil y *La CQ* en coproducción con *Televisa*, ‘que está dando sus primeros pasos

sólidos y muy exitosos, y la incorporación de *Live Action*’, destacó.

‘Buscamos no ser 100% animados con dos o tres programas como *La CQ* y la idea de incorporar otros géneros. Ahora sumamos a *Lazy Town* como ejemplo de seguir apuntando a niños pequeños. Mantenemos el foco de 4 a 11 años, más allá de las buenas mediciones de 12 a 17 o 18 y más. Pero no nos desviamos’, concluyó Pablo.



Las Chicas Superpoderosas

TRU TV ESTRENÓ KILLER KARAOKE PARA LATINOAMÉRICA

La señal **truTV** estrenó en mayo el controvertido reality musical *Killer Karaoke*, en su versión original estadounidense, para toda Latinoamérica.

Killer Karaoke plantea un concurso donde los participantes deben cantar durante 90 segundos sus melodías favoritas, mientras enfrentan desafíos dementes, como sumergirse en un estanque lleno de serpientes o someterse a una depilación con cera mientras un escorpión camina por su cuerpo.

El show cuenta con la conducción de **Steve O**, ex miembro de *Jackas* conocido por someterse

a escandalosas pruebas en ese programa de TV. Ahora, será él quien guiará a los concursantes y los motivará para que “no importa lo que pase, no dejen de cantar”.

Para adelantar su estreno, **Turner** organizó en Buenos Aires un debate sobre la televisión y los reality shows, polémica que genera este programa donde los participantes deben pasar pruebas dementes para ganarse 10.000 dólares. Por eso, convocó al productor de TV **Victor Tevah** de **Pol-ka**, y a los filósofos **Alejandro Piscitelli** y **Darío Sztajnszrajber**, quienes dialogaron sobre esta temática y plantearon por qué el público se interesa por este tipo de programas.

Felipe De Stefani, SVP y gerente general de los canales de tendencias de Turner, abrió el evento remarcando que el show se emitió en Estados Unidos por la pantalla de **truTV** con ‘records de audiencia y un fuerte impacto en las redes sociales’.

Además, expresó que el show ‘tiene coherencia editorial’ con la señal, que



Felipe De Stefani, SVP y gerente general de los canales de tendencias

apunta a retratar experiencias extraordinarias de gente real, no famosa. ‘truTV genera adrenalina, al igual que *Killer Karaoke*, que está al límite entre el morbo y la excitación de ver gente en situaciones extremas. Logra que el público se emocione y se involucre’.

Sobre la señal, De Stefani comentó que **truTV** es el rebranding de **Core TV** desde 2004, y forma parte del tercer negocio en envergadura en término de revenues de **Time Warner**. Su contenido es exitoso en Estados Unidos, con producciones como *Killer Karaoke*.

Basado en el formato británico *Sing if you can*, el programa está siendo actualmente producido y emitido como *Cante si pudes* en Brasil por **SBT**, y en Ecuador como *Cante si puede* a través de **Ecuavisa**. En Argentina, el formato fue adquirido por la productora **Ideas del Sur** para transmitirlo en TV abierta, aunque no está confirmada su emisora.



Killer Karaoke

Noticias Internacionales – 24 horas al día y 7 días a la semana



EN ESPAÑOL

actualidad.rt.com

Señal abierta para operadores de cable

SEPA MÁS

Ahora en
HD



Contacto:

Maya Kórshunova

Gerente de Distribución del Canal

Tel. +7 495 645-17-18

E-mail: mbkorshunova@rttv.ru

WOBI TV: 16 MILLONES DE SUSCRIPTORES EN LATINOAMÉRICA

PRESENTE EN MÁS DE 70 OPERADORES DE MÉXICO

WOBI TV ha logrado entrar en todos los grandes operadores de México y ha sido bien recibida por los sistemas pequeños y medianos, con presencia en 70 operadores que llevan la señal a todo el país. Así, sigue consolidando su marca con el objetivo principal de 'llevar al público contenido entretenido y con un enfoque de negocios distinto al del resto de los canales'.

WOBI TV no sólo transmite grandes producciones extranjeras, sino que ha buscado alianzas con distintos entes como el Instituto Great Place to Work para transmitir en Vivo, la entrega de premios a Las Mejores Empresas para Trabajar en México al estilo de los premios Oscar. También ha desarrollado destacadas producciones nacionales encabezadas por entrevistas con los mejores gurús a nivel mundial.

Como desafío, el canal busca seguir conquistando los hogares de Latinoamérica en donde ya cuenta con 16 millones de suscriptores, y se planteó la meta de expandirse a Europa, Estados Unidos y Canadá. Todo un crecimiento de éxito con un canal que lleva apenas cuatro años y medio en el mercado.

Alejo Idoyaga Molina, director de afiliados de WOBI TV, afirmó: 'Es algo que nos emociona mucho y que estamos buscando se haga cuanto antes, nos encantaría lograrlo pronto'.

Además de la programación televisiva, WOBI lleva cada vez más contenido a espacios no tradicionales donde los suscriptores también interactúan normalmente. Hoy, WOBI TV está presente en aeropuertos del país, las pantallas de los aviones de Aeroméxico, en camiones ADO, ETN y Turistar de Lujo. En estos espacios, la empresa focaliza el contenido de acuerdo al



David Peredo, gerente de afiliados México, y Alejo Idoyaga Molina, director afiliados, en la gala Great Place to Work México

cliente y la localidad.

NOVEDADES EN PROGRAMACIÓN

Para los próximos meses, el canal estrenará programas como *Mark Zuckerberg inside Facebook*, *China in for Wheels*, *Big Ideas for a Small Planet*, *Innovation Lab* y *Spotlight*, un programa que sugiere espacios íntimos con figuras sobresalientes en el mundo de los negocios.

'WOBI TV trabaja día a día por cumplir su principal objetivo proveer contenido que ayude a las personas a mejorar y a que todos conformen un mundo mejor', finalizó Idoyaga Molina.

NOTICIAS INTERNACIONALES

en idiomas español, francés, hausa, inglés, khmer, mandarín, persa, portugués, ruso, rumano, swahili, y vietnamita



EL MEJOR CINE FRANCÉS. CON SUBTÍTULOS.

*EN MAYO POR TV5MONDE.

EL CANAL EN FRANCÉS PARA TI. TV5MONDE

rfi Y LA NOTICIA SE VUELVE GLOBAL

Ofrezcan a sus suscriptores la actualidad mundial vista de París

www.rfi.fr
www.espanol.rfi.fr



Accesible por Internet o por los satélite Hispasat 1E y NSS 806



Contacto: pompeyo.pino@rfi.fr / +331.84.22.73.77



DHE HD SE FORTALECE EN LATINOAMÉRICA

PRESENTE EN UNE (COLOMBIA) Y TV CABLE (ECUADOR)

DHE representa una nueva alternativa de entretenimiento dirigida a la audiencia hispana de Latinoamérica, con contenido del cine de Hollywood y algo de cine independiente. Fue lanzada este año en la feria de Natpe para adquirir nuevos contenidos para su pantalla.

A partir de ahí, se presentó en todas las convenciones de TV paga de la región, incluyendo Andina Link Cartagena y APTC de Perú. **Julio César Gómez**, CEO de DHE Group, señaló: 'En Andina Link mostramos DHE HD como un nuevo canal de cine en alta definición. La gente comenzó a reconocer quiénes somos personalmente luego de contactos que man-

tuvimos vía email y telefónicamente, lo que nos está permitiendo iniciar las relaciones comerciales con operadores de cada uno de los países de la región.'

El equipo comercial está encabezado por **Alejandra Rico Pineda**, Sales Manager para Centroamérica y el Caribe, y **Carlos Camargo Magin**, Sales Manager para Sudamérica.

Desde el 1 de abril, la señal se encuentra disponible en Colombia a través de **UNE-EPM** a nivel nacional, y más tarde sumó la señal en HD a su grilla. Desde el 22 de abril, el sistema **TV Cable** de Ecuador también sumó DHE HD a su grilla de programación.



Carlos Camargo y Roldan Arcinegas, ejecutivos de ventas de DHE Group, en la V Cumbre APTC de Perú

Gómez resaltó que estos acuerdos son 'muy importantes' para la señal, que luego de iniciar el año con presencia a modo de prueba en distintos operadores de TV paga de 12 países de la región, comenzó a tener distribución comercial oficialmente. Se encuentra en negociaciones para República Dominicana, El Salvador y Guatemala, además de avanzar en Perú, Chile, Colombia y casi toda la región.

NHK WORLD TV CRECE EN MÉXICO

NHK World TV, la señal que apunta a promover la cultura japonesa y asiática en el resto del mundo, está incrementando su presencia en México, donde está presente en 11 regiones a través de **Telecable (Grupo Hevi)**, y en otros seis cableoperadores de varias ciudades. También, NHK World TV se encuentra en conversaciones con **Cablevisión** y **Megacable**. Pronto habrá total distribución de la señal en México.

'La popularidad que ha adquirido la cultura japonesa en todo el mundo está creciendo significativamente, y en México la tendencia es más notable que en otras regiones. La principal razón es que en los últimos años, muchas

empresas japonesas han ingresado a ese país instalándose en ciudades como Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas', explicó **Miyuki Nomura** de NHK.

Para los japoneses que viven en México y para los mexicanos que tienen contacto directo con los negocios japoneses, es valorada la información sobre Japón y su cultura. 'Con el objetivo de promover el entendimiento mutuo entre los dos países, NHK World TV está jugando un papel clave en la provisión de las últimas noticias de Japón y Asia, además de varios programas lifestyle y de entretenimientos', añadió.

NHK World TV ganó popularidad, no sólo

entre los operadores de TV paga, pero también entre los broadcasters. La TV Abierta de la **Universidad de Guadalajara** y **Sistema Jalisciense de Radio y TV** han dado buenas referencias de las series y documentales de NHK y consideran incluirlos en su programación regular.

NHK World TV tiene una cobertura mundial de 250 millones de hogares en 140 países.



Miyuki Nomura

BBC WORLD NEWS: NUEVA APP *LIVE THE STORY*

BBC lanzó una campaña de marketing global que, bajo el lema *Live the Story* (Viva la historia), busca promocionar su canal de noticias, **BBC World News**, mostrando a los periodistas de cerca en las coberturas de todo tipo de eventos, desde catástrofes hasta partidos de fútbol.

A través de spots televisivos y radiales y publicidad online y gráfica, la campaña muestra 'las experiencias vividas por los reporteros que, a veces incluso son definitivas en sus vidas y en las de los espectadores que gracias a ellos viven lo que sucede en primera persona', tal como lo definió **Chris Davies**, director de marketing de la BBC.

Este es el espíritu que la gerencia de noticias de BBC World News busca transmitir a los cableoperadores de México. 'Las imágenes sólo cuentan la mitad de la historia. En BBC World News no sólo reportamos las noticias, sino que las vivimos tan intensamente que ponemos a nuestros televidentes de toda Latinoamérica en el corazón de cada evento.'

'Con periodistas en más países que cualquier otra cadena internacional de noticias, no vamos donde surge la información, nosotros ya estamos allí. Debido a que vivimos las noticias, las podemos reportar auténticamente, transportando a la audiencia desde sus casas



Live the Story

a los bastidores, los márgenes y el centro de la información', completó.

Live the Story está disponible a través de la aplicación *Engage More* para computadoras y dispositivos conectados, descargando de forma gratuita desde el **App Store** para aparatos **Apple**, o desde **Google Play** para aparatos **Android**.



ED PALLUTH | EVP, Distribución Mundial

E: edward.palluth@amcnetworks.com O: +1.817.562.3339 M: +1.214.766.5916



AURORA NETWORKS ADQUIERE SEGMENTO DE TV CABLE DE HARMONIC

Aurora Cable Networks anunció la adquisición del segmento de TV por cable de Harmonic, por 46 millones de dólares en efectivo.

Además, en consonancia con los esfuerzos en curso para revisar su estructura de capital y ofrecer valor a sus accionistas, el Consejo de Administración de Harmonic ha aprobado un aumento de su actual programa de recompra de acciones para incluir los cobros netos proceden-

tes de la transacción, después de impuestos, de aproximadamente \$35 millones.

Patrick Harshman, presidente y consejero delegado de Harmonic, dijo: 'La venta del negocio de acceso nos permite afinar nuestro enfoque en nuestras oportunidades de mayor crecimiento. El acceso por cable era la línea de productos con menor margen, y a través de esta transacción y el aumento de nuestras acciones, vamos a



Guy Sucharczuk, presidente y CEO de Aurora Networks

seguir impulsando el crecimiento en nuestros principales mercados, ampliar nuestro margen bruto, reducir nuestras acciones en circulación, y posicionar nuestro negocio en fuertes ganancias a largo plazo.

Guy Sucharczuk, presidente y CEO de Aurora Networks, dijo: 'Este movimiento estratégico es una oportunidad para nosotros de acelerar las innovaciones, continuar con el crecimiento y asegurar que tanto nuestra base de clientes actual, como la que ganaremos de Harmonic pueda tomar los desafíos actuales y los del futuro.'

THOMSON: ACUERDOS CON SKY MÉXICO Y BRASIL PARA HD

Dino Muñoz, director regional de Thomson Video Networks para Latinoamérica, comentó a PENSARIO en la NAB: 'El año pasado cumplimos las cuotas de venta, y este año empezó muy bien. En el primer trimestre vendimos el doble que el anterior. Cerramos con Sky Mexico, Sky Brasil y ahora sumamos un acuerdo para HD en esos operadores. Con DirecTV también arreglamos en varios países y Telefónica con Media Networks ya es 100% Thomson'.



Dino Muñoz

Mientras tanto sigue el esfuerzo por mejorar la atención en la región. 'Tenemos nuevo director en Brasil, Fernando Yanaguibashi, que viene de Technicolor con mucha experiencia en el área de ventas. También sumamos a Bruno Magalhaes para soporte de mercadeo en Brasil'.

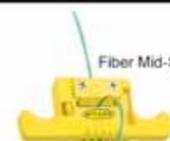
Además, hay nuevo representante en México con Sistemas Digitales, lo mismo VGL en Chile, en Brasil se cuenta con Videodata y Brasvideo, se sumó Avcom Colombia que ya manejaba Venezuela y Metrored para el Caribe.

'Tenemos productos recién lanzados como LM 4000 con capacidad de ocho canales en HD, SD, MPEG2 y MPEG4, configurable, con inserción de logo, subtítulaje y multiplex de los ocho canales'.

'También el CP6000 que tiene un nivel de madurez grande que permite contribución de calidad con hasta ocho encoders o decoders para cada unidad de rack en 4:2:0, 4:2:2, MPEG-2, MPEG-4, HD y SD. Hay además una nueva gama de distribuidores como el RD 6000, estamos mostrando toda la solución para ATSC e ISDBT para broadcasters'.



El Líder en la Fabricación de Herramientas para la Preparación de los Cables Coaxiales, Cables de Fibra óptica y Energía Eléctrica



Fiber Mid-Span Access Tool



Quick Change Coring/Stripping Tool



RG 6 Torque Wrench



RG 6 & 11 Compression Tool



RG 6 & 11 Drop Trimmer



Fiber Tube Scorer



Distribución
CATV

Telecom
Fibra Óptica

Energía
Transmisión

Electrónica
Transmisión





Ripley
46 Nooks Hill Road
Cromwell, CT 06416 USA
Corporate Office: +1 (860) 635-2200
Latin America Office: +1 (954) 499-9203
info@ripley-tools.com
www.ripley-tools.com

Una señal, para todo el mundo.



Conectividad
Información > Entretención > Cultura

Comercializado por:
FOX International Channels
LATIN AMERICA

Síguenos en:
f /TVChileTVN @TVChileTVN

ARGENTINA: (541) 4103 1100 /CENTROAMERICA: (502) 2247 2700 /CHILE: (562) 750 6600
COLOMBIA: (571) 610 7044 / MEXICO: (5255) 9138 6808 / VENEZUELA: (58212) 820 3200

A&E OLÉ NETWORKS ABRIÓ NUEVA OFICINA EN BRASIL

A+E Networks Latin America inauguró, el 1 de mayo, la oficina A&E Ole Audiovisual Serviços e Representações Ltda en Sao Paulo, Brasil, con el objetivo de 'maximizar toda oportunidad de crecimiento, así como de crear y establecer alianzas estratégicas que ayuden a resaltar la presencia de las marcas A&E, History y Bio en este mercado'.

La nueva oficina enfatizará en crear un equipo de trabajo local para las áreas de programación, digital, mercadeo, ventas publicitarias, on air y producción.

Eduardo Ruiz, presidente y gerente general de A+E Networks Latin America, afirmó: 'El establecer oficinas en Sao Paulo es una muestra clave y evidente de la prioridad que tiene Brasil para A+E Networks Latin America así como del consistente crecimiento que tenemos en



Eduardo Ruiz

A+E NETWORKS LATIN AMERICA
A Joint Venture with Ole Communications

la industria de la TV paga. Esta inversión en Brasil generará empleos directos a profesionales locales, teniendo en cuenta que para conquistar a este mercado y poder lograr un producto que guste tiene que ser hecho por brasileños para brasileños con comunicación e idiosincrasia local'.

A+E Networks incluye entre sus señales a A&E, con contenido real y actual con series como *¿Quién Da Más?*, *Guerra de Envios*, *Duck Dynasty* y *Barter Kings*, llegando a más de 43 millones de hogares en la región. History, con un sólido crecimiento y posicionamiento, llega a 44 millones de hogares. Su programación

incluye producciones originales como *Caos*, *O Infiltrado*, *Batalla de los Dioses*, *Contacto Extraterrestre*, y *Milagros Decodificados*, y series como *El Precio de la Historia*, *Rutas Mortales* y *Cazadores de Tesoros*. Bio es un canal dedicado a relatar, desde una visión personal, experiencias de vida contadas en primera persona. Su programación tiene series como *Dance Moms*, *I Survived*, *Famosos Y Fantasmas*, *El Mal de Cerca* y alcanza más de 25 millones de hogares en Latinoamérica.

THEMA LANZÓ CMUSIC TV EN TRICOM DOMINICANA

Thema, proveedor de señales en Francia y al nivel internacional, anunció el primer acuerdo de distribución del canal CMusic en Centroamérica.

Desde el 1 de abril, la señal está presente en República Dominicana para 87.000 suscriptores de Tricom, primer operador de TV paga del país, que opera en todo el territorio. CMusic está disponible en SD para los abonados del

Superior HD plan, y en SD y HD para los abonados del Maxi HD plan.

CMusic TV es una señal internacional de música clásica, música de películas y chillout, disponible las 24 horas y sin cortes de publicidad. Cuenta con los artistas de música clásica mundialmente conocidos, y difunde de manera los últimos videos de las estrellas.

Remplazando los tradicionales conciertos

y operas con video clips del estilo pop, CMusic TV combina videos de con entrevistas y shows en vivo.

La señal está dirigida a un público amplio y apunta a revitalizar el interés en este segmento musical.



LFP BROADCASTING/NEW FRONTIER MEDIA: ALEX BEHRENS, NUEVO VP REGIONAL VENTAS Y MERCADERO

LFP Broadcasting/New Frontier Media designó a Alex Behrens como vicepresidente regional de ventas y mercadeo para América Latina, desde donde asumirá responsabilidad en el crecimiento futuro de la empresa a través de los contratos con clientes.

Michael H. Klein, presidente de LFP/New Frontier Media, y Lillian Martin, SVP de ventas y mercadeo, destacaron: 'Estamos muy contentos de tener a Alex como jefe de nuestro equipo de Latino América. Su amplia experiencia en gerencia, familiaridad con este importante territorio y su conocimiento de nuestra línea de productos, hace que el sea la persona ideal

para el manejo de esta importante asignación'.

Behrens llega a esta empresa luego de once años en Eurochannel, donde se desempeñó como responsable de la distribución general y relaciones con afiliados, así como en cuestiones operativas de áreas técnicas y de ingeniería.

Anteriormente fue director sénior de ventas afiliadas para Cisneros Television Group, donde supervisó las ventas y mercadeo de la región norte de Sur América, México y el mercado Hispano de los Estados Unidos. También estuvo a cargo del lanzamiento de Playboy TV Latin America como VP-Director General y de Playboy TV en Español para el mercado Hispano

de los Estados Unidos.

'Con la reciente unión de New Frontier Media y LFP Broadcasting, la empresa pasó a ser la más importante empresa de contenido adulto. No sólo tenemos una impresionante selección de títulos en los más variados géneros, si que también tenemos muchos canales lineales que abarcan todos los gustos de contenido', expresó Behrens.



