



Septiembre 2014 | Año 19 | # 236

# 40 años Prensario Internacional

www.prensario.net

Televisión • Plataformas Digitales • Licensing

**VER** LA TELEVISIÓN  
ES COSA DEL PASADO



HOY ES TIEMPO  
DE **VIVIR** LA TELE

**#SONYFÍCATE**

@CANAL\_SONY | /CANALSONYLA | CANALSONY.COM

SONY ENTERTAINMENT TELEVISION IS A REGISTERED TRADEMARK OF SONY PICTURES ENTERTAINMENT INC.

EDICIÓN  
ESPECIAL

**JORNADAS INTERNACIONALES 2014**  
HILTON HOTEL PUERTO MADERO BUENOS AIRES ARGENTINA



**DIGITAL AND  
ANALOG SYSTEMS  
FRONT-END  
EQUIPMENT**

**WDE Encoder Series**

WDE series can be realized to high quality encoding and transmission audio/video at low bit-rate. It can support a variety of input/output interface.

Model: WDE-4220B, WDE-4420B, WDE-8420, WDE-H220, WDE-H420, WDE-H820, WDE-S820.



**DIGITAL AND  
ANALOG SYSTEMS  
FRONT-END  
EQUIPMENT**

**WDT-1200  
TS Receiver  
Series**

WDT-1200 TS receiver series using TS receive and demodulation, Compatible with DVB-C/DVB-S/S2/DVB-T/T2.

TS receiver series includes:  
WDT-1200B, WDT-1204, WDT-1208,  
WDT-1200D, WDT-1200E.

WDT-1204 TS Receiver



- WDT-1200B: TS satellite receiver
- WDT-1204: 4 channels satellite TS receiver
- WDT-1208: Multi-functional B-in 1 TS receiver with IP output
- WDT-1200D: SD IRD with CI slot and IP output
- WDT-1200E: HD IRD with CI slot and IP output



• HANGZHOU PREVAIL OPTOELECTRONIC EQUIPMENT CO.,LTD  
• www.prevail-catv.com  
• Production department address: Youyi road No.27-1,  
Guali industrial development zone, Xiaoshan, Hangzhou.

• Tel: +86-571-82559907  
• Fax: +86-571-82551107  
• E-mail: nancy-xu@prevail-catv.com  
audrey-wang@prevail-catv.com

**NUESTRAS PROTAGONISTAS  
NO SE LA PASAN LLORANDO**

**POR ESO LA AUDIENCIA  
NOS PREFIERE**

**EL CANAL HISPANO LÍDER  
DE LA TV PAGA**

**HBO Latin America Group**  
Ventas de Afiliados-LATAM

**Televisa Networks**  
Ventas de Afiliados-México

**telemundointernacional.com**  
f t /telemundointl

**TELEMUNDO  
INTERNACIONAL**





# JORNADAS INTERNACIONALES 2014: LA TV PAGA DEL CONO SUR SIGUE AVANZANDO

Del 17 al 19 de septiembre se realiza una nueva edición de Jornadas Internacionales de Buenos Aires, en el Hotel Hilton, seguramente con un nuevo desfile de figuras de la política argentina, un año antes de las elecciones presidenciales que tanto se esperan en muchos sectores. Refleja a su vez la necesidad de los cableoperadores, y de ATVC y de Cappsa como entidades de operadores y programadores, de posicionarse ante un contexto político que los tuvo y tiene como protagonistas todos estos años, desde antes incluso de la sanción de la llamada Ley de Medios.

El peso específico del mercado argentino, que sigue siendo, pese al crecimiento de otros mercados uno de los ejes de la región, se suma a un movimiento regional de operadores muy interesante en todas las últimas ediciones de Jornadas. Los grandes socios de TEPAL siguen su recorrida como una entidad con participación, y se repetirá la mesa de CEOs —ver aparte la Agenda en la página 12— con figuras destacadas que se vimos un mes atrás en Tepal y que detallamos en la cobertura respectiva. Junto con eso, es común recibir a grandes jugadores regionales como los ejecutivos clave de Claro, que viajan especialmente para reunirse en Jornadas, más allá de que no pueden dar video en Argentina, y lo mismo