Alex Behrens

LA NUEVA ALTERNATIVA DEL CINE

DHE HD

Películas en

FULL
HDTotalmente
Dobladas
al ESPAÑOL

EL CINE ES DHE

www.canaldhe.com

SIGUENOS EN



@canal_dhe

/canaldhe

Líneas DHE

Alejandra Rico : arico@canaldhe.com
Sales Manager Central AmericaCarlos A. Camargo : ccamargo@canaldhe.com
Sales Manager South America

USA: 1 - 267 - 9600602

Latin America: 57 - 1 - 7 44 4020

LO QUE USTED VE SÓLO MUESTRA LA MITAD DE LA NOTICIA



Every time I've been in a place where I've had an explosion, there's something I always notice. Before the fire and smoke, the sirens, shouting and anger, there's this strange moment of stunned silence, where time almost seems to stand still... And then, a second later, ~~there's~~ complete chaos erupts.

Lyse Doucet
Chief International Correspondent

LIVE THE STORY

BBC WORLD NEWS

It isn't the way that a shuttle launch looks that's most amazing it's how it feels.

I was in prime position 3 miles away to watch this ~~great~~ great Cathedral leave Earth. For the first 20 seconds, it was almost ~~ever~~ silent. And then it hit me - a thunderous rumble so strong it turned my insides to mush. It's a feeling you'd only ever know from living it.

David Shukman
Science Editor

LO QUE USTED VE SÓLO MUESTRA LA MITAD DE LA NOTICIA



En BBC World News no sólo reportamos las noticias, las vivimos intensamente. De esta forma nuestros televidentes en toda América Latina pueden conocer la esencia de cada evento.

Tenemos más periodistas en el mundo que cualquier otra cadena internacional de noticias, por eso no vamos hacia dónde están las noticias, vivimos donde suceden.

DIXON SPORTS CIERRA ACUERDO CON CIS GROUP PARA CRECER EN LATINOAMÉRICA

FOCO ESPECIAL EN BRASIL

Dixon Sports Computing, desarrollador de aplicaciones para flujo de trabajo en la industria del deporte y el entretenimiento, cerró un acuerdo con CIS Group, por el que lo incluirá en su portafolio de soluciones para la creación, gestión y distribución de video, audio y datos, con foco especial en Brasil.

A partir de este acuerdo, Dixon Sports busca fortalecer e incrementar su presencia en Latinoamérica y fundamentalmente en Brasil, donde CIS Group cuenta con oficinas, además de Portugal y su sede central de Florida, USA.

Michael Dixon, presidente de Dixon Sports, dijo: 'Espero ansiosamente trabajar de cerca con CIS, elevando el reconocimiento de la marca Dixon en Brasil para alcanzar el mismo nivel de éxito y penetración de mercado que tenemos en el mercado deportivo de Estados Unidos'.

'En los últimos 25 años, el grupo ha construido

una fuerte reputación, diseñando e instalando una amplia variedad de sistemas de producción. Dixon es una línea complementaria de soluciones deportivas dentro del portafolio de CIS Group y confío en que este acuerdo beneficiará a ambos'.

Por su parte, Guilherme Silva, CEO de CIS Group, afirmó: 'Mientras la transición a los flujos de trabajo en producción ha crecido sustancialmente entre los productores y broadcasters en Brasil, creemos que los clientes ahora buscan las herramientas correctas para implementar flujos de trabajo totalmente orientados a deportes. Estas herramientas deben ser capaces de soportar la creciente atención que la industria de medios dará a los próximos eventos deportivos de envergadura, que tendrán lugar en Brasil, como el Mundial de Fútbol 2014, y los Juegos Olímpicos



Michael Dixon, presidente de Dixon Sports



de Río 2016'.

'Dixon es un jugador clave en el mercado de sistemas para la gestión de medios orientados al deporte. Además, con la sencilla integración a Avid, EVS, Grass Valley, Harris y Sony, combina perfectamente con los proyectos actuales de CIS Group en Brasil y otros países de Latinoamérica', finalizó Silva.

Entre los clientes de Dixon, se destacan DirecTV, Sky NZ, Univision, The Miami Heat, NBA TV, CNN Sports, Rogers Sports Net, FOX Sports, FOX International, PGA TOUR Entertainment, WWE, estadios de fútbol, equipos y universidades en Estados Unidos.

FASHION ONE: UNA MIRADA MULTICULTURAL AL MUNDO DE LA MODA



Ashley Jordan, CEO de Fashion One TV

Fashion One es una señal enfocada en moda, tendencia y estilo de vida con contenido original pensado para una audiencia global, que tiene llegada a más de 100 millones de espectadores de todo el mundo.

En Latinoamérica, el canal opera en un feed en español tanto en SD como HD, mientras que llega a 11 regiones de África, Asia, Europa Central y Oriental. Actualmente, proyecta lanzar tres nuevos feeds en Tailandia, Ucrania y Corea del Sur.

Ashley Jordan, CEO de Fashion One TV, destacó a PENSARIO: 'Fashion One revela la moda en todos los aspectos de la vida. Hemos creado un canal para la mujer y los generadores de tendencia que aman la moda y todo lo que ella involucra, en todas partes del mundo'.

Al producir todo el contenido original, la

empresa conserva los derechos multiplataforma, brindando a los operadores acceso a una librería de programas exclusivos de moda, entretenimiento y lifestyle, con flexibilidad para ofrecer productos de engagement en diferentes medios, clave en la era digital.

PROGRAMACIÓN DESTACADA

'Contamos con los géneros clásicos como Runway, perfiles de celebridades, eventos de moda y reportajes con diseñadores. Al mismo tiempo, sumamos programación 100% original en español para el mercado latino, como noticias de la moda, series realities, documentales, cortos, shows de personalidades y competencias. Y también tenemos programas doblados o subtítulos', detalló la ejecutiva.

Del contenido del canal, destacó Fashion One Correspondent Search, un reality que busca encontrar la próxima corresponsal del canal en todas las capitales de la moda; Eco-Fashion, una docu serie que realiza un viaje al campo de la moda sustentable para el medio ambiente;



Fashion One Correspondent Search

Design Genius, una serie de reality donde los diseñadores de todo el mundo son sorprendidos con materiales poco convencionales y deben hacer prendas de alta gama.

También mencionó el noticiero de la moda Fashion Frontline, el programa de crítica Front Row, el de retrospectiva Fashion-Back; y otras series de estilo y tendencia como My Style, Fashion Filmmakers, y la competición Style Wars.

'Con el lanzamiento de Fashion One en África, estamos incrementando nuestra inversión en producciones locales más allá de cubrir los principales eventos que ya cubrimos en ciudades como Sao Paulo, Rio de Janeiro, Buenos Aires, Montevideo y otros'.

En especial para Canitec, Ashley Jordan adelantó que presentarán tres programas nuevos en español, que se estrenarán próximamente: Model Yoga, Miami Modelos al natural, y Elite Model Look Espana 2013 Edition.

tve

EN ESPAÑOL Y EN TODO EL MUNDO
IN SPANISH AND EVERYWHERE



CUÉNTAME CÓMO PASÓ



GRAN RESERVA



MASTERCHEF



INFORMATIVOS

Visítanos en / Visit us at
Expo Canitec, Centro de Exposiciones Banamex, México DF. Stand nº 320

tve

24h

VENTA DE PROGRAMAS
PROGRAMMES SALES
venta.contenidos@rtve.es

VENTA DE CANALES
CHANNELS SALES
comercial.canales@rtve.es

DMX MEDIA RENOVÓ CON SKY EN MÉXICO

LOS SUSCRIPTORES ACCEDEN TAMBIÉN A LA PLATAFORMA *DMX2GO™*



Alejandro Cacciola

DMX Media, empresa dedicada al desarrollo y distribución de contenidos musicales y servicios de valor agregado para plataformas digitales en Latinoamérica y el Caribe, renovó este año el acuerdo con **Sky México**, por lo que formará parte, hasta finales de 2014, de su portafolio de contenidos en la plataforma DTH.

Bajo los términos del convenio, los abonados de este servicio acceden a los 50 canales profesionalmente programados en todos los géneros y podrán en el futuro tener acceso a contenidos audiovisuales, así como a la plataforma interactiva *DMX2GO™*. 'Este acuerdo no sólo le permite a Sky México fidelizar su base de abonados con contenidos musicales de alto valor agregado', afirmó **Alejandro**

Cacciola, gerente general de DMX Media. 'También sienta las bases para el lanzamiento en plataformas DTH con productos clave en la nueva etapa de transición que está viviendo la región, marcada por la interactividad y la oferta de contenidos de audio en plataformas múltiples'. El portafolio de canales de música digital que DMX Media ha tenido a la disposición de Sky México en los últimos años incluye contenidos programados en una gran variedad de géneros que van desde el jazz tradicional, el rock clásico y la música regional mexicana hasta música new wave, urbano alternativa y los más fascinantes sonidos del mundo. Además de estos contenidos, el nuevo acuerdo permitirá a los abonados del sistema acceder en el futuro al portafolio de productos audiovisuales de DMX Media, que fortalece y complementa el portafolio de productos y servicios de audio de la empresa. Además, los abonados de Sky México podrían en el futuro llegar a tener acceso a la plataforma personalizada *DMX2GO™*, un servicio accesible a través del Internet que ofrece 100 canales de música en todos los géneros, ade-

más del *MusicLab*, una herramienta interactiva que le ayuda al usuario a crear por sí mismo el ambiente musical perfecto para todo tipo de situación (estudio, trabajo, descanso, fiestas). La plataforma de *DMX2GO™* puede ser también utilizada por el operador para la distribución de canales de televisión a través del Internet. En toda la región, DMX atiende a 7 millones de abonados.



Daddy Yankee



Shakira

VIVID: NUEVA PROPUESTA PARA EL SEGMENTO ERÓTICO

PRESENTACIÓN EN CANITEC DE LA SEÑAL *VIVIDTV*

Vivid es la nueva apuesta que **David Guerra** trae en el segmento erótico para Latinoamérica. Se trata de un grupo que lleva más de 30 años produciendo contenidos para adultos y es el principal referente en Estados Unidos.

'Cualquier compañía que quiere relacionarse con el segmento busca a Vivid en USA y nosotros queremos que pase lo mismo en Latinoamérica. Vivid ahora decidió entrar en la región a pie firme y acepté el reto', expresó Guerra.

'Repetiré la misma estrategia de desarrollos anteriores de formar una fuerte alianza con los operadores de TV paga. Creo que los operadores seguirán imponiéndose por mucho tiempo si permiten a sus usuarios acceder a los contenidos desde múltiples pantallas.'

Contrató a **Juan Carlos Gamboa** para prensa y se abrió una oficina en Miami para atender al mercado latino. 'Eventualmente volveremos a formar un equipo, pero en California ya lo hay

con gente formidable incluso de origen hispano de mucho entendimiento de las costumbres y hábitos de consumo de nuestros países. En este momento ofrecemos el *know how* para plataformas de VOD, incluso de S-VOD. Los contenidos son en un 65% originales y tenemos los derechos multiplataforma y para OTT'.

Además, Vivid ofrece una señal lineal que está disponible en más de 20 millones de hogares en Estados Unidos y se lanza en Canitec de México antes que en el resto de la región. Se llama **VividTV**, es hardcore y tiene contenidos que no están en Internet lo que hace que se diferencien de otros proveedores.

Las oficinas centrales de Vivid están en Los Ángeles, cerca de los Universal Studios, y producen en forma constante. Hay mucho vínculo con Hollywood y cada vez que hay una gran película se lanza hay un similar para adultos. 'Hace años también venimos produciendo parodias sobre

ciencia ficción como la de *Star Wars*, que ganó todos los premios. También lanzamos las de *Spider Man*, *Superman* y otras que se lanzaron junto con el estreno de Hollywood. Ahora viene la similar a *Iron Man 3*. También se manejan los videos sexuales y secretos de **Kim Kardashian**, **Pamela Anderson** y otros que en algún momento hicieron películas del segmento.'

En Canitec va a haber una presentación en un motel de lujo de México.



David Guerra

TODA LA
ADRENALINA
DE LOS DEPORTES DE
ACCIÓN
Y COBERTURA DE LOS EVENTOS
MÁS EXCLUSIVOS
DE SU GÉNERO EN
AMÉRICA LATINA

AX HD TV
100% ADRENALINA



El primer canal *Holístico* en español. TV Alternativa. Una Experiencia **total** para el desarrollo del **cuerpo, la mente** y el **Espíritu.**

Contacto en Estados Unidos:
Maricela Hernández
maricela.hernandez@alternatv.us / (786) 245.0484

Contacto en América Latina:
Pablo Mancuso
Pablo.mancuso@alternatv.us / +56 (9) 7538.1588

ALTERNA' TV

CLAXSON: FUERTE PRESENCIA DEL PAQUETE PARA ADULTOS EN MÉXICO

PLATAFORMA *HOT GO* SE INTEGRA EN LOS SISTEMAS DE TV PAGA

Esteban Borrás, gerente regional de ventas de Playboy TV Latinoamérica e Iberia, habló con Prensario sobre la distribución de las señales de Claxson en México y el crecimiento de la oferta de VOD. 'Los principales operadores mexicanos cuentan con la oferta para adultos más fuerte del mercado, comercializando paquetes con hasta cinco de nuestros canales, incluyendo **Playboy HD**, el único adulto en HD del mercado'.

Agregó: 'A esto se suman siete marcas de VOD que entregan 100 títulos de estreno al mes. Recientemente lanzamos **Sextreme** en la oferta de **Dish** completando un paquete más robusto con acceso gratuito a *Hot Go*. También estamos trabajando con **Axtel** para completar nuestra oferta de VOD con un paquete de canales en suscripción mensual'. Sobre la televisión paga en México, Borrás afirmó: 'El crecimiento que ha experimentado la TV paga en México en los últimos años reafirma su posición clave en Latinoamérica. Las plataformas digitales ya concentran gran parte del negocio, y esto es fundamental para nuestros productos Premium'.

'El reto que implicaba la presentación de las nuevas tecnologías al suscriptor y la logística de recambio de cajas, fue acompañada por nuestra inversión en el lanzamiento de nuevas marcas para reforzar el paquete adulto y, por supuesto, en la opción de TV Everywhere. Encontramos que llegamos a un momento donde el esfuerzo de ambos socios está reflejándose en crecimiento'. Y destacó sobre la oferta bajo demanda: 'En servicios de VOD, México se encuentra entre los países vanguardistas. Fue pionero en su lanzamiento y tiene varios meses de aprendizaje por sobre otros territorios de la región. Es



Encuentros Cruzados

interesante ver operadores con equipos especializados en esta modalidad, cuyo comportamiento difiere del lineal. Hemos visto plataformas muy atractivas en estos últimos meses'. 'En el resto de Latinoamérica, hemos presentado *Hot Go* con 17 operadores en un año. Esta tarea implicó integrarnos con sus sistemas para validar que el usuario que pretende ingresar a *hotgo.tv*, tenga activo el paquete con su proveedor de TV. Varios de estos operadores incorporaban un nuevo canal, como fue el caso de Dish, o lanzaban el paquete versus la venta *stand alone*. Este esfuerzo de ventas se ha traducido en una mayor fidelidad del suscriptor, que además de la experiencia de TV Everywhere, encuentra una oferta más variada'. 'Además, estamos en etapa de lanzamiento con **Telefónica Colombia**, donde hemos presentado dos paquetes de programación adulta. Estamos orgullosos de este nuevo acuerdo, ya que el operador aún no tenía el género Adultos disponible'.

NOVEDADES EN PROGRAMACIÓN

Sobre la programación de las señales, el ejecutivo comentó: 'En Playboy continuaremos con los estrenos de producción original. *Encuentros Cruzados*, que se estrenó en mayo, cuenta las historias de los inquilinos de un edificio, donde la administradora es testigo preferencial de todo lo que sucede tras las puertas, en ascensores, pasillos, terrazas y escaleras'.

'En junio se estrena *The Campaign*, que renueva la exitosa fórmula de los portafolios Playboy con seis modelos y un amplio staff de profesionales que viajan a México para grabar un reality sexy y vanguardista. Julio será el mes del 15º Aniversario del canal con maratones de todos sus éxitos y especiales de las Playmates más reconocidas'. 'Venus mantiene sus ciclos temáticos y la interacción con su público a través de *canalvenus.tv*, el sitio web que tiene el mismo y renovado look & feel del canal. Un aumento de los ratings y la alta elección de títulos Venus en *Hot Go*



Esteban Borrás, gerente regional de ventas de Playboy TV Latinoamérica e Iberia

posicionan a la marca en un lugar destacado dentro del portfolio Claxson', completó.

PROPUESTAS EN CANITEC

En esta edición de Canitec, Claxson continuará trabajando en la propuesta de *Hot Go*, un producto que 'ha fortalecido nuestro paquete no sólo agregando valor al suscriptor por el mismo precio que ya pagaba, sino además fortaleciendo nuestro negocio con los operadores a través de una notable disminución del churn. A un año de su lanzamiento, *hotgo.tv* tendrá un frontend renovado, con mejoras en la navegabilidad del sitio'.

'También estaremos presentando a los operadores mexicanos algunos cambios en nuestra operación de VOD. Hemos atravesado exitosamente la fase de prueba y tenemos un nuevo centro de procesamiento con tecnología líder en Latinoamérica. Esto nos permite adaptarnos a los requerimientos de las diversas plataformas que utiliza cada operador, además de sumar mayor flexibilidad para ofrecer paquetes de títulos tematizados, mejores tiempos de entrega y, con todo esto, una mejor performance de nuestros contenidos', concluyó Esteban Borrás.



The Campaign

cineclick
¡LAS MEJORES SERIES!
cineclickchannel.com cineclickc cineclickchannel

X TIME
¡TU CINE EN CASA!
xtimechannel.com xtimechannel xtimechannel

RFI CREA DEPARTAMENTO DE NUEVOS MEDIOS

DIRIGIDO POR MARIE-CHRISTINE SARAGOSSE

Frédéric Bonnard, directivo del Departamento Nuevos Medios de RFI, dialogó con PRENSARIO sobre los objetivos de este segmento recientemente creado por el grupo francés de medios internacionales, que reúne a las radios **Radio France Internationale** y **Monte Carlo Doualiya**, y a la cadena de TV **France 24**. 'Este departamento, creado tras la integración de RFI, Monte Carlo Doualiya y France 24 en una empresa única hace un año, funciona directamente bajo la autoridad de nuestra **Marie-Christine Saragosse**, presidente de RFI. Nuestra función es poner en práctica la estrategia, el desarrollo y el marketing de todo lo que tiene que ver con los nuevos medios --sitios web, app móviles y tabletas, redes sociales, TV conectada, social TV/radio, OTT-- y la difusión de nuestros contenidos multimedia en sitios

web asociados.

'Se ha decidido asociar sus diferentes redacciones de Internet a cada uno de los medios que generan los contenidos. Tenemos como principal objetivo doblar la frecuentación de todos nuestros soportes multimedia de aquí a tres años, además de consolidar nuestra posición innovadora y aumentar nuestros recursos propios.' 'Nuestra estrategia no es substituir con los nuevos medios la distribución tradicional de la radio y la televisión, sino complementarla. Los nuevos medios pueden ser eficaces para llegar a las audiencias de todo el mundo, y particularmente a las regiones donde nuestras marcas son menos fuertes.'

NUEVOS PRODUCTOS

'Actualmente estamos modernizando nuestros sitios web para otorgarle un papel central al aspecto participativo y dar mayor relevancia a nuestros contenidos tanto de radio como de televisión. Estamos invirtiendo en la telefonía móvil y las tabletas, que pudieran convertirse un día en los principales soportes para el consumo de los contenidos audiovisuales', explicó Bonnard.

'También estamos invirtiendo en las redes sociales en las que los que RFI, Monte Carlo Doualiya y France 24 están ya muy presentes. Sin embargo, deseamos seguir



Frédéric Bonnard, Directeur Nuevos Medios del Audiovisual Extérieur de la France, que reagrupa a RFI, Monte Carlo Doualiya y France 24

incrementando nuestra presencia en las redes sociales y la frecuentación que las mismas representan gracias a una mayor participación de nuestros periodistas.'

'Buscamos innovar asimismo en todo lo que concierne a la "social TV" y la "social radio" que permiten a nuestras emisiones de televisión y de radio una existencia complementaria en los nuevos medios, lo que también permite a los nuevos medios una existencia en la televisión y la radio tradicionales.'

En este sentido, explicó el ejecutivo, se convierte en un reto que los profesionales de medios tradicionales se adapten a los nuevos medios. 'La creación de emisiones transmedia radio-TV-web, donde intervienen periodistas que vienen del mundo de la radio, de la televisión y del multimedia ayudan mucho. También hay que pensar en la capacitación de los periodistas. Otra vía son los reportajes interactivos, así como el trabajo sobre los contenidos producidos inicialmente para la radio o la TV para adaptarlos a los nuevos medios.'

EL FUTURO DEL MUNDO AUDIOVISUAL

'Aunque los nuevos medios tomen una importancia mucho mayor que la que ya tiene hoy, no van a substituir a los tradicionales, sino a completarlos. Un mismo contenido va a ser consumido utilizando la plataforma o el vector más accesible en un momento dado, ya sea la radio, la TV, Internet tradicional o las redes sociales.'

Y concluyó: 'En un grupo con vocación internacional como el nuestro, es muy importante que no olvidemos que esta transición no tendrá lugar con la misma rapidez, ni al mismo tiempo en todos los países, ni en todas las regiones del mundo en las cuales RFI, Monte Carlo Doualiya y France 24 están presentes hoy.'



Aplicación de RFI para teléfonos móviles y tabletas

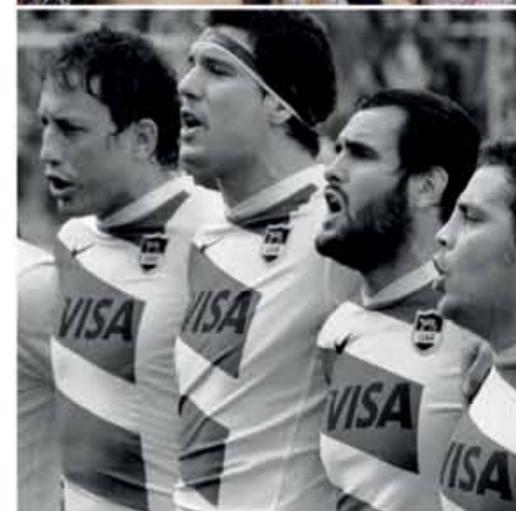
FRÉDÉRIC BONNARD

Frédéric Bonnard designado en abril 2012 como Director Nuevos Medios de la empresa de servicio público francesa **Audiovisual Extérieur de la France**, que reagrupa a las radios **RFI** y **Monte Carlo Doualiya** y a la cadena de televisión **France 24**.

Está a cargo del desarrollo y el marketing de los productos difundidos vía los nuevos vectores de distribución que ofrecen los sitios web fijos y móviles, las tabletas o la TV conectada. Anteriormente, había sido VP de marketing en **SortAtHome**, proveedor de

soluciones para aplicaciones multipantallas para operadores. También ha sido director de marketing para **SoftwareAG**.

Ha estado asociado a diferentes start ups en el ámbito de la nube informática, los servicios de localización de datos y la gerencia de la monetización mediante el uso de imagen video. Trabajó durante diez años en California, Estados Unidos, vinculado a compañías como **Apple/NeXT** y **Netscape** en actividades de gerencia, y en marketing de productos.



-  **Televisión:** ESPN, ESPN+, ESPN 3, ESPN HD, ESPN 3D & ESPN Extra
-  **Contenidos on-line:** ESPNPlay.com
-  **Internet:** ESPN.com
-  **Telefonía Móvil:** ESPN Móvil
-  **Revista Digital:** ESPN Magazine
-  **Radio AM:** ESPN Radio en Rivadavia AM630
- Radio FM:** ESPN107.9FM



DISCOVERY PRESENTÓ SU PROGRAMACIÓN 2013/14 PARA EL US HISPANIC

Discovery US Hispanic realizó en Nueva York el UpFront de presentación de las novedades de programación para la temporada 2013/14 para Discovery en Español y Discovery Familia, sus señales exclusivas para el mercado hispano de Estados Unidos.

Frente a anunciantes, agencias y operadores, Iván Bargeiras, gerente general de Discovery U.S. Hispanic, destacó: 'Nuestros canales hispanos en Estados Unidos ofrecen lo mejor de Discovery, marca que tiene una excepcional aceptación entre los hispanohablantes y que nos permite seguir creciendo a lo largo de los grupos demográficos más importantes de esta comunidad'.

Esta aceptación se traduce en que Discovery ingresa a la nueva temporada de programación de este año con niveles de rating fuertes y consistentes: la señal insignia, Discovery en Español, creció más del 18% con relación a 2011, y en lo que va de 2013, alcanzó su quinto trimestre consecutivo de crecimiento.

Así se posicionó como la principal señal hispana de la TV paga de Estados Unidos en el horario

estelar de los domingos, entre su audiencia meta, y continuó con su liderazgo como el segundo canal hispano más visto de la TV Paga entre la audiencia de personas hispanas y hombres de 18 a 49 años, posición que ha ocupado por más de cuatro años, siempre en base a datos de Nielsen.

Por su parte, Discovery Familia también obtuvo resultados récord de desempeño: el canal creció un 144% en comparación al primer trimestre de 2012, entre personas hispanas de 18 a 49 años durante el horario estelar de 7 a 11pm; incrementó sus índices de audiencia en un 100% entre su público meta de mujeres hispanas de 18 a 49 años durante el horario estelar de 7 a 11pm, y un 31% durante todo el día, de 9am a 12am.

LA NUEVA PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN

Para los próximos meses, Discovery en Español presentará nuevas series cargadas de adrenalina, como Bear Grylls: escapando del infierno (Bear Grylls: Escape from Hell), y dramas de la vida real, como Prohibido (Forbidden) y La verdad



Iván Bargeiras y Víctor Parada, VP de AdSales US Hispanic, junto a todo el equipo de Discovery

increíble (The Unbelievable Truth).

Entre los programas centrados en el fútbol, la cadena estrena Armando el Mundial (Building the World Cup) y la segunda temporada de su producción original Acceso Exclusivo: Los Tuzos del Pachuca.

El canal anunció también el lanzamiento de un nuevo género llamado VROOM, con programas destinados a los amantes de los autos, con series como El dúo mecánico (Fast N' Loud) y Aventura 4x4 T2 (One Car Too Far S2).

Para el caso de Discovery Familia, la propuesta apunta a fortalecer la oferta de contenidos relacionados a la salud, con nuevos programas como Limpieza obsesiva (Obsessive Compulsive Cleaners), Comida curativa (Food Hospital) y nuevas series basadas en la crianza de los hijos, como Jo Frost al rescate (Family SOS with Jo Frost) y Embarazo secreto T2 (Secretly Pregnant S2).

UNIVISION PRESENTÓ NOVEDADES 2013 PARA ANUNCIANTES



Randy Falco

Univision Communications realizó su presentación anual de preventa para anunciantes en Nueva York, donde destacó 30 programas nuevos y un enfoque más multimedia e integrado.

En los últimos 24 meses, Univision se ha expandido para incluir dos cadenas de televisión abierta, tres nuevas cadenas por cable --Univision Deportes Network y Univision tnovelas y ForoTV--; UVideos, red digital bilingüe de videos que ofrece una experiencia social en cualquier idioma; una cadena conjunta con ABC News para lanzar la cadena de noticias y lifestyle en inglés Fusion; el servicio de música Uforia; y una gran variedad de contenido digital original.

Randy Falco, presidente y director ejecutivo de Univision Communications, comentó: 'Tenemos una fórmula que consiste en contenido exclusivo, alta afinidad del público con la marca,

y distribución sin par de todas las plataformas. Nuestra ventaja es el contenido en español, pero constantemente estamos explorando todas las vías posibles para ser el recurso máximo de todos los hispanos, el que mejor satisface sus gustos y preferencias, independientemente del idioma o la plataforma'.

En la nueva temporada, Univision presentó la telenovela La Tempestad, producida por Televisa, y Mentir para Vivir, un drama de acción que brinda experiencias en múltiples plataformas.

UniMás, segunda cadena de TV abierta de Univision, creó un nuevo nicho en la cartera de medios del grupo orientado a jóvenes hispanos con el contenido audaz y repleto de deportes. Entre el contenido nuevo de esta señal, se destacan La Viuda Negra, La Selección, Gossip Girl Acapulco y Metástasis.

Univision Deportes afianzará su posición con derechos a más partidos de la Liga MX, torneos internacionales y la Copa Mundial Sub-20 de la FIFA; las eliminatorias para la Copa Mundial y juegos amistosos de la Selección Nacional de USA, la Selección Mexicana de Fútbol. Además, transmitirá en exclusiva los partidos del fútbol

español para USA de la Copa Mundial de la FIFA 2014.

OPORTUNIDADES EN CABLE

Univision cuenta con diez cadenas de cable con contenido de deportes, música, telenovelas y noticias: Galavisión, Univision Deportes Network, Univision tnovelas, ForoTV, De Película, De Película Clásico, Bandamax, Ritmoson, Telehit y Distrito Comedia.

César Conde, presidente de las Cadenas Univision, dijo: 'Los anunciantes no pueden que la audiencia de las cuatro principales cadenas en inglés ha bajado un 11% desde el inicio de la temporada hasta la fecha, mientras que el nivel de audiencia de Univision ha aumentado y está siendo impulsado por el grupo demográfico más significativo del país'.

'Por más de medio siglo, nuestro enfoque de dedicarnos 100% a las audiencias hispanas no ha cambiado, y esta constancia sigue siendo el motivo por el cual podemos crear contenido de primera calidad, con relevancia cultural, que logra una conexión mucho más sólida y profunda con la audiencia que todos los demás'.



Los eventos deportivos más relevantes y la mejor y más amplia propuesta de programación con una gran variedad de programas de producción propia en diferentes formatos y estilos.

TyC Sports

Contacto Ventas Afiliadas: Hernán Chiofalo, hchiofalo@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3531.
Contacto Publicidad: Julio Franco, Gerente de Ventas Publicidad, jfranco@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3800.

CHELLO LATIN AMERICA PRESENTÓ NUEVA IMAGEN DE ELGOURMET

DEJA DE LLAMARSE ELGOURMET.COM

Chello Latin America presentó en Buenos Aires la nueva imagen de marca de su señal gastronómica, que comienza a llamarse **elgourmet**, con un nuevo formato de su logo y variaciones en el color.

Este nuevo branding añade colores vivos y utiliza de ingredientes reales para ilustrar artísticamente todas sus piezas comunicacionales, tanto de pantalla como publicitarias y de merchandising.



Todos los chefs de elgourmet

Alejandro Harrison, CEO de Chello Latin America sostuvo: 'Creemos que este rebranding es un paso significativo para acompañar el crecimiento y expansión que la señal viene teniendo sostenidamente desde sus comienzos en todo el continente'.

Lucía Suarez, SVP programación y producción y directora de contenidos de Chello Latin America, dijo: 'Con este nuevo branding quisimos reforzar nuestro compromiso con la calidad de los productos, los chefs, la estética y el buen gusto. Por otro lado buscamos incorporar un tono más cálido y entretenido, sin dejar de lado nuestra pasión por la cocina'.

Durante el evento, elgourmet también presentó la programación para esta temporada, en la que agrega nuevas series como *Recetas de Estación* con Dollí Irigoyen, *Siempre Dulce* con Maru Botana; *El Banquete* con Roberto y Christian Petersen; *D.O.S. Delli Orgánico y Saludable*, con Pedro Lambertini; *Okashi. Dulces. Ono* con Takehiro Ohno; *Dolli i Gross*, con Dollí Irigoyen y Osvaldo Gross; *Juliana Deco y Cocina*, con Juliana Lopez May; *La Vera Pizza*,



Natalia Licovich, Francis Mallmann
y Lucía Suárez

con Daniele Pinna; *Pastelería Boutique* con Isabel Verma; *México a mi Manera*, con Mikel Alonso; *Como niños en chocolatería*, con José Ramón Castillo; *Cocina al Cubo*, con Poncho Cadena, Mikel Alonso y Sumito Estevez y *Tierra de Sabores*, Colombia y Venezuela, con Borja Blazquez, Federico Trujillo, Catalina Velez, Ana Belén Myerston y Omar Pereney.

Este año habrá también nuevos destinos: Francis Mallmann vuelve a la Patagonia, Francisco recorrerá Brasil, Soledad Nardelli emprende un recorrido por Tierra del Fuego; Alfonso Cadena recorrerá la baja California.

Entre las nuevas figuras, se destacan Deborah de Corral, Mitsuharu Tsumara y Tomás Olivera, que se suman a los formatos consagrados del elgourmet como *ABC Gourmet* o el *Club del Buen Beber*.

ALTERNA' TV: 'ESTE AÑO APOSTAMOS FUERTEMENTE AL MERCADO DE LATINOAMÉRICA'

Alterna' TV, distribuidor de contenidos de televisión en español para el mercado hispano de USA, presenta a su nuevo equipo para Latinoamérica y sus principales productos, reafirmando su objetivo de expandirse en la región este año.

La empresa buscará replicar el modelo de negocios que hace varios años ha desarrollado en el mercado Hispano de Estados Unidos.

Maricela Hernández, directora de ventas afiliadas, afirmó: 'Tenemos altas expectativas para este año, apostando fuertemente al mercado de Latinoamérica; para conseguir este objetivo incorporamos a un nuevo miembro en el área de ventas, **Pablo Mancuso**, asumiendo el cargo de subdirector de ventas para América Latina'.

Pablo Mancuso añadió: 'Alterna' TV está enfocada en satisfacer las necesidades de los

televidentes hispanos y para continuar con esta misión, estamos presentando en América propuestas frescas de entretenimiento como **PXTV**, canal de deportes de acción, **INTI Network**, el innovador canal de inspiración holística, nutrición y bienestar físico, salud ancestral y recientes hallazgos de la medicina moderna; **LAS Latin American Sports**, canal de deportes con contenido de México, Puerto Rico y Cuba con exclusividad de derechos en la Liga de Béisbol Cubana, Liga Mexicana y la Liga Mexicana del Pacífico, la Liga Profesional de Béisbol, AA y la Coliceba de Puerto Rico, entre otros. **Show Business**, el canal de entretenimiento total con variedades, noticias de los espectáculos y eventos del mundo del entrete-

ALTERNA' TV



Pablo Mancuso, subdirector de ventas para América Latina

nimiento Latino y cobertura de los eventos más importantes de la farándula'.

'PXTV, LAS e INTI Network están disponibles en alta definición desde este año y ya hemos recibido propuestas para próximos lanzamientos en importantes operadores', concluyó.

RUGGED INDUSTRIAL STRENGTH DATA NETWORK SOLUTIONS

WIRELESS, CELLULAR AND FIBER SOLUTIONS.
B&B ELECTRONICS DELIVERS.



Fanny P. Scargle
Regional Account Manager Latin America
& Caribbean
28050 US 19 North, Suite 306
Clearwater, FL 33761
fscargle@bb-elec.com
Office: 727-797-0300
Cell: 727-480-5920
Fax: 727-797-0331

- Ethernet Bridges
- Proprietary RF Modems and Wireless I/O
- Class 1/Division 2
- Ethernet Converters
- Wireless Access Points

B&B ELECTRONICS

888.948.2248 | WWW.BB-ELEC.COM

INTERNATIONAL CABLE RECUERDA A JEFF FRUMAN (1970-2013)

Jeff Fruman nació en Boston, Massachusetts el 16 de septiembre de 1970. Fue un hombre de inspiración, alegre, entusiasta por la vida, amaba a la gente y se comprometía con los mismos. En sus ojos se podía ver lo orgulloso que se sentía por su trabajo, la compañía que fundó y vio crecer. **International Cable Corp.** abrió sus puertas en 1990 proveyendo productos, servicios y soporte

técnico para cable operadores a nivel mundial. Para el año 1999 comienza a realizar transacciones a nivel internacional destacándose por su eficiente servicio y la calidad de sus productos. Ante el crecimiento de la empresa y los negocios en Latinoamérica la misma abre en el 2003 sus oficinas en Caracas-



Jeff Fruman

Venezuela y para el 2004 en Bogotá-Colombia. Con el fin de siempre ofrecer el mejor servicio, calidad y garantía a todos nuestros clientes se crea en el 2008 el departamento de reparación.

Con sus sueños y metas Jeff Fruman estructuró una compañía activa, sólida y con metas claras a seguir, que busca la calidad en su desempeño y hace esfuerzos por responder de forma oportuna y efectiva a los nuevos desafíos y tendencias.



El equipo de International Cable con Jeff Fruman

Durante estos años no sólo fundó una compañía sino también nuevos líderes en este mercado. En el año 2010 compartió sus sueños, metas y visión con **Edmerson Vásquez**, actual CEO de International Cable Corp., donde él mismo se unió y comprometió a este sueño. Edmerson Vasquez continuará lo que Jeff un día estructuró, desarrollando nuevos negocios y oportunidades para la industria de las telecomunicaciones en el continente americano y a nivel internacional, manteniendo nuestra filosofía: *El éxito de una compañía no descansa en ofrecer un buen precio, sino en la combinación del mejor precio con el mejor servicio.*

Jeff Fruman, nuestro presidente y fundador ya no se encuentra en medio de nosotros, pero sin duda recordaremos a ese hombre que nos dijo adiós el 12 de marzo, de 2013, dejándonos un importantísimo legado en nuestras manos. International Cable Corp. continúa y continuará siendo un líder en el mercado y ahora con una herencia y un motivo más para seguir luchando y honrar la memoria de nuestro fundador. International Cable está lista y entusiasmada para seguir satisfaciendo cada una de las necesidades de nuestros clientes.

re-escibiendo el estándar para alimentación de redes de CATV

EB1

Multilink
Innovation At Work

www.GoMultilink.com

amino

CONNECTING PEOPLE TO THE ENTERTAINMENT EXPERIENCE THEY LOVE



aminet
A140

At Amino, we're all about connecting people to the entertainment experience they love. Whether it's IPTV or OTT – or a blend of both – we help operators deliver great services with quality competitive solutions. Fully-licensed – and with an industry-leading low failure rate – our award-winning set-top boxes are integrated with an extensive industry ecosystem giving you additional flexibility. Plus we offer great customer support to ensure trouble-free deployments. And as you'd expect from Amino, we're also innovating to ensure your service maintains its commercial and competitive edge. It's why leading operators trust Amino to help deliver great entertainment experiences.

To find out more visit www.aminocom.com

Follow Amino on Twitter
[@AminoTV](https://twitter.com/AminoTV)

www.aminocom.com
info@aminocom.com

POR DAVID ATMAN, PRESIDENTE DE LINDSAY BROADBAND



SERVICIOS COMERCIALES DESDE LA RED: GATEWAYS DOCSIS Y ÓPTICOS

La industria del cable ha demostrado su capacidad servir a la comunidad empresarial a través de sus redes híbridas (HFC). Los gateways montados DOCSIS y ópticos son herramientas confiables y rentables para los MSOs que permiten aprovechar al máximo su capacidad y multiplicar el número de oportunidades para ganar cuotas de mercado.

Los servicios corporativos se están expandiendo rápidamente. El año pasado, Comcast aumentó sus ingresos comerciales a 1800 millones de dólares, un 40% más que en 2010. En el Cable Show de este año en Boston, el Dr. Judy Reed Smith, fundador de Atlantic ACM, dijo que los operadores de cable de Estados Unidos aumentaron su cuota del mercado de las telecomunicaciones (un negocio de 40.000 millones de dólares) en un 24% con respecto al año pasado, lo que representa hoy alrededor de 10% del total.

La cuota del mercado telco de los cableoperadores, podría duplicarse para el año 2017, de acuerdo con Reed Smith. Al

frente de este crecimiento hay una propuesta de valor que incluye la proximidad a los mercados, la eficiencia operativa y una cartera de tecnologías maduras. Según una estimación, la planta al aire libre de la industria, se encuentra dentro de una milla y media del 80% de todos los negocios de Estados Unidos. Los MSOs pueden rápidamente y sin muchos esfuerzos servir a los segmentos corporativos del mercado mediante el uso de componentes ópticos, inalámbricos y DOCSIS gracias a su facilidad de despliegue.

Lindsay Broadband le ofrece a los MSOs múltiples maneras para llegar a nuevos clientes con los gateways reforzados, tanto DOCSIS como ópticos. En combinación con equipos adicionales a la red al aire libre, tales como cámaras IP de tráfico y de seguridad, puntos de acceso, las células pico para móviles, entre otros. Estos gateways HFC-alimentados le permiten a los MSOs prestar servicios de valor agregado en una amplia gama de entornos, incluyendo centros comerciales, estaciones de combustibles, parques industriales, rampas de carga, zonas públicas, estacionamientos, frentes de negocios,

entre miles de aplicaciones más.