Walter Burzaco, Sergio Veiga y el jefe de gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Mauricio Macri, en el corte de cinta inaugural de Jornadas 2013

Media Networks de Telefónica Movistar Perú, liderados por Peter Kothe. También suelen viajar asociaciones independientes de Venezuela como Asotel, de Centroamérica y Colombia, que combinan el viaje con turismo, pero es decididamente interesante en el Hilton la concurrencia de operadores independientes de Paraguay, Uruguay, Chile y Bolivia, que aparecen juntos sólo en Jornadas. Ellos se suman a los operadores argentinos grandes y pequeños, con mucho para discutir y decidir, siempre ante la vanguardia para soluciones tecnológicas que muestra el mercado argentino y que se verá en los stands de Jornadas. Podría haber concurrencia de las cooperativas



Sergio Massa y Pino Solanas presentes en Jornadas del año pasado

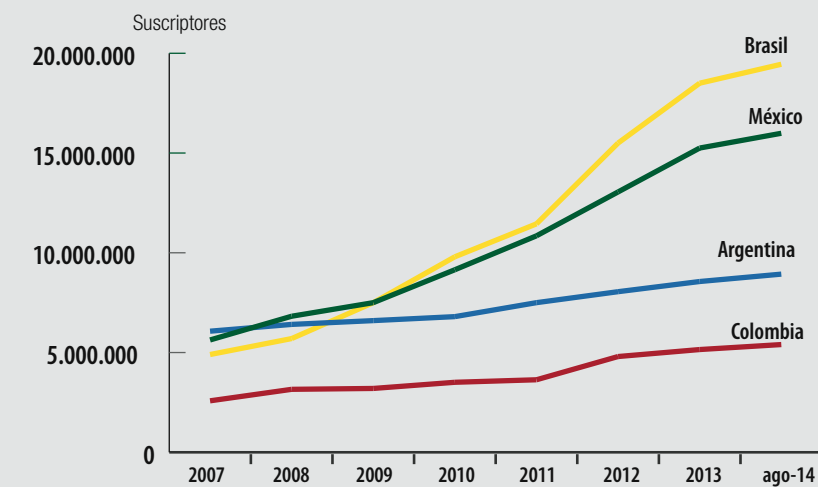


El gobernador bonaerense, Daniel Scioli, también presente en la inauguración 2013

que, por lanzar el servicio de video en estos días —ver aparte el lanzamiento de Telpin de Pinamar—, suelen asistir al Hilton más allá de ser éste un lugar tradicional de los cableoperadores.

Son muchos los temas que hay para analizar en Jornadas, con la expectativas que generan mercados que más allá de sus problemas están creciendo, como destacamos a continuación con todas las cifras.

## EVOLUCIÓN DE SUSCRIPTORES DE TV PAGA PRINCIPALES MERCADOS DE LATINOAMÉRICA (2007-AGOS 2014)



Fuente: Private Advisor - Reguladores

# HBO

LATIN AMERICA GROUP



## DONDE TODO COMIENZA





JORNADAS INTERNACIONALES 2014: LA TV PAGA DEL CONO SUR SIGUE AVANZANDO

**VOLÚMENES DE SUSCRIPTORES Y CRECIMIENTO, FRENTE A BRASIL Y MÉXICO**

Con un crecimiento anual de entre 7% y 18%, según el país, los mercados del Cono Sur latinoamericano han seguido avanzando en los últimos tiempos, y se pronostica una continuidad de esta tendencia en el futuro inmediato.

Según datos de **Private Advisor Consulting Team (PACT)**, Argentina llegó en agosto a 8,95 millones de suscriptores de TV paga reconocidos por los sistemas de cable y DTH (7% de aumento en relación a agosto 2013), en tanto Chile llegó a 3,1 millones (14% de crecimiento), Uruguay creció a 735 mil (18%), Paraguay a 440 mil (12%) y Bolivia a 370 mil (56%), en este caso con un ajuste de valores anteriores en función de lo surgido de Asunción Media Show en Paraguay el mes pasado.