Estas implementaciones aprovechan al máximo la planta externa. Un CMTS (Cable Modem Termination System), compatible con la infraestructura montada que soporte DOCSIS, junto a un equipo de cabecera óptico como el que provee Lindsay, junto a un media converter basado en SFP, se debe complementar con los gateways ópticos. El soporte adicional puede provenir de switchers ethernet basados en tecnología IP que dentro de una WAN permiten gestionar la infraestructura instalada mediante un sistema de back office

Los siguientes casos arrojan más luz sobre cómo las puertas de enlaces ópticos y DOCSIS combinadas con otras tecnologías se pueden implementar en aplicaciones reales en un tiempo no mayor a una hora:

Aplicaciones punto a punto. Casi todos los negocios se benefician de la conectividad a

Internet. En combinación con un sistema de radio inalámbrico de 5.8GHz, el Strand Mounted DOCSIS and Optical Gateway de

Lindsay permite ofrecer servicios de transmisión de datos de alta calidad y velocidad a los clientes que se encuentran hasta cuatro kilómetros del tendido HFC.

Monitoreo de seguridad: Desde impedir un robo hasta garantizar la seguridad pública, las cámaras de seguridad desempeñan un papel vital. En este caso, las puertas de enlace DOCSIS y ópticos se combina con una cámara de seguridad IP, para ofrecer sistemas de supervisión remota de instalaciones de negocios o en espacios públicos. La cámara permite, a 30 cuadros por segundo, grabar de eventos, brindar información estadística y obtener capacidades analíticas de avanzada.

Aplicaciones punto a multipunto: La proliferación de dispositivos habilitados para ofrecer Wi-fi ha impulsado la demanda de acceso inalámbrico. Mediante la combinación de las puertas de enlace con los sistemas de radio Wi-fi, los operadores ofrecen a las empresas los medios para satisfacer las expectativas de sus clientes. Ideal para implementaciones en centros comerciales que deben prestar servicios a

muchos clientes desde un único dispositivo con la seguridad de ofrecer un SSID único por CPE.

Cámara de Tráfico Backhaul: Los municipios y las fuerzas del orden de todo el mundo están ampliando su presencia en las calles de la mano de las cámaras de monitoreo que permiten remotamente, garantizar la seguridad pública, con la simple instalación de cámaras de tráfico en las intersecciones. Los operadores de cable tienen ahora la posibilidad de generar un negocio lucrativo proveyendo el backhaul para las cámaras de vigilancia. Gateways con hasta cuatro puertos Gige 48VDC PoE ofrecen la potencia y la comunicación perfecta para crear una conexión con la cadena de HFC.

Strand EMTA Gateways: un caso de éxito con un muy buen ROI puede ser el proporcionar servicios telefónicos como de datos, desde la red HFC llegando hasta cuatro clientes corporativos, desde un solo dispositivo y manteniendo el control del equipo. Este tipo de aplicación es ideal para parques industriales o para aquellos clientes que no disponen del espacio físico para instalar su propio equipamiento o no disponen de salas comunes de comunicaciones o simplemente no desean instalar estos equipamientos dentro de sus edificios por otras razones.

Arquitecturas celulares distribuidas: Las torre celulares se están convirtiendo en arquitecturas imposibles de construir hoy en día. Por cuestiones de costo o disponibilidad física, la creciente demanda de datos móviles es muy difícil de alimentar con las torres de hoy. Lindsay tiene una solución accesible hoy que le permite a los cableoperadores convertirse en proveedores de servicios de datos para las compañías de telefonía celular, mediante la utilización de tecnologías de pico celdas celulares. Los MSO están disminuyendo considerablemente el costo de implementación, incrementando dramáticamente el ancho de banda disponible para servicios de datos móviles. Lindsay Gateway proporcionan un método rentable para los operadores de cable para ser el backhaul de las telcos ofreciendo tráfico celular, LTE, 4G y 3G en su red HFC, generando una gran corriente de nuevos ingresos.



En Latinoamérica, la mejor opción de TV Paga en Telenovelas, Talk Show y Variedades

Ve PLUS TV

¡Para todos los gustos!

www.veplustv.com

121 Alhambra Plaza Suite 1400, Coral Gables, Florida. 33134,
Ph. 305 - 415 6250, Fax. 305 - 908 8848

Ventas Afiliadas
Marc Hertfelder: mhertfelder@cisneros.com

ALPHA: EL CAMBIANTE MUNDO DE LA ALIMENTACIÓN DE LAS REDES

Pocas cosas en la vida se mantienen constantes, y eso es lo que sucede con las complejidades de una red de banda ancha avanzada. Cuestiones tales como el aumento de los costos de energía, el envejecimiento de infraestructura de energía y el aumento de los niveles de robo plantean desafíos adicionales al panorama competitivo de la industria. Como respuesta, los ingenieros y los operadores de servicios múltiples (MSO) deben pensar en forma progresiva e incorporar equipos de eficiencia energética en la red para minimizar los costos de operación y reducir las emisiones de carbono, y al mismo tiempo mejorar la eficiencia, flexibilidad y fiabilidad.

EFICIENCIA

La implementación de equipos de energía eficientes puede mejorar y reducir costos de explotación y reposición de equipos, el ahorro de los operadores tanto en tiempo como en recursos es tan importante como contar con la tranquilidad de manejar una red que funcione sin problemas. Para ayudar a los MSO a mejorar el rendimiento de la red, los proveedores de productos deben desarrollar soluciones de planta exterior que promuevan eficiencia tope de línea de acuerdo a los avances tecnológicos que mejoran el tiempo de ejecución y prolongan la vida útil del sistema.

Alpha ha reconocido estas consideraciones mediante el desarrollo de productos de vanguardia como el *XM3-HP CableUPS* y la línea de la batería *AlphaCell HP*. La fuente de alimentación *XM3-HP* permite mayores tiempos de duración de batería con mayor capacidad de red y capacidades de recuperación de corte de energía.



HP AlphaCell

PRENSARIO INTERNACIONAL

La batería *HP AlphaCell* cuenta con tecnología de plomo puro (y una certificación de "no peligroso") para facilitar el transporte, al tiempo que proporciona hasta un 20% de aumento de la esperanza de vida y de 3-5 veces más vida útil que el estándar las baterías VRLA.

FLEXIBILIDAD

Otro atributo necesario de cualquier red sostenible es la flexibilidad de cada componente del sistema. Es raro que una red se instale sin tener en cuenta el crecimiento futuro. Es importante tener en cuenta las futuras oportunidades de expansión e instalar desde el inicio equipos de potencia preparados para exigencias futuras. Otra consideración importante es la variación en los requisitos de energía en todo el mundo, y la disponibilidad de productos a medida para adaptarse a todo tipo de aplicaciones.

La incorporación de productos como el *Alpha AMPS80HP* y rectificadores *Cordex*, que promueven máxima densidad de potencia y tienen la capacidad de escalar hacia arriba o hacia abajo teniendo en cuenta la evolución de las necesidades de alimentación, puede ofrecer un notable retorno de la inversión con la reducción de costos de servicios públicos dentro del primer año.

La innovadora plataforma modular AMPS viene en un modelo de *24HP* para dar una respuesta versátil para cualquier aplicación de energía en una región específica. Línea de rectificadores *Cordex* de Alpha es otra solución para instalaciones críticas para los operadores que buscan mantener la flexibilidad para futuras expansiones. El sistema cuenta con niveles de distribución modulares que permiten que el sistema de alimentación de CC crezca y se adapte progresivamente con el aumento de la demanda del cliente.

FIABILIDAD

El componente de la fiabilidad de la alimentación de una red es complejo y fundamental por dos razones: mantener mantenimiento y costos de reparación al mínimo y asegurar que la prioridad número uno, el cliente, esté disfrutando, de un servicio de red sin problemas



XM3-HP CableUPS

y estable durante la duración de su suscripción.

Las mejoras de seguridad de Alpha son una respuesta inteligente a un problema común de los operadores: el robo. Con cada instalación de energía que representa una inversión de capital importante y siendo a su vez líneas de comunicación críticas que dependen de la alimentación para su funcionamiento, la necesidad de soluciones de *housing* resistentes y durables son esenciales. En respuesta, Alpha ha desarrollado el *High Security HP Enclosure* como primera opción, lo que garantiza la operación a potencia continua, en todos los servicios. El *Enclosure* cuenta con un sistema de pestillo de cierre de dos puntos, bisagras interiores y diseño de la superficie al ras de la puerta empotrada y tapa anidada para mejorar la protección del sistema en todos los niveles.

Otra manera de aumentar la fiabilidad de la red es mediante la incorporación de un componente de energía renovable. **OutBack Power**, miembro del Grupo Alpha, ha diseñado varias soluciones para reducir la dependencia del cliente en una red de suministro eléctrico a menudo inestable. El inversor/cargador *Radian Series* simplifica la configuración, distribución e implementación de almacenamiento de energía renovable para prácticamente cualquier requisito de energía residencial, comercial o institucional. También diseñado para ahorrarle al operador tanto tiempo con recursos, el sistema inversor *Flexpower* de OutBack ONE es una solución llave en mano para las configuraciones de conexión a la red y de la red híbrida que proporcionan verdadera energía alterna totalmente integrada.



AMPS80HP

ARRIS
MOTOROLA

JUNTOS

La Nueva ARRIS transforma la manera en que los proveedores de servicio entregan entretenimiento y comunicaciones sin fronteras.



Visítenos en
Expo Canitec
Stand #227 y Stand #605
del 29-31 de Mayo
del 2013,
Mexico City, Mexico



Smartphone interactive, scan here



IP HEADEND



PROCESADOR SCRAMBLER



IP QAM



ASI/IP CONVERTOR

Espectaculares imágenes en todas partes

Cuando hablamos de multipantalla, no hablamos de una tecnología, sino de una experiencia.



Cambiamos la forma en que el mundo mira la televisión

Sensacional calidad de video, funcionamiento impecable, variedad de opciones. Harmonic hace realidad esa experiencia mediante una solución integral multipantalla de eficacia demostrada. Compatible, probada y en uso. A escala, no en un laboratorio. Tal vez no vea nuestro nombre; pero la experiencia le indicará que nosotros la respaldamos.

▶ ◂ ◃ Obtenga más información en harmonicinc.com/multiscreen

El mayor proveedor de TV digital e Internet por cable en la República Dominicana

WORLD WIDE SUPPLY: HITRON PARA LATINOAMÉRICA

FRANCISCO RODRÍGUEZ A CARGO DE LA REGIÓN



Francisco Rodríguez

World Wide Supply se ha ganado un lugar protagonista en Latinoamérica. Esto lo consiguió en los últimos dos años a partir de un desarrollo especial con los clientes, generado a partir de la incorporación de **Francisco Rodríguez** como director comercial y con la alianza estratégica con **Hitron**, a partir de la cual WWS es el brazo para Latinoamérica de la marca asiática

Rodríguez ya había hecho dos desarrollos con **Bang!** y con **Ambit** (luego **Ubee**), a los que llevó de no tener ninguna presencia, a ser reconocidos por todos los clientes y a ser proveedores relevantes de **Telmex** y **Cablemás** de México. Ahora pudo hacer esto por tercera vez con WWS/Hitron y ya es proveedor de Cablemás para sus MTA, siendo un aliado importante para el actual proceso de crecimiento del operador parte del grupo **Televisa**.

ALIANZA CON HITRON

Hitron es una de las grandes marcas en productos DOCSIS CPE con más de un millón de equipos al año en el mundo y World Wide Supply puede vender toda su amplia gama en toda la región, como así también brindar soporte técnico. Rodríguez ya había expresado oportunamente su entusiasmo por poder ser el brazo regional de una marca

tan importante y en estas condiciones para atender en forma completa a los clientes y dándoles mucho valor agregado.

El director de ventas de Hitron Americas, **Todd Babic**, también coincidió en la importancia de la alianza, diciendo que si bien hace 25 años que Hitron está en el mercado global, todavía hay regiones como Latinoamérica donde todavía tiene mucho por crecer e incrementar su presencia. Vale recordar que tiene sus plantas en Suzhou y oficinas regionales en Shenzhen en China, pero operaciones en más de 15 países.

World Wide Supply, por su parte, tiene seis oficinas en los Estados Unidos y regionales en México, desde donde salen todos los productos para Latinoamérica.

EQUIPOS WWS

La idea de Francisco Rodríguez es seguir creciendo y no sólo promover los productos

WORLDWIDE SUPPLY



CMA-39340



CMA-30360

de Hitron sino también los que tiene WWS como marca propia. Allí incluso tienen equipos ópticos muy económicos y con tres años de garantía.

WWS-HITRON: ACUERDO CON CABLEMÁS

Como expresaba **Francisco Rodríguez** a **PRENSARIO** en esta página, volvió a conseguir una gran entrada en Latinoamérica con **Cablemás** de México para los productos CPE de **Hitron**, además de otro operador tier 1 en Latinoamérica.

Sostuvo que la alianza con Hitron está funcionando en la región 'totalmente por encima de las expectativas', y que la alta performance de los equipos permite dar muchos valores agregados a los clientes.

Por su parte, **Alma Yadira Chávez Carrillo**, subdirectora de compras y logística de Cablemás, señaló: 'Hemos encontrado en **World Wide Supply** un gran socio para nuestras necesidades de productos *Docsis CPE* y estamos ansiosos por profundizar nuestra rela-

ción con esa empresa líder en CPE para nuestro millón de suscriptores de cable a lo largo de México'.

Además de la calidad en *Docsis 3.0* ofrecida por WWS, la versatilidad de los equipos es está atrayendo a los clientes. Por ejemplo, pueden elegir protocolos SIP o MGCP para aprovisionamiento de voz y los operadores tienen control completo para configurarlo. 'Creemos que toda la propuesta de valor de Hitron pegará fuerte en Latinoamérica y el Caribe. Los productos son accesibles pues llegan a un valor ganador producto de nuestra alianza con World Wide Supply como distribuidor internacional', agregó **Todd Babic**, Chief Sales and Marketing Officer de Hitron Technologies Americas.



Protegemos su contenido.
Protegemos su negocio.

En Safeview tenemos una prioridad, proteger sus contenidos contra cualquier ataque. Su negocio estará seguro con el respaldo de nuestra tecnología líder y la cercanía y capacidad de una red de soporte de total confianza que opera en 35 países.



Solución digital integral para cable, terrestre, satélite, IPTV, híbrida, OTT

SAFEVIEW: PROVEEDOR PARA SERVICIO DE TV INTERACTIVA DE TWISTER TELECOM

Twister Telecom, filial del Grupo Siete de México, trabaja desde 2010 con tecnología Safeview para la transmisión de sus señales, y ahora reafirma su alianza con nuevas opciones de interactividad para los usuarios.

Fernando Decena, director de Twister Telecom, explicó que la elección de la marca española Safeview se fundamenta en su 'capacidad competitiva en la innovación de desarrollo en telecomunicaciones muy acorde a las expectativas del mercado mexicano'. Esto se hace fundamental en un contexto de creciente demanda de tecnología, desde el distribuidor hasta el usuario final.

'Safeview nos ha proporcionado las herramientas necesarias para la transmisión de nuestras señales, con excelente calidad digital de audio y video, además de menús interactivos para organizar sus canales a su preferencia. Otra ventaja es que los equipos ofrecen un plus al suscriptor, al permitir ver sus propias películas, reproducir sus fotografías digitales y escuchar su música favorita a través de una memoria USB o un disco duro externo, así como la posibilidad de conectar un teatro en casa, lo que logra el efecto de sonido envolvente, que solo se disfruta en el cine', añadió Decena.

El mercado exige actualmente estar a la vanguardia en la recepción e interacción de imágenes a través de múltiples pantallas. Fernando Decena citó a la **Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)**, en cuyo último informe reportó que el tiempo de conexión diario de un internauta mexicano es de 4:09 horas y los hábitos de consumo a la hora de

ver TV han cambiado: 'Estamos conectados con nuestro Smartphone, Tablet o Laptop en simultáneo con la televisión, es más, el uso de Smartphone se duplicó respecto al 2010, pasando de un 26% al 58%'.

'Con estos datos sabemos que lo que nos pide nuestro usuario es poder acceder a más información de la película que está viendo, o tuitear el último show, postear el hashtag del momento, o comprar online el atuendo que viste una presentadora. Con el multiscreen pueden acceder a todo este contenido adicional desde cualquiera de sus dispositivos Android. Además de poder ver la TV en cualquiera de las estancias de su hogar a través de estos equipos', completó.

'Por ejemplo a nivel marketing se abre un nuevo mundo de posibilidades: la interacción con el cliente, sus gustos y aficiones, datos que las marcas están muy interesados en conocer. Nos dirigimos hacia una publicidad personalizada y que el usuario agradece, ya que solo recibe los impactos publicitarios por los que realmente está interesado.'

Finalmente, el ejecutivo expresó: 'Confiamos en la realidad actual de la tendencia interactiva y tenemos que unir ambas plataformas ya que son complementarias. El presente inmediato es la televisión conectada, IPTV y nosotros ya estamos desarrollando las herramientas innovadoras a través de nuestro socio en proyectos tecnológicos.'



QAM SNARE
 >> La tecnología de avanzada permite localizar y medir directamente los canales QAM que se filtran de la red

hunter

MOBILE WEBVIEW
 >> >>

CHANGE THE WAY YOU MAINTAIN YOUR NETWORK
 >> >>

Hunter usa Radar Technology para encontrar exactamente la causa y la localización del problema, sea Analog CPD, Digital CPD, acceso, o impulso de ruido.

01 Encontrando el error
 Hunter identifica la zona de la red donde se encuentra el error.

02 Pinpoint la fuente
 Utilizando la Quiver móvil, los técnicos pueden localizar el punto exacto del CPD.

03 Solucionando el problema
 Con localización precisa del CPD, los técnicos disminuyen, sustancialmente, el tiempo de solución del problema.

ARCOM DIGITAL
www.arcomlabs.com



Probable es el mejor valor en el mercado



Nueva one-stop solución para operadores por cable:

- ▶ Encoder para 12 canales a H.264/Mpeg-2 SD
- ▶ Encoder para 6 canales a H.264 HD con AC3
- ▶ Edge QAM/Scrambler de 24 frecuencias
- ▶ Controlar CAS/SMS con H.264 SD/HD STB

Para más información, por favor contacta con nuestro distribuidores:

| Empresa | Correo |
|----------------------------------|-----------------------------|
| LATINO TCA | irodriguez@latinotca.com.ar |
| VIDITEC | hcaudet@viditec.com.ar |
| NON STOP DE MEXICO S de RL de CV | Agustin@nonstop.com.mx |

Vamos a participar **CANITEC SHOW MEXICO** en **STAND # 200**, 29-31 de Mayo.

86-752-2086668

sales@wellav.com

www.wellav.com

ARCOM SUMÓ A LA INGENIERA MARÍA ALEJANDRA GALINDO

ACOMPANARÁ A GABRIEL LARIOS EN SU COBERTURA DE LA REGIÓN

Arcom empieza a crecer en servicio en la región a la par de sus buenas ventas en todos los países, siempre bajo la dirección regional de Gabriel Larios. Ahora sumó a la ingeniera María Alejandra Galindo, quien habló con Prensario sobre el desafío que representa.

‘Conozco a Gabriel desde el año pasado, aproximadamente desde julio. Gracias a él y a Arcom, me he sumado a esta gran empresa desde el 1 de noviembre de 2012. El desafío es bastante grande, ya que se basa en acompañarlo en la labor que él ha hecho durante años a nivel Latinoamérica. A nivel personal, es un gran reto el ampliar y buscar nuevos mercados, nuevos clientes y nuevas oportunidades.’

Antes de Arcom trabajó en la multinacional China Huawei Technologies por siete años. Comenzó como ingeniera de soporte de redes ópticas, luego gerente de proyectos y los últimos cuatro años en la empresa tuvo el cargo de gerente de cuenta de servicios.

Sobre lo que buscan los clientes, manifestó: ‘Debido a la gran demanda de servicios de los usuarios finales, los operadores latinos deben ir creciendo tecnológicamente con el fin de satisfacer dichas necesidades y a su vez, contar con proveedores que vayan de la mano y les brinden soluciones completas y que les generen valor.’

Sobre los nuevos productos de Arcom,



María Alejandra Galindo

expresó: ‘Lo más valioso es que los nuevos productos brindan herramientas que facilitan a nuestros clientes sus tareas de mantenimiento diarias, ayudándolos a ser proactivos y menos reactivos, para solucionar problemas en sus redes y previniendo afectaciones de servicio futuras, traduciéndose en usuarios finales satisfechos’. Y añadió que el objetivo es posicionar Hunter y QamSnare.

Completó sobre sus objetivos para este año: ‘Esperamos finalizar con éxito el gran proyecto que tenemos en México. De igual forma, conocer los clientes de Latinoamérica y posicionar los productos que tenemos.’

ANTRONIX: 250 MILLONES DE SPLITTERS

Milton Ulua de Antronix destacó que, tras un camino largo y exitoso, la marca está llegando a fabricar 250 millones de splitters, un compromiso que se cumple antes de cumplir los 20 años como fabricante.

Tiene clientes muy importantes en la región como Telefónica, que compra tanto los

taps como los splitters, que tienen una venta general pareja. Ahora Antronix espera entrar de la misma manera con Telmex y Claro. Tiene buenas expectativas para Canitec.



Felipe Ulloa de TVC y Milton Ulua, de Antronix

PERFECT VISION YA TIENE SU CENTRO DE DISTRIBUCIÓN PARA LATINOAMÉRICA

Perfect Vision abrió el 5 de enero en Orlando el centro de distribución para Latinoamérica, según destacó su director para la región, Joel Quiñones. Mide 50.000 pies cuadrados de almacén y el 80% del producto que maneja es para la región.

Tiene un grupo 12 personas trabajando de los cuales la mitad se dedica a estos países. En enero también abrió oficialmente la oficina de Brasil con Horacio Orozco y está en proceso la autorización de Anatel. Ahora ya tiene todo

establecido como empresa oficial en Brasil.

Además, ya está en la segunda fase de la fábrica en Argentina, para estar seguro de que tenga las mismas especificaciones de su cable internacional. Es un proyecto de 325.000 bobinas de cables. Ahí la idea además de vender local es distribuir a los demás países. Espera llegar a seis líneas de producción.

Con respecto a los próximos shows, Fabián Meza va a Punta Show, Joel Quiñones va a APTC y luego tendrán stand en Canitec de



Joel Quiñones

Ciudad de México como el año pasado, de dimensiones grandes.

AHORA USTED PUEDE ENTREGAR ECONÓMICAMENTE RFOG UTILIZANDO SUS ACTUALES CABLES COAXIALES EN MDU.



Podemos ayudarlo a diseñar su arquitectura para proveerle soluciones realmente económicas

Arquitecturas RFOG para MDU's (Multiple Dwelling Units). Lindsay Broadband tiene diferentes arquitecturas y componentes para entregar fibra óptica en plantas MDU. Nuestro nodo óptico RFOG MDU de alta salida para Interior/Exterior elimina la necesidad de separar los amplificadores de distribución de RF, lo que permite el despliegue de distribución de fibra óptica a lo largo de la MDU y también la utilización de la infraestructura coaxial existente al abonado. La arquitectura RFOG MDU abarca tanto las aplicaciones Green Field y Brown Field.



Soluciones Resistentes para Wireless, Ópticas y RF

LINDSAY BROADBAND

TOUGH TECHNOLOGY.

2035 Fisher Drive, R.R. #5, Peterborough Ontario, Canada K9J 6X6 Email: contactus@lindsaybroadbandinc.com
Phone: (705) 742-1350 Phone: (800) 465-7046 Fax: (705) 742-7669

POR SANDRA CONEJOS, DIRECTORA DE VENTAS (LATIN AMERICA & CARIBBEAN), DE AMINO COMMUNICATIONS

AMINO: POR QUÉ EL “COSTO TOTAL DE PROPIEDAD” ESTÁ DÁNDOLE FORMA A LA TOMA DE DECISIONES DEL OPERADOR EN LA SELECCIÓN DE PRODUCTOS



Sandra Conejos

Los operadores se enfrentan a numerosos desafíos a la hora de realizar una oferta competitiva en costos y que a su vez sea atractiva para los clientes. Alinear los diferentes elementos de la cadena de valor, gestionar y comercializar la amplia gama de contenidos que hoy exigen los consumidores y luego implementar con éxito un servicio sin problemas, pone a prueba a cualquier organización.

Hoy la lista de deberes a cumplir es un elemento clave que vemos emergiendo como un factor fundamental, no sólo en el despliegue inicial, sino también el futuro éxito del servicio. Cada vez más, vemos el debate en torno al “costo total de propiedad”, que reúne los costos operacionales directos e indirectos, incurridos en la prestación de servicios.

A menudo estos costos “indirectos” no se suelen considerar en los presupuestos iniciales. Sin embargo, con frecuencia hablamos con operadores que han visto --ciertamente no han previsto-- costos aumentando en espiral a medida que comienza con el despliegue de los servicios. Uno de los costos principales es *truck roll*, que consiste en el envío o visita repetida de ingenieros para resolver cuestiones técnicas, a menudo asociados con el set-top box. De vez en cuando, se trata de un error de consumo fácil de resolver. Pero con frecuencia, puede ser el propio dispositivo el que tiene la culpa, multiplicando el número de visitas y aumentando rápidamente los costos.

En Amino, hemos investigado cómo superar

este problema. Después de todo, dos o tres visitas de un ingeniero pueden casi duplicar el costo de la caja en sí, y una epidemia de fallas de caja pueden descarrilar rápidamente el presupuesto de implementación, incluso aquellos con los controles más estrictos.

Un cálculo sencillo puede demostrar cómo escalan los costos rápidamente. Tomemos por ejemplo una red típica con 10.000 clientes dónde tenemos un RMA de entre un 3 y un 5% a 100 dólares la hora, estaríamos fácilmente en 50.000 dólares por encima de nuestro cálculo inicial, solo en la visita de los ingenieros.

A menudo estas cifras no se tienen en cuenta en los presupuestos o especificaciones originales, donde el costo del set-top box es a menudo la principal consideración. Nuestro diálogo con los operadores nos hizo pensar a este elemento como una parte importante del costo, como consecuencia hemos implementado una serie de mejoras en el software y la calidad de la construcción para bajar realmente los costos por RMA, y a su vez el costo de las implementaciones.

Hoy en día, nuestra tasa de RMA se ha reducido por debajo de 0,02%, que es el equivalente a sólo dos cajas en un despliegue de 10.000 cajas. Estamos tratando de mejorar esto, pero creo que estamos liderando la industria en este importante (y a menudo pasado por alto) elemento en el presupuesto de implementación.

Este factor cobra mayor importancia en aquellos casos donde los operadores ofrecen a sus clientes la auto-instalación. En este enfoque el costo es bastante competitivo ya que se reducen los costos de instalación, pero puede desencadenar un vistas repetidas de ingenieros que deben probar y verificar equipos defectuosos o, simplemente, difíciles de instalar. Los costos adicionales incurridos de esta manera pueden alterar el plan de negocios.

Por supuesto, hay otras cuestiones a tener en cuenta: por ejemplo otro de los puntos a tener en cuenta son las licencias con las que cuenta el proveedor de de STB ya que no todos cuentan con las licencias de software necesarias.

Además, es importante saber si su proveedor cuenta con el apoyo técnico y garantías adecuados

en el lugar de la instalación para proporcionar el asesoramiento adecuado y ofrecer soluciones a los problemas que puedan surgir.

Hemos elaborado la siguiente lista de los elementos clave para asegurar que el costo total de propiedad sea tenido en cuenta en la toma de decisiones:

TCO (COSTE TOTAL DE PROPIEDAD)

LISTA DE VERIFICACIÓN:

- Compruebe el RMA de un fabricante. Aquí se debe averiguar los costos adicionales en los que se incurriría (por visitas de ingenieros), si las tasas de falla son altas-

- Compruebe licencias ¿Su proveedor tiene todas las licencias de software necesarias para la implementación exitosa en su lugar? Si no, entonces usted podría enfrentar costos adicionales sustanciales

- Compruebe cuán sólido es el dispositivo ¿Es posible que el cliente dañe al el dispositivo por poseer una carcasa barata? ¿Qué tan a prueba de manipulación es el dispositivo? Los clientes a menudo recurren a tácticas de hágalo usted mismo si tienen problemas, y esto en definitiva puede resultar en el daño del dispositivo

- ¿Qué tipo de garantía técnica tiene usted? ¿Qué cubre? y ¿Cuánto tiempo demora su ejecución? ¿Qué tipo de asistencia técnica se ofrece? Cuando usted necesita ayuda especializada, está disponible?

En conjunto, estas preguntas (y las respuestas de los proveedores) ayudarán no sólo el éxito inmediato, sino también a mediano y largo plazo y a calcular la rentabilidad de un despliegue.



Viaccess-Orca's TV Everywhere solution: the ultimate personalized, consistent, secured content experience on any device!

Personalized - customized for each screen, with integrated content discovery.

Support for managed and unmanaged (OTT) delivery services - enabling end-to-end workflow management.

Advanced content and rights management - across all content types and device types.

A unique combination of Pay TV and IP video experience.

www.viaccess-orca.com



Shape the ultimate content experience **viaccess-orca**

NAGRA: PREPARANDO EL CAMINO PARA EL NUEVO ECOSISTEMA DE LA TV DIGITAL

'EL MOMENTO ES AHORA'

La visión de la televisión paga está evolucionando a un ritmo acelerado y, en los próximos años, la industria experimentará una transformación significativa, ya que una nueva generación de servicios está ganando adhesión entre los consumidores. Después de haber logrado exitosamente la transición de lo analógico a lo digital y la introducción de la televisión de alta definición, DVD y VOD, los proveedores de televisión paga ya están consolidados. Brindando su servicio mediante redes satelitales, por cable o por IPTV, se encuentran en una etapa importante de su desarrollo. Ahora deben enfrentar los nuevos desafíos que impone el nuevo ecosistema de la televisión digital, que va más allá de los servicios de televisión, para abarcar una verdadera 'experiencia de hogar conectado'. Esto sucede particularmente en mercados como América del Sur.

Con la impresionante adopción de dispositivos por parte del consumidor, combinados con una disponibilidad en aumento de redes de banda ancha que respaldan la transmisión de video, el hogar conectado se está convirtiendo rápidamente en una realidad. Como resultado, se espera que los servicios de televisión paga evolucionen significativamente en los próximos años para tratar esta necesidad. Para proporcionar a los televidentes una experiencia televisiva en múltiples pantallas que los conectan con lo que les interesa, ya sea medios o servicios, es necesario estar al frente y ser el centro de

una estrategia del proveedor de servicios para proporcionar valor a los suscriptores. De esta manera se podrá combatir la emergente competencia de servicios OTT y limitar el churn.

Las tecnologías de multipantalla, portales, protección de contenidos y *cloud technologies* de proveedores líderes como Nagra están disponibles hoy para ayudar a los proveedores de servicios a brindar estos nuevos servicios de manera exitosa y desarrollar nuevos modelos de negocio. Aprovechar la infraestructura existente e implementar nuevos servicios en el dispositivo del cliente, siempre que sea posible, será una excelente alternativa para proporcionar la última generación de servicios de televisión paga. El objetivo del operador es proporcionar a sus suscriptores nuevas formas de acceder, consumir e interactuar con el contenido mientras se aumenta la satisfacción del cliente, se incrementa el ARPU (Average Revenue per User) y se limitan sus inversiones.

CONTEXTO Y DESAFÍOS CLAVE

Los nuevos dispositivos conectados a banda ancha mediante WiFi o redes móviles 3G (a las que pronto se le unirán las 4G) están transformando la forma en que los televidentes se relacionan con el contenido audiovisual. Las nuevas pantallas proporcionan medios alternativos para mirar televisión (tanto programas en vivo como VOD), y las nuevas aplicaciones permiten a los televidentes interactuar con el contenido de nuevas maneras, como por ejemplo, compartir recomendaciones y experiencias a través de las redes sociales.

Además, los teléfonos inteligentes, los equipos portátiles y las tabletas se están usando cada vez más junto a la pantalla de televisión principal como 'segunda pantalla' o 'de acompañamiento'. Utilizados para tener acceso a la información adicional sobre los programas de televisión, navegar por la guía electrónica de programas (Electronic Program Guide, EPG), para buscar más contenido, o vista como un

control remoto más eficiente, esta 'segunda pantalla' se está integrando rápidamente en la experiencia de mirar televisión, atrayendo y conectando más a los televidentes a todas las formas de contenido.

También es cada vez más importante que los dispositivos habilitados para IP estén conectados entre sí dentro del hogar. Los dispositivos que van más allá de los STBs tradicionales, como los Gateways, pueden garantizar el acceso y la distribución de contenidos y servicios a cualquier dispositivo IP conectado en la red del hogar.

Los operadores de cable, satélite e IPTV tienen relaciones ya arraigadas con sus clientes, lo que los coloca en una buena posición para aprovechar al máximo los nuevos servicios. Sin embargo, para sobrevivir y prosperar en este entorno cambiante, los operadores necesitan actualizar sus plataformas para equiparlas completamente y manejar el nuevo ecosistema de la televisión, al ofrecer a sus clientes una visión de contenidos de alta calidad en cualquier pantalla, en todo momento y en todo lugar.

LO QUE OFRECE NAGRA

Para Nagra, la tecnología que sostiene y da forma a la experiencia televisión del futuro se encuentra en la plataforma *Nagra MediaLive Multiscreen*. Esta plataforma es una solución multipantalla integrada que incluye todos los componentes necesarios para llevar la experiencia de mirar televisión al siguiente nivel. Les ofrece a los proveedores de servicio todo lo que necesitan para crear una exitosa oferta Multipantalla de televisión de última generación.

Nagra MediaLive Multiscreen está creada sobre componentes clave que proporcionan una base sólida y necesaria para ofrecer servicios de conexión doméstica de última generación. Incluye la última generación de Middleware OpenTV (OpenTV5), la solución DRM de Nagra (*Nagra MediaAccess PRM*), un reproductor seguro para dispositivos abiertos (*Nagra Media Player*) y la plataforma de servicios *MediaLive*.

OpenTV5 es la plataforma convergente de



Entrega de Video IP Múltiple Pantalla

Transcoding. Packaging. Ad Insertion.

No importa si necesitas entregar video a smartphones, tablets, PCs, TVs o talvez a todos, RGB Networks puede ayudar a dejar tu despliegue mucho más sencillo minimizando posibles dolores de cabeza operacionales.

RGB ofrece la única solución con capacidad y escalabilidad para soportar las demandas de los proyectos en múltiple pantalla—grandes o pequeños. La confiabilidad y gerencia de la plataforma modular Video Multiprocessing Gateway (VMG) de RGB, combinada con una solución integrada para transcoding, empaquetamiento y capacidad de inserción de comerciales en bitrate adaptativo, proveen una solución ideal y transparente en la entrega y generación de ingresos en servicios de video de calidad premium.

Sus abonados están demandando por video en cualquier dispositivo. Aprenda como puedes entregarlos con la oferta única de RGB.



Aprenda más en nuestro website y blog: www.rgbnetworks.com/blog

Visítenos en CANITEC 2013 booth #232



Nagra UserExperience for TV (Guide)

>> Continúa en la página 94



Nagra HomeCruise microGateway UserExperience

medios de última generación de Nagra, que admite STBs avanzados y Gateways domésticos. Combina la última tecnología basada en Internet con el know-how de Televisión Digital bien establecido de NAGRA para crear una plataforma modular, flexible y rica en características, con seguridad incorporada. Ofrece a los Proveedores de Servicio mayor facilidad para crear nuevas aplicaciones, implementar las mismas rápidamente a través de un "Framework" de cliente HTML5 que proporciona altos niveles de flexibilidad al crear interfaces de usuario y simplifica la creación por múltiples pantallas.

Los proveedores de servicio también pueden impulsar las capacidades de gateway de OpenTV5 al usar la plataforma Nagra HomeCruise. Esta solución visionaria no solo aborda las necesidades de los proveedores de servicio de brindar servicios de televisión de avanzada y transmitir el contenido en el hogar en cualquier dispositivo, sino también permitirá, con el tiempo, la administración de dispositivos domésticos inteligentes, con experiencias de usuarios personalizadas y consistentes. También tratará la necesidad creciente de control y de seguridad doméstica y, finalmente, brindará servicios de automatización del hogar. Como la primera implementación del Gateway, el HomeCruise microGateway de Nagra, permite a los proveedores de servicio distribuir canales de transmisión en vivo en un entorno seguro a través del WiFi a una variedad de dispositivos habilitados para IP dentro del hogar, como tabletas, teléfonos inteligentes, decodificadores de IP y computadoras personales sin inversión en infraestructura por parte del operador.

Gracias a su capacidad de transcodificación de broadcast a IP, los proveedores de servicio pueden desplegar la solución de manera rápida

y eficiente sin que su infraestructura de red sea una barrera. NAGRA ve en Latinoamérica una región con mucho potencial para este producto.

Thierry Martin, director regional de Nagra para América del Sur, afirmó: 'HomeCruise microGateway es la adaptación perfecta para ayudar a nuestros clientes a abarcar la visión de hogar conectado de manera rápida y eficiente. Permite a los televidentes tener acceso al contenido de transmisión de alta calidad en una variedad de dispositivos y prácticamente sin costo de red para el proveedor de servicios. Realmente es una solución en la que todos ganan.'

La protección del contenido y la seguridad son, por supuesto, fundamentales para el éxito de las ofertas multipantallas ya que se encuentran en el centro de las soluciones de Nagra. Nagra MediaAccess PRM, la tecnología DRM para proteger el contenido transmitido, ofrece el nivel más alto de seguridad y está respaldado por los estudios líderes de Hollywood. Junto a la solución para los dispositivos abiertos, Nagra Media Player (NMP), brinda a los proveedores de servicio la tecnología necesaria para llevar sus mejores contenidos de televisión a los dispositivos portátiles, al crear más oportunidades de participación con sus suscriptores. Finalmente, la plataforma de servicios MediaLive de Nagra garantiza una fácil gestión de suscriptores, usuarios, dispositivos y modelos comerciales, como también la integración de servicios de avanzada, como Guías de Programas (EPG), búsqueda y recomendación, televisión social y publicidad dirigida.

SEGURIDAD EN EL CENTRO DE LA SOLUCIÓN

Proporciona a los operadores las herramientas que necesitan para gestionar, garantizar y operar (desde una plataforma simple) una amplia gama de servicios de medios por múltiples redes de entrega (broadcast, IP gestionada, Over the Top (OTT) y móviles), dispositivos (STBs, Televisores conectados, Computadoras, Tabletas y Teléfonos) y tipos de contenido.