Estos valores se comparan con los de Brasil, que creció 11% en los últimos doce meses y llegó a 19 millones de suscriptores, y México, que en agosto estaba superando levemente los 16 millones. El mayor crecimiento en los últimos tiempos se ha dado en Venezuela, que pasó a 4,5 millones de suscriptores, en parte debido a un ambicioso plan de entrega de antenas satelitales subsidiadas por la telco estatal CANTV.



Martín Sabbatella, presidente de AFSCA, Argentina

**MÁS DTH, SALVO EN ARGENTINA**

Efectivamente y con excepción de Argentina, donde el cable sigue teniendo una cuota de mercado predominante (6,59 millones de suscriptores de DirecTV), la televisión satelital va ganando terreno, empujada por **DirectTV** (en proceso de ventas a AT&T) que opera **Sky** en México —controlada por Televisa— y en Brasil, donde la Globo vendió su parte. Pero también la empujan los telcos como **América Móvil (Claro TV)** y un fenómeno nuevo: las divisiones mayoristas de **Telefónica Media Networks Latin America** y la pujante **TuVes**, adquirida por **Inter** de Venezuela. Esta última ofrece acceso al mercado satelital a sistemas de cable como la propia **Inter**, **TVCable** de Ecuador —ver nota aparte— y en países como Paraguay y Bolivia, donde están modificando el paisaje



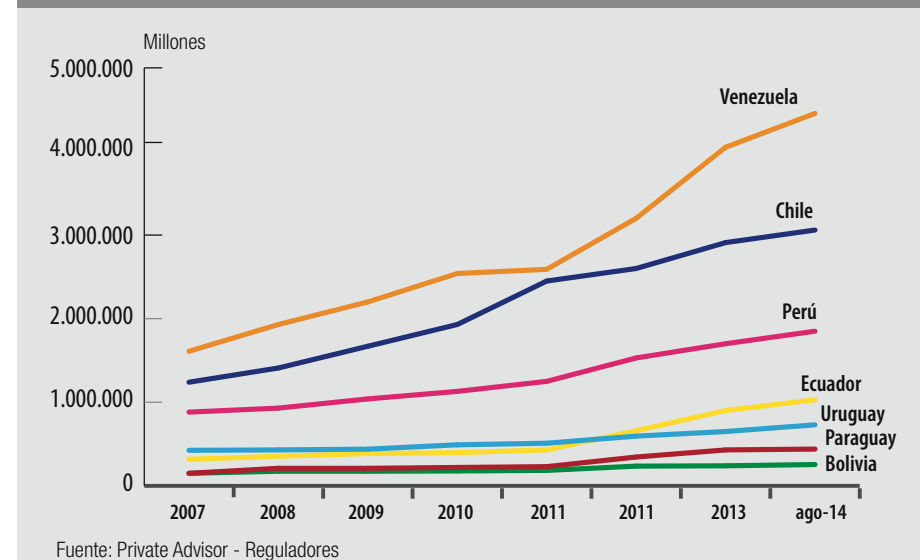
Carolina Cosse, presidente de Antel, Uruguay

**LATAM - PROMEDIO VELOCIDAD DE DESCARGA DE BANDA ANCHA EN CONEXIONES RESIDENCIALES, POR PAÍS (AGOSTO 2014)**

URUGUAY	22,7 MBPS
CHILE	15,1 MBPS
BRASIL	12,7 MBPS
MÉXICO	12,0 MBPS
COLOMBIA	6,3 MBPS
ARGENTINA	6,1 MBPS
PANAMÁ	5,9 MBPS
ECUADOR	5,8 MBPS
PERÚ	5,3 MBPS
COSTA RICA	4,5 MBPS
PARAGUAY	3,1 MBPS
BOLIVIA	2,4 MBPS
VENEZUELA	2,0 MBPS

Source: Ookla

**EVOLUCIÓN DE SUSCRIPTORES DE TV PAGA OTROS PAÍSES DE LATINOAMÉRICA (2007 - AGOS 2014)**



que era habitual hasta hace un par de años.

**FRENTE A LOS OTT**

En el caso de Argentina, el proceso de desinversión parcial encarado por el **Grupo Clarín** en cumplimiento de la ley 26.522 (erróneamente conocida como “de medios”) abre un interrogante sobre la distribución futura del mercado; lo que es claro es que con el índice de penetración más alto de la región —superando el 80%— no hay tanto margen para crecer como en Chile (50%) o Brasil, donde está en el orden del 40%. Por otro lado, la base de suscriptores en Argentina no ha sufrido una erosión por la implementación del servicio **Televisión**



where Richard Quest goes to tell the business story



go there



donde Patricia Janiot va para llevarte el pulso del mundo



allá vamos



JORNADAS INTERNACIONALES 2014: LA TV PAGA DEL CONO SUR SIGUE AVANZANDO



Andrés Gómez Lobo, Ministro de Telecomunicaciones, Chile



Eduardo Neri González, titular de Conatel, Paraguay

**Digital Argentina (TDA)**, que ofrece un paquete de más de 24 canales en forma gratuita con el fútbol local y con HD en muchos casos. Resta ver qué sucederá a futuro con **Netflix** y otros servicios OTT, que podrían impulsar a algunos a 'cortar el cable', como se dice en los Estados Unidos, ante la existencia de opciones como Netflix y los servicios de las telcos. En estos días se conoció una resolución del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires de cobrarle a los OTT y otros servicios de suscripción como **Spotify** en la música, un 3% de ingresos brutos. Por ahora, lo que frena esta migración es la baja velocidad de acceso a Internet que ofrecen los servicios locales —que no cumplen con sus promesas y entregan sólo una parte del ancho de banda que anuncian—,

LATAM - NETFLIX - SUSCRIPTORES POR PAÍS (JUNIO 2014)				
EN MILES (000)				
	2011	2012	2013	JUN-2014
ARGENTINA	57	130	250	310
BRASIL	50	160	450	560
CHILE	27	65	125	155
COLOMBIA	45	110	245	310
MEXICO	60	180	510	640
OTROS	70	140	385	480
<b>TOTAL LATAM</b>	<b>309</b>	<b>785</b>	<b>1.965</b>	<b>2.455</b>

Fuente: Digital TV Research

lo cual resulta en una imagen de calidad muy inferior a la que entregan la mayoría de los servicios de cable, ofreciendo por lo tanto una experiencia sólo para intrépidos.

Brasil (que desplazó a México de la tercera posición; México tiene 12.0), Colombia con 6.3, Argentina con 6.1, Ecuador con 5.7 y Perú con 5.3, en tanto Paraguay está entre los países con menor velocidad de acceso, con 3.1 Mbps, y Bolivia con 2.4, sólo superando a Venezuela, que ocupa la última posición regional, con 2.0 Mbps. Además, Antel ha firmado un convenio con Netflix para mejor distribuir sus contenidos, y tiene el

monopolio del acceso a Internet, habiendo firmado otro convenio con CUTA, una de las asociaciones de cableoperadores, para interconectar a sus socios y mediar en el acceso a Internet de sus suscriptores.

SUSCRIPTORES DE TV PAGA POR PAÍS, POR TECNOLOGÍA EN LATINOAMÉRICA (AGOSTO 2014)

País	Cable	DTH	Total
México	7.350.000	8.660.000	16.010.000
Argentina	6.590.000	2.360.000	8.950.000
Brasil	7.70.000	11.900.000	19.600.000
Chile	1.620.000	1.460.000	3.080.000
Perú	1.570.000	310.000	1.880.000
Uruguay	595.000	140.000	735.000
Paraguay	320.000	120.000	440.000
Bolivia	225.000	35.000	260.000
Ecuador	610.000	460.000	1.070.000
Colombia	4.180.000	1.220.000	5.400.000
Venezuela	22.190.000	2.300.000	4.490.000

Fuente: Private Advisor - Reguladores

URUGUAY, MÁS RÁPIDO

En este sentido, será interesante ver la evolución en Uruguay, donde la telco estatal **Antel** sigue desplegando fibra óptica y ha logrado que sea el país con mayor velocidad de acceso residencial de la región, según Ookla, con un promedio de 22.8 Mbps frente a 15 Mbps en Chile, 12.6 en

LOS PROGRAMADORES NO CEDEN ESPACIO

En la reciente reunión Tepal 2014 de MSOs de cable en América Latina se planteó —quizás por primera vez a este nivel— el tema de la cantidad de canales que se ofrece a los sistemas de TV paga por parte de los programadores, grandes y pequeños, y se utilizó la definición *Real Estate* (negocio inmobiliario) como descripción de la ansiedad por acumular frecuencias por parte de algunos grupos. En general, los programadores negaron esto y hubo voces a favor de reducir la oferta, dado que los cableoperadores necesitan ancho de banda para ofrecer más canales HD y para acceso a Internet. En la práctica, los programadores no están cediendo espacio: no dejan de transmitir canales, sino que los modifican y adaptan la

T.M.A. © 2014 TCM - A Time Warner Company. All rights reserved.