Al usar la plataforma de servicios MediaLive



Nagra UserExperience

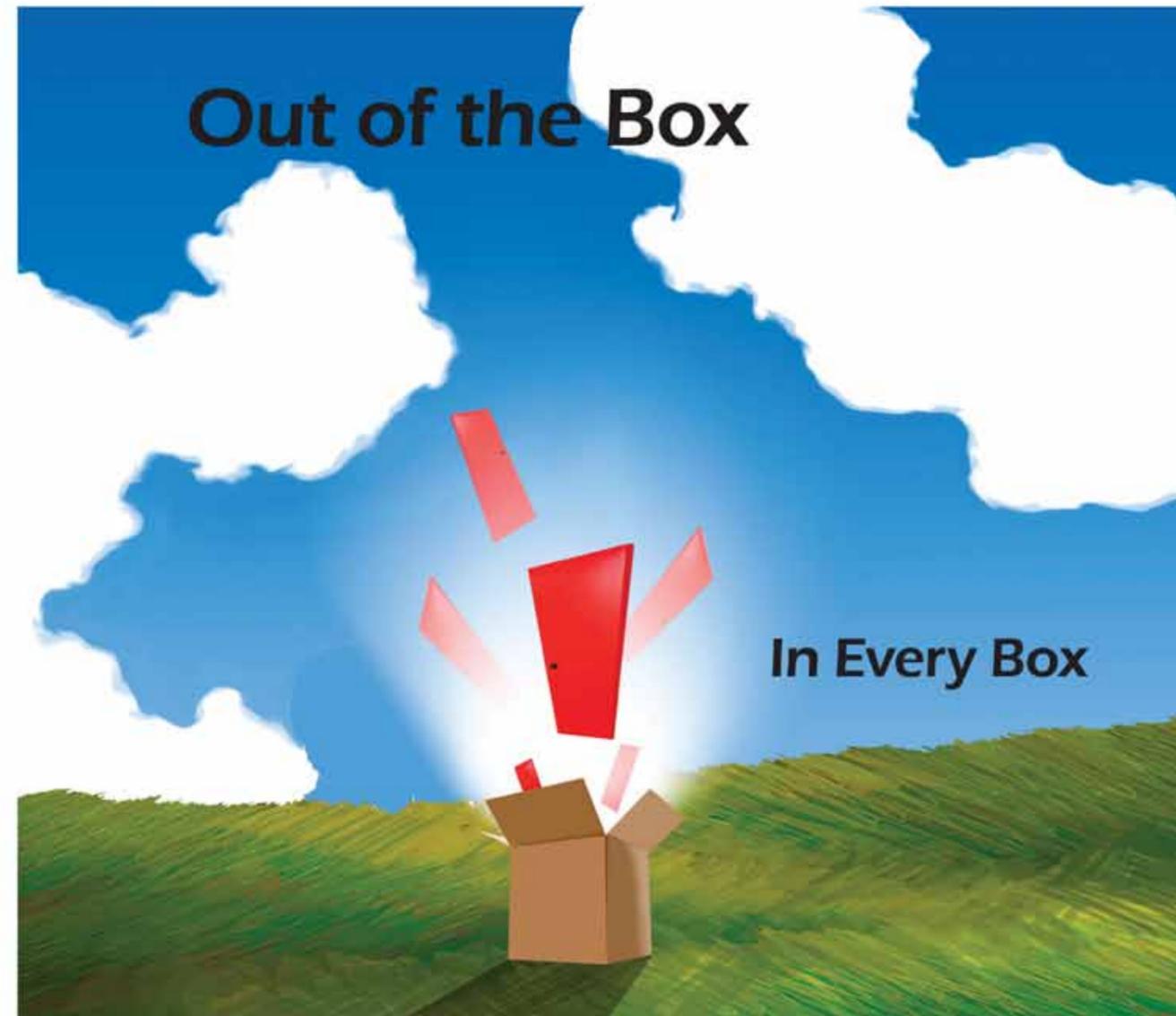
de NAGRA, los operadores pueden crear nuevos flujos de ingresos mediante la introducción de modelos comerciales innovadores y la monetización de nuevas aplicaciones. Soporta la suscripción, pay-per-view, pago por tiempo, a la carta, compra basada en eventos, promociones y publicidad dirigida. Al garantizar una experiencia del usuario consistente a través de diferentes dispositivos, la plataforma también hace que el descubrimiento y el consumo del contenido sean más fáciles y personales, lo que debe llevar a la generación de ARPU en aumento.

EL MOMENTO ES AHORA

La visión para el ecosistema de la TV digital del futuro es una en donde los televidentes pueden disfrutar de su contenido preferido dentro y fuera del hogar, en una amplia gama de dispositivos habilitados para IP, en donde una experiencia de usuario común les permite cambiar de un dispositivo a otro en forma simple (por ejemplo, comenzar a mirar un programa en la pantalla de televisión y, luego, retomar desde donde dejó en una tableta). También es una visión que va más allá de los servicios de televisión tradicionales.

El hogar conectado es el futuro de la televisión paga, y los operadores establecidos están bien posicionados para aprovechar todo lo que tienen para ofrecer si lo hacen en el momento justo. El aumento de las inversiones basadas en los componentes de tecnología modular de última generación para maximizar el potencial de su infraestructura existente, les permitirá llevar los servicios de hogar conectado y multipantalla al mercado de manera rápida y con un bajo costo.

El empleo exitoso de los elementos relacionados en este nuevo ecosistema aumentará la lealtad de los clientes, reducirá el churn y aumentará el ARPU, en la medida que se vayan introduciendo nuevos modelos comerciales.



Cost effective innovations are the hallmark of every Antronix design. More than 30 years of expertise in designing and engineering are in every product we build, whether it's our industry leading splitter designs, advanced MoCA and VoIP optimized residential amplifiers, or our Reverse Conditioning E-Option Taps and Faceplates.

Our "Design for Manufacturing" philosophy ensures high yield production at minimal costs. Proven field reliability and excellent reputation for quality positions Antronix as a leader in developing industry-leading products that meet the challenges of today's and tomorrow's HFC Networks.

At Antronix **creating value is just part of the package.**



APTC 2013: OFERTAS MÁS ACORDES A LAS NECESIDADES DE LOS OPERADORES DEL PERÚ

La V Cumbre organizada por la **Asociación Peruana de Televisión por Cable (APTC)** congregó este año a más de 30 expositores y 350 participantes en la expo y conferencias técnicas, que tuvieron lugar en las instalaciones del selvático Hotel Río Shilcayo y el Centro de Convenciones Aqua de Tarapoto, provincia de San Martín.

La entidad reclama fuertemente que los operadores independientes de Perú puedan transmitir el fútbol peruano. Por eso, la primera jornada inició con una rueda de prensa en la que el presidente de APTC, **Ovidio Rueda**, y el vicepresidente, **Demóstenes Terrones**, denunciaron a **Go!TV**, del empresario uruguayo **Francisco Casal**, que tras cerrar un acuerdo de exclusividad con **Telefónica**, impide a los independientes contar con dicha programación (ver nota aparte).

Desde la organización se mostraron 'muy satisfechos' con el desarrollo de la Cumbre y adelantaron que para el próximo año la sede se debate entre Lima y Cuzco, donde fue la primera vez y aportó un escenario imponente al que muchos expresaron su deseo de volver.

De las conferencias técnicas, fue destacada la participación del **Ing. Tomás Delgado** que, con el auspicio de **Scientific Satellite**, dio una capacitación para los operadores sobre



Demóstenes Terrones, gerente general de Best Cable, y Mauro Zamora

digitalización, la incorporación de nuevos servicios como VOD y OTT, y la importancia para los pequeños operadores de mantenerse actualizados.

Mencionó que la digitalización permite, entre muchas otras ventajas, la posibilidad de incrementar la cantidad de canales, minimizar el ruido en la transmisión, hacer un uso eficiente de las redes y ofrecer servicios a la altura de las nuevas tecnologías de los televisores. En este sentido, afirmó que 'el milagro de la digitalización está en la comprensión'. Los estándares, MPEG 2, MPEG 3, MPEG 4 y ahora el último MPEG 5, permiten 'ahorrar información aprovechando la redundancia de la imagen'. Algo similar a lo que hace el ojo humano con la información estática.

Como conclusión, se puede afirmar que este año se avanzó un paso en el entendimiento de lo que necesitan, buscan y esperan los pequeños y medianos operadores para sus sistemas. En cuanto a tecnología, los proveedores están comprendiendo la importancia del soporte técnico y capacitación sobre sus productos. No sólo a la hora de venderlos, sino una vez adquiridos. En este sentido, se hace fundamental contar con ingenieros locales que puedan prestar toda la asistencia requerida por los operadores, que comienzan a animarse a las nuevas tecnologías que les brinda el mercado.



Georgette Robles Palomino, ejecutiva de ventas de Manager International Channels (MIC), junto a Maribel Riega Colacci y Miguel Lobos, ejecutivos de ventas de los canales Mi Cinema y Mi Música, de Satellite Solution



Jorge Vargas y Henri Okumura, de Econocable



Francisco Rivero, Sandro Rivero y Alejandro Aguilar, de TVSAM



Mario Molins, Sr Account Manager de HBO LA, Fernando Figueroa, director de relaciones con afiliados de HBO LA, Jesús Angulo, gerente de Cablevisión, Daniel Llewellyn-Jones de HBO, y Fernando Peña Vidalón, de Cablevisión

PRENSARIO conversó con ingenieros de las empresas que proveen televisión por cable en el interior del Perú, quienes expresaron que esta edición en Tarapoto confirmó que la cumbre se ha descentralizado, permitiendo que los operadores de las distintas regiones del país puedan actualizarse y conocer nuevas tecnologías.

Destacaron que, además de activos y pasivos --cables y fibra óptica, con sus accesorios-- que es lo que solían ver en esta feria, este año se sorprendieron al ver en los stands ferretería como RACS. También valoraron la oferta de estabilizadores, fuentes ACDC y soluciones de alta precisión para la protección de los equipos electrónicos, como los estabilizadores ferromagnéticos que les permiten funcionar en

Sigue en pág. 98



Telecommunications and CATV Products

Supply Chain Management Experts

People You Can Depend On

eCommerce Solutions

Global Distribution Network



Inventario permanente: una manera de mostrarle que **trabajamos donde Usted trabaja.**

+1 901 866 5116 | www.ptsupply.com | export@ptsupply.com | Your Supply Chain Partner

Las grandes marcas que nos respaldan

- | | |
|--|--|
| <p>CATV Alpha Technologies Arcom Arris /Regal /Motorola ATX Networks Belden /Thomas & Betts Cable AML CISCO /Scientific Atlanta Gilbert Harmonics Holland Electronics IBBS iNovo Lindsay Broadband Opterna (AM Networks) Pico Digital RGB Networks Stern Electronics Teletynx Viewteq Viking Satcom /GalAmp/Patriot</p> | <p>HARDWARE AND MISCELLANEOUS A.B. Chance Allied Bolt Canusa Central Wire Dura-Line HellermannTyton Louisville Ladder Maclean Power Systems /Senior National Strand Preformed Line Products (PLP) Starline Telecrafter Products USA Band Werner Ladder Wire World</p> |
| <p>ELECTRONICS AND TELECOMMUNICATIONS Adtran Amino Comtrend CXR Larus Dotix Enensys Fujitsu GarrettCom Hai-Vision iNovo MikroTik Netgear Sitelle Telco Systems TKH Security Transition Networks Ubiquiti</p> | <p>OSP AND INFRASTRUCTURE 3M Alpha Technologies Argus Bourns Channell Charles Industries Clearfield Corning Electric Motion Energys Erico Haze Battery L-Com Multilink Newton Opterna PLP Rettal Siemon Suttle TE Connectivity Telect TII Network / Porta Systems Transition Networks</p> |
| <p>WIRE AND CABLE AFL Belden Corning General Cable OCC Perfect Vision PPC Prysmian /Draka Submarine Cables Sumitomo Superior Essex Times Fiber Communication (TFC) Vericom</p> | <p>TEST EQUIPMENT AND TOOLS AFL Anritsu Fitel Fluke GMP Greenlee Communications JDSU Klein Tools Lemco Tool Corporation Ripley Sumitomo Sunrise Trilithic</p> |

APTC 2013: OFERTAS MÁS ACORDES A LAS NECESIDADES DE LOS OPERADORES DEL PERÚ

Viene de pág. 96

cualquier parte del país. En lo que respecta a las señales, los grupos internacionales como Fox International Channels, Disney, Chello Latin America, Viacom, Discovery, BBC, HBO y los regionales como Global Media y Signal, han aprendido que la forma de acercarse a los operadores independientes del Perú es a través de opciones y ofertas accesibles económicamente, que les permitan a los clientes probar el desempeño de las señales y comenzar a mostrar sus capacidades de pago a los proveedores, para luego sí pensar en avanzar con las últimas novedades disponibles que funcionan en los mercados más grandes de la región. En este sentido, los clientes comentaron que buscan paquetes económicos para satisfacer las necesidades de los abonados. Explicaron que esto ayuda a los pequeños sistemas que aún no están formalizados, facilitando esta posibilidad. Remarcaron y valoraron que en la expo



Milena Celis, ventas regionales de Azteca TV, junto a Eliseo Puerta, de TV Cable Mosche

encontraron una mayor oferta de alternativas más acordes a sus necesidades. La V Cumbre de la APTC volvió a mostrar la avidez de los peruanos por conocer y entender las nuevas tecnologías y posibilidades que abre la digitalización. Sin embargo, introducir soluciones o plataformas de vanguardia es algo que lleva su tiempo y que las empresas sólo pueden lograr con una presencia constante en este tipo de convenciones. Soporte técnico, capacitación y presencia local resultan valores agregados claves a la hora de elegir a los proveedores. Se espera que el próximo año, ya sea en Lima, Cuzco o cualquiera de las pintorescas provincias del Perú, la feria siga creciendo en asistencia y llame la atención de nuevos expositores que entiendan las necesidades de los independientes y empiecen a buscar su lugar en este mercado que año tras año busca actualizarse y ampliar



Manuel Reveiz, gerente de ventas región andina, y Andrés Sánchez, ejecutivo de cuentas región andina, de MTV (Viacom), junto a Mónica Demitriades, ejecutiva de cuentas de Pay TV Solutions

sus capacidades para atender a un mayor número de hogares. Edgar y Rosa Carrasco, de Scientific Satellite, se mostraron muy satisfechos con el desarrollo de la expo. El stand, siempre lleno de clientes, destaca la solución Cinebox desarrollada por Pico Macon, además de otros sistemas para la digitalización de las cabeceras.



Piedad Martínez, de Global Media, junto a Dante Inga y Neizer Pizango, de Cable Yurimaguas



Mauro Tolosa, director de venta a afiliados de Fox International Channels, Patricia Franchini, directora ejecutiva de trade marketing, y Fernando Leigh, jefe de marketing Perú

APTC: FUERTE RECLAMO A GOL TV EN EL INICIO DE LA V CUMBRE

La V Cumbre de la APTC inició con una conferencia de prensa donde las autoridades de la asociación enfatizaron su reclamo de "democratización" del fútbol peruano. Ovidio Rueda, presidente de la APTC, junto a Demóstenes Terrones, vicepresidente, denunciaron a la señal Gol TV, presidida por Francisco Casal, que llegó a Perú 'con la promesa de democratizar el fútbol peruano', pero finalmente cerró un acuerdo de exclusividad con Telefónica, por lo que los operadores independientes que proveen el servicio de TV por cable a casi 150.000 abonados, continúan sin acceso a dichas transmisiones. Según expresó Rueda, Casal estableció un mínimo de 700.000 abonados para incluir la señal en los sistemas independientes, una cifra que resulta 'inalcanzable' para ellos. 'Nos comprometimos llegar a 200.000 hogares', remarcó el

presidente y convocó a los sistemas informales y a aquellos que aún no se han integrado, a que lo hagan para 'sumar fuerza'. Gol TV cuenta con una señal de fútbol internacional y otra de fútbol local. Al ingresar a Perú, estableció un contrato con Telefónica y sólo permitió a los sistemas independientes transmitir la señal de fútbol internacional. 'De esta manera, sólo 3 millones de abonados pueden acceder al fútbol local, lo que nos deja sin posibilidad de competir', expresó Terrones. Además, reclamó a los sistemas informales que 'bajan las señales de fútbol de manera ilegal y cobran la irrisoria suma de 25 soles (9,50 dólares) por el servicio, lo que nos hace perder suscriptores a los operadores formales'. Sobre la V Cumbre, Rueda remarcó el objetivo de 'continuar formando' a los ingenieros de los sistemas de cable para que 'se actualicen



Ovidio Rueda y Demóstenes Terrones

sobre las nuevas tecnologías'. Además, siguen apostando a ampliar la base de socios con el objetivo de alcanzar los 200.000 abonados entre todos sus miembros. Además del reclamo a Gol TV, la Asociación sigue en su gestión y pedido al gobierno por una ley que incluya las transmisiones del fútbol peruano en la televisión pública, como quedó manifestado el año pasado, en la cuarta cumbre que se realizó en Arequipa.

MULTI-NETWORK REVENUE SECURITY FOR PAY-TV



Verimatrix specializes in securing and enhancing revenue for multi-network, multi-screen digital TV services around the globe. The award-winning and independently audited Verimatrix Video Content Authority System (VCAS™) and ViewRight® solutions enable cable, satellite, terrestrial, IPTV and OTT operators to cost-effectively extend their networks and enable new business models.

Visit us at these events:

- Canitec 2013
May 29-31 • Mexico City
- The Cable Show/NCTA 2013
June 10-12 • Washington DC
- NexTV Summit South America 2013
June 25-26 • Buenos Aires

www.verimatrix.com



CORPETEL PRESENTÓ AL NUEVO GERENTE DE VENTAS

En lo que respecta a **Corpetel**, otro de los grandes stands de la feria, su presidente, Demóstenes Terrones, presentó al nuevo gerente de ventas, **Gerardo Rodríguez**, especialista en telecomunicaciones, para llegar con 'mayor énfasis' a sus clientes.

Entre sus productos, se destacan las antenas parabólicas, equipos de alta calidad como amplificadores **Motorola**, **ACI**, **Alpha** y su marca propia **FTD Network**.

Terrones resaltó que los operadores se 'han mostrado interesados' interesados en los equipos de planta externa KTD y las nuevas tecnologías en fibra óptica.

'En Perú tenemos un lugar ganado pero tenemos que estar a la vanguardia. Veo la feria muy concurrida y queremos que cada vez sea mejor', enfatizó el ejecutivo.



Demóstenes Terrones, gerente general de Corpetel, junto a su esposa, Mavela Quispe y los ejecutivos de ventas: Gerardo Rodríguez, la nueva incorporación, y Abel Bello, y Marina Terrones, encargada de marketing

POWER PIC: PROTECCIÓN DE EQUIPOS ELECTRÓNICOS

Power Pic es una empresa peruana con más de 20 años en el mercado, especializada en la fabricación equipamiento de alta precisión para la protección de equipos electrónicos.

Jaime Rojas Aguirre, gerente de Power Pic, participó de la Cumbre de la APTC con un stand en el que mostró sus principales productos: estabilizadores ferrosresonantes, transformadores y fuentes ACDC DC-DC e inversores de voltaje.

'La empresa está integrada por profesionales de ingeniería electrónica, eléctrica y mecánica. Nos enfocamos en brindar a nuestros clientes soluciones integrales, para cubrir y mejorar la disponibilidad, operatividad y eficacia de su suministro eléctrico', explicó el ejecutivo.

'Tenemos una solución para que los equipos funcionen en cualquier región del Perú. Y también estamos presentes en Bolivia, a través de Amper, distribuidor de soluciones de energía. Perú y Bolivia tienen muchos problemas eléctricos y por eso requieren de nuestros servicios', concluyó Jaime Rojas.



Mario Porto Carrero y Vanessa Arévalo, junto a Jaime Rojas Aguirre, gerente de Power Pic

SCIENTIFIC SATELLITE: BUENA REPERCUSIÓN DEL CINEBOX DE PICO DIGITAL

Scientific Satellite tuvo una presencia destacada en la V Cumbre de la APTC en Tarapoto como lo hace todos los años, donde auspició la cena show con la que se cerró la expo de dos días.

Edgar y Rosa Carrasco estuvieron en el stand de Scientific Satellite, donde regalaron helados a los visitantes, y se mostraron muy contentos con el desarrollo de la expo. La empresa destacó la solución **Demo Cinebox**, cabecera digital desarrollada por **Pico Digital**, además de otras soluciones digitales para cabeceras como IPQT-12: IP a QAM, SQT: DTH a QAM, XTC: DTH a QAM para MDU, SVT: Transcoder A/V- MPEQ-2/4.

Además, llevó al **Ing. Tomás Delgado** quien dio una capacitación para los operadores sobre digitalización, la incorporación de nuevos servicios como VOD y OTT, y la importancia para los pequeños operadores de mantenerse actualizados. Mencionó que la digitalización permite, entre muchas otras ventajas, la posibilidad de incrementar la cantidad de canales, minimizar el ruido en la transmisión, hacer un uso eficiente de las redes y ofrecer servicios a la altura de las nuevas tecnologías de los televisores.



Edgar Carrasco, de Scientific Satellite, y Edgar Martínez



Walmer Balverde, Fernando Rosa, Giselle Carrasco, y Hugo Valenzuela, de Pico Digital, en el stand de Scientific Satellite

FYCO: RELANZAMIENTO CON TECNOLOGÍA HFC

FYCO estuvo presente en Tarapoto con su última incorporación, **Luis Cano**, muy conocido en la industria de TV por cable peruana por su trayectoria en la APTC.

Él junto a **Fidoll David Moreno**, de **Broadband International**, comentaron a **PRENSARIO** que apuntan a ofrecer diferentes equipamientos y sistemas 'para clientes que buscan soluciones completas' en materia de fibra óptica, coaxiales, amplificadores y electrónica para actualizar sus servicios.

'En esta edición de la Cumbre, relanzamos FYCO para mostrar tecnología para HFC, con la representación de marcas importantes', afirmó Cano.



Edgar Juárez, de Broadband International, Luis Ramírez, Giancarlo di Zio, Eduar Juárez y José Dionisio en el stand de Corpetel

Eficiencia Comprobada

Más del 50%

de la señal de TV digital brasileña es transmitida por los equipos de **Hitachi Kokusai Linear**.



Transmisores ISCHIO TV UHF

ISDB-T • Alta Potencia • Enfriados por Líquido

Los transmisores ISCHIO TV UHF, enfriados por líquido, ofrecen excelente linealidad de la señal, alta MER, baja temperatura del Cold Plate y operación silenciosa.