CELEBRAMOS 10 AÑOS CON 30 PELICULAS QUE SON PARTE DE TU VIDA.

EN SEPTIEMBRE. TODOS LOS DIAS, 22 HS.

f /TCMLA @TCMLA TCMLA.COM





JORNADAS INTERNACIONALES 2014: LA TV PAGA DEL CONO SUR SIGUE AVANZANDO

programación a otro *target* (objetivo) de audiencia. El criterio generalmente aceptado es formular nuevas propuestas sobre frecuencias —y bases de suscriptores— existentes, como ha sucedido con *Mundo Fox* y *Fox Life* por parte de Fox y *Lifetime* —en sociedad con Sony— y *H2* por parte de A&E. También está el ingreso de nuevos jugadores, como AMC, cuyo canal insignia es *Sundance Channel* y que al haber comprado Chellomedia —que comprendía MGM Networks Latin America y Pramer— tiene ahora espacio para lanzarlo en la región y ha rebautizado el canal MGM como AMC, y Scripps Networks —presente en Tepal ofreciendo su *feed* en inglés para el Caribe— con el plan de lanzar sus canales en Brasil, entre ellos *Food Network*, a partir de este último trimestre de 2014. También está la telco Millicom, con canales que ya están adoptando sus sistemas Tigo en América Central, Colombia, Bolivia y Brasil, y empresas como TV Azteca y MVS de México que ya tienen



Oscar Coca, presidente de Entel Bolivia

una base y buscan ganar posiciones a costa de sus adversarios más débiles.

Está sucediendo también en varios países de la región, entre ellos Brasil, Venezuela y Argentina, un proceso de sustitución de canales por otros considerados de interés por las autoridades. Independientemente de la audiencia que puedan tener estas señales, su inclusión en los paquetes analógicos resulta en el desplazamiento de los que ocupaban esas frecuencias.

Este panorama permite estimar que, al



Hans Holger Albrecht, CEO de Tigo/Millicom

menos para un futuro cercano, la relación entre programadores y operadores de TV paga dependerá de la fuerza relativa de cada empresa o grupo de empresas en las negociaciones. Ya no se espera que la digitalización, actualmente en el orden del 25% en el cable y 100% en los sistemas DTH, resulte en futuras ampliaciones masivas de la oferta de canales, desde que los cableoperadores ven más rentabilidad en utilizar el ancho de banda para Internet que en agregar más opciones de TV a las existentes.

SOUTHERN CONE: PAY TV KEEPS MOVING AHEAD

The Latin American Southern Cone pay TV markets have grown at rates between 7% and 18% during the past twelve months: Argentina expanded by 7%, Chile grew 14%, Uruguay 18%, Paraguay 12% and Bolivia, through a data adjustment, expanded by 56%, while it remains being the tiniest market in the region. By comparison, Brazil expanded 11%, the same as Mexico, while Venezuela grew 16% after an aggressive drive by State-controlled telco Cantv to deliver subsidized DTH dishes and decoders.

With the exception of Argentina, satellite-delivered services are gaining market share against cable. Four telcos: America Móvil, Telefonica, Claro and DirecTV —being acquired by AT&T— account for more than 40% of it, and a fifth one —Luxembourg-based Millicom— is making inroads in Central America as well as Colombia, Paraguay and Bolivia in

South America.