La línea ISCHIO TV Líquido cuenta con equipos de 1kW a 12kW de potencia y posee una lista de opcionales que pueden ser instalados en el equipo de acuerdo a la necesidad de cada emisora.



Amplificador de potencia de 500w banda ancha y súper compacto.

Sistema de refrigeración en un único sistema externo al transmisor.

Sistema de acoplado rápido en las conexiones de intercambio de fluidos.

Confianza. Calidad. Innovación.

¡Soluciones de Radiodifusión, Video y Comunicación del Brasil para el Mundo!

Transmisores | Excitadores | Multiplexores | Encoders | Gap-Fillers | Microondas | Radios Digitales | Cámaras Broadcast

DIGITAL • ANALÓGICO



• SEDE GLOBAL - SANTA RITA DO SAPUCAÍ-MG - BRAZIL
Tel.: +55 (35) 3473-3473

• SÃO PAULO - BRAZIL
Tel.: +55 (11) 3541-3244

• BELO HORIZONTE - BRAZIL
Tel.: +55 (31) 3212-4899

exportacao@linear.com.br
www.linear.com.br

HITACHI
Inspire the Next

WELLAV: UN BUEN SOPORTE HACE LA DIFERENCIA

JUNTO A TCA EN PERÚ, Y NON STOP EN MÉXICO

Diego Tanco, manager de ventas para Latinoamérica de Wellav Technologies, estuvo presente en la Cumbre de la APTC junto a su distribuidor en Perú, Latinoamericana TCA, donde además de recibir clientes, dio una conferencia técnica para los ingenieros.

Wellav ofrece una solución digital de punta a punta, desde el headend hasta el abonado, pasando por el sistema de codificación. En Perú, Tanco encontró un 'gran interés por parte de los operadores', pese a ser un 'mercado inmaduro en tecnología digital', donde ingresar con sus soluciones puede llevar hasta dos años de trabajo, manteniendo siempre conversaciones con los operadores indepen-

dientes de TV por cable.

Luego de un intenso trabajo de conocimiento del mercado se empiezan a ver buenos resultados. Tanco afirmó que ya tiene cerrados cuatro headends cerrados junto a TCA, incluyendo empresas medianas que superan los 120.000 abonados.

'El fuerte de este mercado es el buen soporte', afirmó Diego Tanco y Wellav lo sostiene con mucho respaldo para Latinoamérica que incluye la fábrica en China, un ingeniero en Uruguay a disposición para viajar y otro más cerca en Ecuador.

Wellav está presente con TCA en Chile, Perú, Ecuador, Colombia y Argentina, donde

también es distribuido por Viditec.

En Canitec, la marca estará presente junto a su distribuidor para México, Non Stop.

Allí, provee sistemas para la 'expansión de los grandes operadores y la instalación de los más pequeños', finalizó Tanco.



Diego Tanco, manager de ventas para Latinoamérica de Wellav, en el stand de Latinoamericana TCA

4BSNSS: 47 EMPRESAS DEL PERÚ YA UTILIZAN SCORD



Javier Ríos, de 4Business

Javier Ríos, consulting manager de 4bsnss, asistió a la expo organizada por la APTC en Tarapoto, donde se encontró con clientes con los que ya venía conversando y también conoció gente nueva y se sorprendió de la cantidad de operadores de Perú recorriendo la feria. 'Cerramos algunos

negocios e iniciamos conversaciones concretas con al menos cinco empresas', afirmó.

El ejecutivo contó a Prensario que ofrece una solución 'ideal para las pequeñas empresas' y para las que están iniciando sus operaciones, ya que permiten que la utilicen el equipamiento sin adquirirlo. 'La solución cubre todo, desde el servidor hasta las actualizaciones. Vimos gran interés por parte de los operadores.'

Scord es el producto principal desarrollado por 4Business. Se trata de un software de operación y gestión dirigido a empresas de comunicaciones que desean mayor eficiencia en el manejo de sus actividades, en términos de procesamiento de información, control de procesos críticos y toma de decisiones estratégicas.

Así, cuenta con clientes en Colombia, Pana-

má, Venezuela, República Dominicana y Perú. 'Más de 60 empresas usan el sistema en todo el continente, y 47 sólo en Perú', remarcó Ríos.

La empresa fue fundada por Javier Ríos en 2007 y hoy está integrada por siete profesionales. En 2009, lanzó Scord y en Perú ya está en los principales sistemas independientes como Econocable de Daniel Segovia, Telecable de Juan del Pino y Supercable de Mauro Zamora.

Sobre el producto concluyó: 'Scord está en constante evolución, ahora estamos en integración con CAS para Smartphones, con diferentes tecnologías de CAS. Tenemos desarrollos con Safeview, Broadcast Network y la empresa china CTF.'

SIGNAL GROUP SUMA CINE CLICK TRAS CINCO AÑOS DE ÉXITO EN PERÚ

Signal Group volvió por quinto año a la Cumbre de la APTC, donde ya es conocida por los operadores, que siguen buscando sus señales. Hortensia Espitaletta, comentó a Prensario que cada vez ve la feria 'más robusta' y destacó el interés de sus organizadores por 'mantenerse actualizada' en cuestiones de tecnología.

'La cumbre se ha venido consolidando, así como nuestra participación aquí. Nos sorprende ver que todavía vienen operadores buscando el canal XTime, con el que ya llevamos cinco años en este mercado', remarcó.

Este año, Signal trajo por primera vez la

señal Cine Click, cuya programación incluye películas de Hollywood, de las cuales un 70% son en español, y un 30% subtituladas, sin cortes comerciales y sobre todo, con poca repetición de programación. Además, incluye las series más exitosas de los últimos años como True blood, Bones, Grey's anatomy, Mumb3rs, Charmed, Nikita y Ally McBeal. 'Son las mejores series en español de cada país de habla hispana como así como también del cine americano e internacional con componentes de intriga, acción y romance, dirigidas a un público masivo y multitarget, ideal para dar una alternativa a los operadores

del Perú', expresó Espitaletta.

En abril, la empresa cumplió 14 como representante de señales. Hoy se encuentra fuerte en Colombia, Venezuela, Perú y Ecuador, con un portafolio de contenido cada vez más completo y variado. 'Además manejamos el paquete de Azteca y Azteca Novelas y HD. Hemos venido creciendo con la señal en alta definición; ya estamos en Une de Colombia donde tuvimos buena aceptación con esta señal que es el espejo de la que se emite en México', finalizó.



Hortensia Espitaletta en la Cumbre de APTC

Los Expertos Quieren Mas!!

Proveemos infraestructura de Banda Ancha...

Trident7® Platform

GPON

Node PON™

Standards-based Provisioning and Management Solution

EPON

Support for legacy set top RF Return

Video Overlay

Comprehensive selection of ONTs

...para proveedores de servicios de telecomunicaciones

Aurora Networks líder y pionero en tecnología óptica de banda ancha, ahora con el portafolio de Trident7 cuenta con un amplio espectro de dispositivos creados, diseñados y comercializados para ofrecer soluciones FTTX que permiten entregar servicios de alta calidad a clientes residencias y clientes de pequeñas y grandes empresas. Nuestra plataforma FTTX permite transportar servicios de voz, video y datos. Nuestra tecnología de transmisión es RF (análogo/Digital) y/o IP. Aurora Networks tiene una solución para sus necesidades y requerimientos de transporte de banda ancha.



Defining the Evolution

PICO DIGITAL™

Integrated Solutions



Go Digital With

CINE BOX



CINE BOX

CINE DRIVE

Features

| | Basic Package | Premium Package |
|---|---------------|-----------------|
| • No Set Top Box Required | ● | |
| • 200 Digital Movie Titles In 4 TV Channels | ● | ● |
| • 25 HD Movie Titles in 2 TV Channels | | ● |
| • 100 Adult Movies in 1 TV Channels | | ● |
| • Movie Grid | ● | ● |
| • 24 MHz for Entire Package (Equivalent to 4 Analog Channels) | ● | ● |
| • Available in Latin America Only | ● | ● |

*Premium Package: Requires a Set Top Box.



Visite nuestra página web para mas información.
www.PICODIGITAL.com
sales@picodigital.com

Llámanos al **858-546-5050**
 Número Gratuito **1-800-421-6511**

© Pico Digital 2013. All Rights Reserved



Soluciones, Productos y Servicios End-to-End



TVC
 Communications

A DIVISION OF WESCO DISTRIBUTION, INC.

Entregando Productos, Conocimiento,
 Servicio y Experiencia

- OTT
- Voz
- Video
- Data
- HFC
- FTTx
- VOD
- Aprovechamiento
- Herramientas
- Equipos de Prueba y Monitoreo
- Soluciones Video Multi-Pantallas - y mucho mas...

Algunos de Nuestros Suplidores de Clase Mundial



Tel. Mexico 52-55-5639-2926 Tel. Miami - 305-716-2160
salescala@tvcinc.com www.tvlatinamerica.com

TVC Communications, A Divisions of WESCO Distribution, Inc.

MaxCell
 FABRIC INNERDUCT
 Solución para Maximizar Conductos

MaxCell es un conducto interno de tela diseñado para permitir la instalación de hasta 300% más cables que los conductos internos rígidos de HDPE en infraestructuras de redes de conductos. Para mayor información visite www.maxcell.us.



Intraway

Provisioning Suite

CONOCEMOS LOS DESAFÍOS DE AMÉRICA LATINA



Provisioning y Gestión Integrada de Todos los Servicios



Visitenos hoy mismo en www.intraway.com



WORLDWIDE SUPPLY

Nos enorgullece ofrecer servicios y productos que ayuden a nuestros clientes a expandir y mantener sus redes al tiempo que genera importantes ventajas de costes.

Creamos soluciones de redes y telecomunicaciones que cubren las complejas necesidades de configuración desde la fase de diseño hasta la implementación.



*Servicio y Calidad
Certificados*



TL9000/ISO 9001:2008
Quality Management System Certified

Francisco Rodriguez
Chief Technology Officer

3 Rogers ST, Nashua, NH 03064 - Tel 973.823.6400 / Fax 973.823.6475
Tel 978.302.1108 Cell / Direct 603.882.3002
011 57 318 2404 094 Bogota, Co (Cell) - 011 52 155 2572 6474 Mexico (Cell)
Tel. 011-52 55 5291 9925 (Office) - Blackberry pin number 33047F67
Email: frdriguez@worldwidesupply.net - www.worldwidesupply.net

VERIMATRIX: PROTECCIÓN DE INGRESOS EN UN MUNDO MULTI-RED

Previo a Canitec, **Steve Oetegenn**, director ejecutivo de ventas & marketing de **Verimatrix**, habló con **PRENSARIO** sobre la evolución de la seguridad en el mercado del cable.

Verimatrix prefiere hablar de 'protección de ingresos' en vez de 'acceso condicional'. Al respecto, Oetegenn explicó: 'En Verimatrix tomamos un acercamiento a la seguridad desde una perspectiva de negocio en vez de centrarnos solo en la tecnología en sí. Las amenazas que afectan al negocio de la TV paga están evolucionando igual de rápido que los dispositivos que utilizan los consumidores. Por eso, tenemos que tomar un acercamiento multi-dimensional para hacer frente a estas amenazas y proporcionar una estrategia de seguridad de futuro centrada en activar nuevos modelos de negocio para nuestros clientes y proteger sus fuentes de ingresos'.

Sobre las últimas tendencias en protección de ingresos para cableoperadores, dijo: 'Creo que es fascinante ver lo rápido que está cambiando el panorama en la industria. Mientras que OTT era visto como una amenaza para los operadores de cable hace un par de años, esta tecnología está siendo utilizada como componente clave en nuevas ofertas de servicios. El debate sobre los pros y los contras de utilizar dispositivos mega-gateway para proporcionar servicios para toda la casa continúa. La llegada de las tablets ha proporcionado una experiencia de TV Premium portátil dentro y fuera de la casa'.

'Esto significa que los retos de seguridad de los operadores son cada vez más de naturaleza multi-red y muy dinámicos en cuanto a la tecnología subyacente. Los operadores están tratando de eliminar la distribución y el consumo centrados sólo en una tecnología, ya que esto a menudo frustra a los consumidores y los puede empujar a buscar otras alternativas.'

'No debería haber ninguna diferencia entre lo que un consumidor ve en una televisión conectada por cable y lo que ve con la pantalla de su tablet o dispositivo móvil. No estoy hablando sobre la apariencia del interfaz, la cual es muchas veces diferente para poder aprovecharse de las características de un determinado dispositivo, sino de la selección de contenidos disponible, preferencias y modelos de uso. Cuando un abonado nota una diferencia negativa entre sus opciones de visionado para un determinado programa a través de distintos dispositivos --una menor calidad de experiencia (QoE)-- puede acabarse fomentando la piratería o que el suscriptor contrate otros servicios'.



Steve Oetegenn, director ejecutivo de ventas & marketing de Verimatrix

DERECHOS DE CONTENIDO

EN EL CONTEXTO MULTI-PANTALLA

'Muchos operadores están empleando avanzados mecanismos para proteger sus contenidos OTT Premium de nueva generación. Muchas de esas técnicas, que disponen de minuciosos mecanismos de control, han sido ya implementadas satisfactoriamente para proteger redes de TV paga más maduras, como IPTV y DVB gestionadas. Es esencial que los niveles de seguridad para servicios OTT multi-pantalla sean equivalentes a los niveles de seguridad y control aplicados actualmente en los servicios de TV paga tradicionales.'

'De hecho, hemos explorado esta cuestión en detalle en nuestro reciente documento técnico, *Content Security Requirements for Multi-Screen Video Services*, en el que se pueden encontrar los puntos de referencia y las tendencias más importantes en cuanto a los requisitos de protección multi-pantalla', completó Steve Oetegenn.

'Queda claro que la gestión de derechos entre entornos de TV paga y OTT debe ser controlada cuidadosamente, ya que fallas en este aspecto de la entrega pueden causar estragos en el manejo de las expectativas de los abonados. Lo más importante es que tener una sola plataforma de seguridad abre la puerta a nuevos modelos de negocio flexibles que pueden ayudar a aumentar las ventas de servicios de contenido OTT Premium a través de distribución multi-red y multi-pantalla. Estos modelos de negocio para OTT y gestión de derechos se encuentran en una etapa de definición.'

EVOLUCIÓN DE SERVICIOS OTT

'Los avances en cuanto a sistemas de compresión y protocolos de entrega, como *HTTP Live Streaming*, han convertido lo que antes era una baja calidad de experiencia de TV por Internet en un medio de consumo masivo. Los servicios por Internet de hoy en día no son muy diferentes de las ofertas más tradicionales. Nos hemos encontrado con que escalar de forma efectiva los servicios OTT es más fácil cuando la red no gestionada está integrada con una infraestructura base incorporada, compartiendo una plataforma de seguridad para video que sea fiable.'

'A medida que el panorama OTT continúa evolucionando, necesitará ser cada vez más compatible con más tipos de dispositivos. Tomar un acercamiento unificado en cuanto a

la seguridad permitirá a los operadores poder llegar a esos dispositivos y proporcionar acceso a los abonados al contenido que ellos desean. Una estrategia de seguridad unificada con un esquema DRM abierto basado en estándares puede soportar de forma fácil los requerimientos únicos de los diferentes tipos de dispositivo, y proporcionar a los operadores con el potencial para abrir el universo de la distribución multi-red y multi-pantalla y así acelerar el crecimiento de nuevas fuentes de ingresos basadas en este enfoque', añadió el ejecutivo.

FUTURO DE LOS SERVICIOS MULTI-PANTALLA

'En el futuro, puedo anticipar que veremos una creciente personalización de contenido como forma de mejorar la calidad de experiencia del abonado. Es lógico pensar que si el contenido puede ser compartido a través de múltiples dispositivos, también se pueden compartir las preferencias personales. Tal vez en el futuro, las preferencias de los abonados puedan ser transferidas automáticamente desde el grabador de video personal (PVR) a otros dispositivos del abonado (iPad, Smartphone, etc.) para mejorar aún más la calidad de experiencia y la lealtad del abonado.'

'Nuestro reciente acuerdo con **Com Hem** es un excelente ejemplo de un despliegue multi-pantalla avanzado. El operador va a lanzar nuevos servicios de TV multi-pantalla a finales de primavera, que serán distribuidos a través de cajas híbridas de **TiVo** permitiendo disfrutar de los servicios desde tablets, smartphones y desde el propio navegador. El operador está aprovechando nuestras soluciones multi-red VCAS y las cajas **TiVo** para crear lo **último** en experiencia de calidad para el usuario y proporcionar una fuerte seguridad de ingresos para sus nuevos servicios. Utilizar VCAS le permite a Com Hem tener una sola fuente para la gestión de derechos a través de contenido lineal y bajo demanda, y a su vez ofrecer a sus clientes la mejor experiencia de televisión posible hoy en día', concluyó Steve Oetegenn.



Plataforma de Pruebas Masivas para Cable Módems y EMTAs

- Banco automático para pruebas y diagnóstico en lotes de hasta 48 módems o EMTAs
- Soporta todas las marcas y modelos de equipos
- Prueba todas las versiones DOCSIS, hasta 3.0
- Actualiza automáticamente el firmware de los equipos
- Efectúa pruebas completas de telefonía en los EMTAs, incluyendo calidad de línea
- Permite una operación rápida y sencilla por personal no-técnico
- Posee un completo módulo de reportes con posibilidad de exportar resultados
- Optimiza la logística inversa, aumentando la productividad y confiabilidad de las pruebas

Cable Modem Test Platform

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

Soluciones para datos, voz y video sobre cable



Ver el Mundo con Jiuzhou

- Major secured CAS supported
- DVB-S2 & ISDB-T Combo
- USB PVR ready
- Excellent technical quality
- Perfect user experience



Proveedor de equipos de TV digital

Oficina de Brasil: Edificio Corporate Plaza, Av. Ibirapuera 2907, cj504
Moema, Sao Paulo, 04029-200, Brazil

Contacto : Mr. Otto Klaus Spiess
Teléfono fijo : 005511-50539802 (Brazil) ; 0086816-2468774 (China)
Teléfono móvil : 005511-991951041 ; 0086-13981165779 (China)
email : otto.klaus@d-telemedia.com ; market@d-telemedia.com
Website : www.jiuzhou.com.cn / www.d-telemedia.com



Jiuzhou satisfecha todas sus necesidades!



CATV Series



LNBF Series



Dish Antenna Series



Fiber Optical Cable Series

SOLUCIONES GLOBALES



Más de 30 años de diseño innovador e ingeniería de cables, conectores y accesorios superiores

Disponibilidad de producto y logística globalmente

Utilizando nuestra experiencia para crear capacitaciones técnicas

Riguroso control de calidad para mantener producto de alta uniformidad

Productos certificado y superando normas:

- IEC • ISO • RoHS
- UL CSA • ANATEL
- Y SCTE

PERFECT VISION
MANUFACTURING, INC.

Joel Quinones - Director- International Sales Latin America
Office: 2507 Investors Row Suite #200/ Orlando FL
Phone: +(501)251-5967

Fabian Meza - Territory Manager - South & Central America
Phone: +54-9-3794-28

Horacio Orozco - Territory Manager - Brazil
Phone: +55-1198978-7114

ANTENAS | CABLE | MONTAJES | CONECTORES | METROS | & MAS

Visit online @ www.perfectvisionmfg.com



Solucion de TV Digital Confiable



Mas productos: Video Servidor, EPG , Insertador de Logo, Mosaico, Sistema de Publicidad Anuncios

Head-end P8300 Series

Coship P8300 series are the new generation professional Head-end equipments including Encoder, Decoder and Transcoder. These products can be tailored to meet the needs of individual operator for a variety of applications.

- Multiple AV Inputs: HDMI, YPbPr, CVBS, AES/EBU, XLR, etc.
- HD-SDI (SMPTE 292M) and SD-SDI (SMPTE 259M-C) Compatible
- ASI, MPEGoIP Transmission Output Supported
- Web Server, Web-management, LCD Display Embedded
- Two CAM Card Slots, EN50221 Standard Compliant



See us at:

ANGACOM

Booth NO. : T38, Hall 10.1

Broadcast Asia 2013

Booth NO. : 5G6-02

ABTA 2013

Booth NO. : G15

IB 2013

Booth NO. : 1. A32

Shenzhen COSHIP Electronics CO., LTD.

Address: Rainbow Bldg., North , Hi-tech Industrial Park, Nanshan District, Shenzhen, P.R.China.518057

Tel: +86-755-2699 9288 Fax: +86-755-2672 2666 Email: sales@coship.com www.coship.com SZSE Stock Code:002052

El valor de la sinergia

La palabra sinergia proviene del griego "synergos". Significa "colaborar conjuntamente" o "trabajar en conjunto".

En Red Intercable, organización que nuclea a más de 220 pymes y alcanza con su plataforma de servicios a más de 500 localidades, distribuidas en 20 provincias del territorio nacional, con redes que cubren más de 610.000 hogares, creemos profundamente en el valor de la sinergia.

Cableoperadores pymes independientes, unidos por objetivos y realidades comunes, sustentados

en modernas estructuras de conocimiento e innovación tecnológica trabajamos de manera permanente para consolidar a nuestras empresas como operaciones multiservicio.

Así hemos dado origen a desarrollos exclusivos que en la actualidad contribuyen de manera protagónica en la creación de valor de las empresas asociadas abriendo caminos para incursionar en nuevas prestaciones con competitividad y rentabilidad.

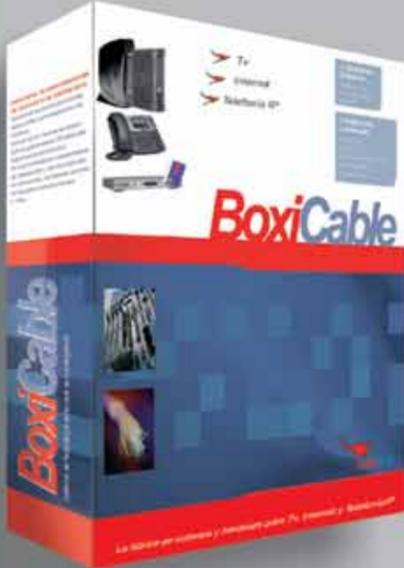
Red Intercable, Pymes, República Argentina.





CableSoft
SISTEMAS DE FACTURACIÓN
TELEVISIÓN POR CABLE | INTERNET | TELEFONÍA IP

La fábrica de software y hardware para Tv, Internet y Telefonía IP.



- Administración y atención de clientes.
- Planificación y seguimiento de ventas.
- Cobranzas, Débitos Automáticos.
- Cuentas Corrientes.
- Órdenes de instalación, desconexión, reconexión.
- Seguimiento de reclamos técnicos.
- Seguimiento sistemático de morosidad totalmente configurable.
- Informes operativos.
- Informes gerenciales.
- Seguridad en niveles de acceso a la información.
- Perfiles de usuarios.
- Generador de reportes configurables por el usuario.





StartUP Servicio de internet por CableModem, CMTS con su instalación.
Sistema de monitoreo de red.
Head End Digital.



Telefonía IP con Asterisk:
el cliente consulta el saldo, compra PPV o ingresa un reclamo por el teléfono sin intervención de operador.



TV Digital:
Asesoramiento en la compra, instalación, puesta en producción. Con la interfaz Boxi CAS puede habilitar, deshabilitar, cambiar paquetes PPV y más desde BoxiCable.



Asterisk



COMPUNICATE CISCO **AVIT**

contacto@cablessoft.tv
1550 Brickell Av.#208 B-Miami, Florida 33129-te: (305)600 4379
Av.Pueyrredón 480 piso 6 - (1032) Buenos Aires-Argentina
tel:(54 11) 6040-0009.

www.cablessoft.tv





Encuentro Regional de Telecomunicaciones

• PARANA 2013

Entre Ríos - ARGENTINA

25, 26 y 27 de Junio | Maran Suites & Towers

TELEVISION | RADIO | CABLE | INTERNET | TELEFONIA IP | TV DIGITAL

EXPOSICION COMERCIAL | CONFERENCIAS | SEMINARIOS | TALLERES DE CAPACITACION | WORKSHOPS

SEMINARIO: Cambio de Modelo: INTERNET HOY
 Martes 25 de Junio de 12 a 13 hs y de 15 a 20 hs.
 Disertantes: Ariel Graizer - Pablo De Chiara - José Luis del Barco - Dario Tascoddu - Mario Carranza - Hernán Seoane - Franco Cecchini - Esteban Lescano - Oscar Messano - Dario Gomez.

SEMINARIO: La evolución de las redes de Cable al Video IP (Primera Parte)
 Miércoles 26 de Junio 10 a 12:30 hs
 Disertante: Ing. Patricio Latini

TALLER: CAPTURAR PARA LA LUZ E ILUMINAR PARA LA CAPTURA
 Martes 25 y Miércoles 26 de Junio de 10 a 14 hs
 Disertante: Martin Siccardi

SEMINARIO: REDES HFC?... HASTA CUÁNDO?
 Jueves 27 de Junio de 10 a 12:30 hs
 Disertante: Ing. Juan Ramón García Bish

TALLER: KONECTORIZACIÓN Y MEDICIÓN DE F.O. PARA FTTH
 Martes 25 y Miércoles 26 de Junio de 15 a 19 hs
 Disertante: Pablo A. Vicino - Ing. Damian Brazionis

SEMINARIO: El que sabe, sabe y el que no, es productor
 Jueves 27 de Junio de 13:30 a 15:30 hs
 Disertante: Federico Ricaldoni

EXPOSITORES EDICIÓN 2013
26 y 27 de Junio de 12:00 hs a 18:00 hs

PLAYTRES / QUBIT.TV - MM ELECTRONICA - REPORTV - VIDEOSWITCH - FOX International Channels Latin America
HBO - TURNER - DISNEY & ESPN - TV5MONDE - RED INTERCABLE DIGITAL S.A. - EWTN - TECNOUS
TV GROUP - SOLUTION BOX - AR-MAR Ingeniería en Redes - MEGASERVICE / ASDA - DISCOVERY - FIBERTOP
COMUNITEL / 3 M - INTERLINK S.R.L - TECNORED - WIRE TECH - ENLACE - MULTIRADIO S.A. - INDUSTRIAS KC
CARBI SISTEMAS - CYBERCOM - METALÚRGICA PINO - SERVIDATA

PARANA

CENTRO DE CONVENCIONES
MARAN SUITES & TOWERS
ENTRE RÍOS - ARGENTINA

25, 26 Y 27 DE JUNIO

SPONSOR PLATINO



SPONSOR PLATA



AUSPICIAN



MEDIA PARTNERS



SEGUINOS EN:



www.encuentrosregionales.com

IMPROVEMENTS BEGINS WITH

DROP RG6 DROP RG11 TRUNK 500 540

SERIES DROP Y TRUNK, MÁXIMA EFICIENCIA Y CALIDAD



24 HORAS ENTREGA

5 AÑOS GARANTIA

GRAN AHORRO



www.cablenetwork.net

PREMIUM QUALITY
MADE IN USA

A giant lead for mankind



OFICINA CENTRAL

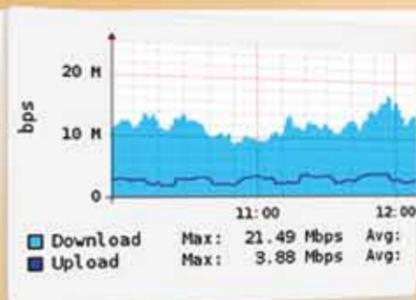
CableNetwork Associates, Inc. 4800 N Federal Highway Suite E300 Boca Raton, FL, 33431 Tel: (954) 312-1200 - sales@cablenetwork.net

flowdat

GESTIÓN Y PROVISIONING DE SERVICIOS

Flowdat acompaña el crecimiento de su empresa, brindando una gran cantidad de herramientas que le permiten controlar los flujos de datos, analizar eventos, identificar las fallas en su red y registrar las actividades de cada cliente supervisando el estado real de cada servicio. Soporta Docsis, xDSL, WI-FI, PacketCable, Cable Modems, PPPoE, Telefonía, Correo Electrónico.

| MAC Address | Modelo | Pot. de trans. (dB) |
|--------------|-----------------|---------------------|
| 00137117593a | Motorola-SBS100 | 42.8 db |
| 001404b625fa | Motorola-SBS100 | 58.5 db |
| 0013711757c0 | Motorola-SBS100 | 39.2 db |
| 0013718c3f30 | Motorola-SBS100 | 55 db |



Beneficios

- ✓ Automatización de procesos
- ✓ Escalabilidad y confiabilidad
- ✓ Monitoreo de servicios
- ✓ Soporte técnico a disposición
- ✓ Acceso remoto. Opciones de backup

Con más de 16 años de experiencia en el sector y nuestra especial atención, podemos brindar soluciones concretas, basadas en las necesidades y el presupuesto de cada uno de nuestros clientes.

Alberto Vandenbossch - Responsable Comercial



CORRIENTES 161 (CP S200CTA) ROSARIO
SANTA FE / REP. ARGENTINA
TEL.: +54 341 4248123
comercial@interlinksrl.com.ar
WWW.INTERLINKSRL.COM.AR



Wire•Tech

Fabricante Argentino de cables coaxiales flexibles

Y la más completa línea de equipamiento para:

- Cabezales de CATV, Analógicos y Digitales
- Redes de Fibra Óptica
- Redes Coaxiales y todo su equipamiento
- Instalaciones domiciliarias.
- Internet

Thomas & Betts

ASKA
Communication Corp



MOTOROLA

TELCON

TFC Amphenol

Cablematic

Sucursal Córdoba:
Boulevard Los Granaderos 2722
Córdoba
Tel.: +54 0351 598 0084
wtsucursalcordoba@arnet.com.ar

Casa Central:
Domingo French 831 - Villa Martelli
Pcia. de Buenos Aires
Tel.: +54 11 4709 6650
ventas@wiretechsa.com.ar

Wire Tech International Inc.:
Ventas FOB
vmarcarian@wiretechsa.com.ar
Tel.: +54 11 4709 6650

www.wiretechsa.com.ar

CALENDARIO

JUNIO

- FORUM BRASIL MERCADO INTERNACIONAL DE TELEVISÃO (4-5)- SÃO PAULO, BRASIL
- NCTA 2013 (10-12) - WASHINGTON, DC - USA
- NEXTV SOUTH AMERICA SUMMIT 2013 (25-26) - BUENOS AIRES, ARGENTINA
- EXPO CINE, VIDEO, TV 2013 (4-7) - WTC, CIUDAD DE MÉXICO
- NATPE BUDAPEST 2013 (25-27) - BUDAPEST, HUNGARY
- ENCUENTRO REGIONAL DE TELECOMUNICACIONES 2013 (25-27) - ROSARIO, PROVINCIA DE SANTA FE, ARGENTINA

JULIO

- TECNOLEVISIÓN 2013 (31-1/8), COLOMBIA

AGOSTO

- EXPO-CONVENCIÓN TEPAL 2013 (14-16), HARD ROCK CAFÉ HOTEL, PANAMÁ
- ABTA 2013 FEIRA E CONGRESSO (6-8) SÃO PAULO, BRAZIL
- SET-CONGRESSO TECNOLOGIA DE TELEVISÃO (20-22), CENTRO DE CONVENÇÕES IMIGRANTES, SÃO PAULO, BRAZIL

SEPTIEMBRE

- ANDINA LINK CENTROAMÉRICA 2013 (10-12), COSTA RICA
- IBC 2013 (12-17), AMSTERDAM, HOLANDA
- FERIA COMUTV 2013 (17-19), MEDELLÍN, COLOMBIA
- JORNADAS INTERNACIONALES 2013 (25-27), BUENOS AIRES, ARGENTINA

OCTUBRE

- NEXTV SUMMIT - 3PLAY MEXICO & CENTRAL AMERICA (1-2), CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO
- MIPCOM (5-10), CANNES, FRANCE
- SPORTEL MONACO (14-17), GRIMALDI FORUM, MONACO
- CAPER (23-25), COSTA SALGUERO, Bs. As., ARGENTINA
- CHILE MEDIA SHOW (*), VIÑA DEL MAR, CHILE

NOVIEMBRE

- DIGITAL FIBER (*), VENEZUELA
- CONEXION DIGITAL TV (13-14), VENEZUELA

(* LA FECHA NO SE HA CONFIRMADO HASTA EL MOMENTO)

TECNOLOGÍA

PICO DIGITAL AVANZA CON CINEBOX

Pico Digital sigue promoviendo su sistema *Cinebox* en Latinoamérica como proveedor de tecnología que pone un primer pié en la parte de programación. *Cinebox* es una particular solución con un equipo que permite ofrecer 200 películas en ocho canales lineales y además brinda una guía, todo para sistemas de menos de 1500 suscriptores. Es digital pero con canales lineales. Emite películas americanas, mexicanas y también se incorporan canales españoles o argentinos. El ofrecimiento para el operador es desde una décima o una 50va parte de lo que le saldrían los canales. El paquete básico es un costo pequeño para el operador.

En breve se podrá ofrecer como segundo paso el Premium, con la oportunidad de tener dos canales HD con una inversión impensada para los pequeños operadores. La caja es HD,



El equipo de Pico Digital en NAB

MPG4 y ya incluye la licencia del CAS con acceso condicionado. Este segundo servicio trae además 100 películas de adultos.

El *Cinebox* ya está metido en México con Non Stop, Centroamérica y en Colombia con **Cableservicios**. Ahora parte en Perú con **Scientific Satellite** de **Rosa Carrasco**.

PIT TELECOM SE CONSOLIDA EN TODA LA REGIÓN



INTERACTÚA CON LOS GRANDES JUGADORES DE TODOS LOS PAÍSES

Pit Telecom está consolidada como una empresa de 18 años de trayectoria que trabaja con los clientes más importantes del mercado de toda la región.

En estos tiempos de tanta competencia y con soluciones que vienen de cualquier lugar, es importante saber elegir a los proveedores para que puedan dar soluciones de ingeniería y productos probados y con todo el respaldo necesario. Son muchos los clientes que se inclinan por ofertas rápidas y puntuales que luego lamentan.

En el lugar de la trayectoria y seguridad, se ubica Pit Telecom, empresa dirigida por **Jorge Boza**, tanto en Chile como en todos los demás mercados importantes. Acaba de culminar su nuevo edificio corporativo y ya tiene tres en Santiago entre oficinas y bodega, apareciendo desde Chile como uno de los aliados clientes más relevantes y de mayor estructura.

Boza, **Henry Vergara** y **Luis Fuentes**, encargado de logística, destacaron a **Prensario** que trabajan siempre con **Hansen** como su producto

principal en su gran oferta para toda la gama de TV por cable y DTH. Vale recordar que Hansen es el fabricante chino que más plantas tiene en toda Asia, y Pit Telecom es su brazo para Latinoamérica con un trabajo sostenido que le ha quitado lugares a todas las marcas tradicionales. Se unen buen precio, calidad de producto y el servicio del equipo de Boza para dar cubrir toda la región. Cuenta también con novedades como la marca **Bull**, con accesorios para la TV por cable.

Está creciendo mucho, además de Chile, en mercados como Perú, Colombia, Paraguay, Argentina que ya están hablando con los grandes jugadores y también Brasil, pues se le abrieron muchas puertas a partir de la aprobación del PLC. Vale recordar que fue la primera compañía chilena en tener un stand en ABTA de Sao Paulo en su momento.

Apuesta a las soluciones completas en materia de planta externa y conectorización, con un fuerte aporte de ingeniería para un alto valor agregado desde el punto de vista tecnológico.



ENERGÍA

FIABILIDAD | INTELIGENCIA | SOSTENIBILIDAD | EFICIENCIA



Con el apoyo de más de tres décadas de experiencia en la alimentación y el servicio de aplicaciones de televisión por cable, comunicaciones y energía renovable, los productos de Alpha han ganado una reputación mundial por su rendimiento, fiabilidad y valor. **Soluciones totales de energía** de Alpha Technologies Inc.



Visite Alpha en Canitec

Booth 205



CATV HFC-DIGITAL EQUIPMENT-EPON EOC
ONE OF THE TOP TEN NATIONAL BRANDS
IN RAIDO AND TELEVISION INDUSTRY IN CHINA

High-power multi-output EDFA

Adopt Erbiumytterbium-doped double-clad optical fiber technology; Output port:optional 8-32 way;Output power:maximum up to 2W; Low noise figure:0dB input is less than 5dB;Perfect network management interface;Ethernet interface;International SNMP network management interface;Lower power consumption by intelligent temperature contrisystem;Output power:optional 0-3dB;



Four in One H.264 HD encoder WDE-H420

Support H264/AVC High Profile Level4.2;Up to 1920*1080P video format; Support SDI,HDMI video inputting interfaces;10/100/1000BASE-T with Auto-negotiation bite;Rate Ethernet output;Zero jitter on IP output;Zero jitter generation on TS over IP output;Setting program and supplier name through internet;Both local or remote network management and online update; 10/100M Base-Tx management interface;Support brightness,color saturation,contrast and color adjustment;Support 4 channels encode;

Eight in One H.264 SD Encoder WDE-S820

Support H264/AVC High Profile Level3.0;Support analog CVBS video inputting interfaces;10/100/1000BASE-T with Auto-negotiation bite;Rate Ethernet output; Zero jitter on IP output;Zero jitter generation on TS over IP output;Setting program and supplier name through;Internet and front panel;Both local or remote network management and online update;10/100M Base-Tx management interface;Support brightness color saturation,contrast and color adjustment;8 channels encode;



Optical receiver WR1004DJ

High response PIN photoelectric conversion tube; Optimization circuit design,SMT process production, optimization signal path,fluency photoelectric signal transmission;Specialized RF attenuation chip,good RF attenuation and equilibrium linear,high accuracy; GaAs amplification device,power double output,high gain and low distortion;Microprocessor control working status,LED shows all parameters,convenience and intuitive operation,and stable performance; Excellent AGC performance,when the input optical power range is -9~+2dBm,the output lever,GTB and CSO basically unchanged;Reserved data communications interface,it is convenient to connect with network management responder,access to network management system;



Optical Node WR8604G

Four ports all can output high level signal above 108 dBuV; Advanced RF AGC technology make the input optical power changed in the range of -5~+5dBm, output and nonlinear indexes remain unchanged,Built-in perfect multi-channel separation circuit,make the signals mutual interference(among forward channel,reverse channel and network management) reduced to the lowest;Built-in perfect condition monitoring circuit,can be configured the responder that in line with network management standard<GB/T 20030-2005 HFC network device management system specifications>, easy to realize the remote network management monitoring;And can easily achieve interoperability with other manufacturers' front-end management software;



1GHz Optical Node WR1004HJ

The highest operating frequency is expanded to 1GHz; Full CPU control working status,and add LED parameter display screen;Advanced optical AGC function,the input optical power range is broadened to -9~+2dBm; Full SMT process production,EQ and ATT control circuit both adopt specialized electricity control chip;Output stage of the downlink channel adopts GaAs power doubler amplifier module;The highest output level up to 112dBuV, even more;The uplink channel adopts specialized RF electricity control attenuation chip replace the three-state switch;

TEL:+86-571-82559907 FAX:+86-571-82551107
 E-MAIL:neey-xu@prevail-catv.com
 Http://www.prevail-catv.com

HANGZHOU PREVAIL OPTOELECTRONIC EQUIPMENT CO.,LTD.
 ADDRESS:Industrial Development Zone, Qianli Town, Xiaoshan District, Hangzhou City, Zhejiang, China.

EXPERTICIA. INVENTARIO. VALOR. AGC.

AGC tiene lo que usted necesita, cuando más lo necesita – ahora. Somos líderes de la industria en inventario en existencia de equipos nuevos y restaurados provenientes de fabricantes originales.

NODOS



- OM 1111 (Nuevo)
- SG 4000
- SG 2000
- OM 3100
- 6940
- 6920
- Nodos Tierra
- OM 4100

CONVERTIDORES



- DCT 2000s
- DCT 6200s
- DCT 6208s
- DCT 6412s
- DCT 6416s
- DCT 700s

AMPLIFICADORES



- Serie Flex Max 321 (Nuevo)
- Serie Flex Max 601 (Nuevo)
- GMLE 870
- Serie Flex Max 331 (Nuevo)
- Serie Flex Max 901 (Nuevo)
- MB 75 SH

MODEMS



- Serie SB 51xx
- DPC 2100
- Modems Docsis 3.0
- TJ 715Xs
- Modems VOIP
- S8G 900

CABECERAS



- CHP Max 5000 (Nuevo)
- Motorola DSRs
- APEX 1000
- C8
- C6
- SEM V8

TAPS Y PASIVOS



- Taps Regal (Nuevo)
- Taps C-Cor (Nuevo)
- Taps S.A.
- G.I. Taps
- Taps Taikan (Nuevo)

Lo que necesita, cuando lo necesita. Pruebe AGC.

Somos un distribuidor autorizado de Arris.

913.402.4499

www.adamsglobal.com sales@adamsglobal.com