OTT and Digital Terrestrial Television remain future threats to the linear pay television industry, but this has not been reflected by an emergence of “cord-cutters”, being more visible in the case of new households that stick to broadband for entertainment instead of subscribing to pay TV. In Argentina, Buenos Aires City is planning a 3% tax on online entertainment payments that would affect Netflix and other OTT providers. By contrast, Uruguayan state-controlled telco Antel, which exerts a monopoly on Internet access, has signed a contract with Netflix calling for its FTTH users to enjoy facilities when downloading Netflix contents.

Yet, OTT faces a basic roadblock: Latin America is consistently trailing other countries concerning broadband connections. This guarantees viewers a better experience

—with the exception of Uruguay— when watching cable TV instead of Internet-delivered content. Since many of the ISP’s are linked to cable MSO’s, it doesn’t come as a surprise that they are not feeling eager to change this situation.

Regarding programming, the major providers are reshuffling the channels that attract smaller audiences, re-branding them in order to become more competitive. There are also new companies, such as AMC —which purchased Chellomedia— and Scripps —launching its channels in Brazil on 4Q14— that are looking for room or more breathing space. Some governments that are ordering mandatory carriage of signals considered of National interest further complicate the scenario; and, most operators are willing to devote any available spectrum slot to Internet access, instead of adding new SD or HD channels.



EL HOMBRE MÁS RÁPIDO DEL MUNDO.

NUEVA SERIE.

# FLASH

JUEVES 16 OCT 21h

#WarnerEstrena

THE FLASH™ and all pre-existing characters and elements™ and © DC Comics. The Flash series and all new characters and elements™ and © Warner Bros. Entertainment Inc. All Rights Reserved.



## JORNADAS INTERNACIONALES 2014



### CONFERENCIAS ACADÉMICAS TÉCNICAS - ATVC

"El nuevo hogar digital"  
Miércoles 17 de Septiembre  
Salón Atlántico C

09.00 - 09.30: Desayuno de bienvenida  
09.30: Palabras de bienvenida de Walter Burzaco  
09.45 - 10.30: Presentación I: "Redes de datos en el hogar"  
Disertante: Norberto Harmath - Gerencia Técnica - Cablevisión S.A.  
10.30 - 11.15: Presentación II: "Home Media Gateway"  
Disertante: Marcos Aberastury - Gerencia Técnica - Cablevisión S.A.  
12.00 - 14.00: Lunch  
14.00 - 14.45: Presentación IV: "Soluciones híbridas para TV digital"  
Disertante: Pablo Fernández - Jefe de Ingeniería - Red Intercable S.A.  
14.45 - 15.30: PRESENTACION V: OPTIMIZACIÓN Y GESTIÓN DEL USO DE INTERNET  
Disertante: Freddy Julio - Jefe de Departamentos Servicios IP - Cotas Ltda. Bolivia.  
15.30: Entrega de certificados

### III JORNADA DE CAPACITACIÓN AUDIOVISUAL - DISTRITO AUDIOVISUAL

Miércoles, 17 de septiembre

10.30 - 11.00: Desayuno de bienvenida  
11.00 - 13.00: "La revolución digital. Industria, negocio, contenidos y entretenimiento"  
Docente: Lilian Beriro (Qubit TV y RGB)  
13.00 - 14.00: Lunch (exclusivo para asistentes a la Jornada)  
14.00 - 16.00: "Guionista multitasking. Cómo desarrollar y escribir proyectos de animación, de piso y documental"  
Docente: Leandro Katz (PAKA PAKA y FOX)  
16.00 - 16.15: Entrega de certificados

### WORKSHOPS TÉCNICOS

Jueves 18 de Septiembre  
Salón Atlántico C

10.00 - 10.30: Desayuno de bienvenida  
10.30 - 11.00: "Solución de descubrimiento personalizado",  
Presenta: ROVI  
Disertante: Alejandro Magaña, Licensing LTAM VP  
11.00 - 11.30: "CCAP y DOCSIS 3.1: Ventajas estrategias de implementación"  
Presenta: ARRIS  
Disertante: Rodrigo Plaza, IP Sales Engineering Manager  
11.30 - 12.00: "El hogar conectado"  
Presenta: Nagra Kudelski  
Disertante: Sacha Bugnon, Sr Solution Architect  
12.00 - 12.30: "Monitoreo y control de redes Docsis"  
Presenta: Interlink  
Disertante: Emiliano Bonansea, Gerente de Tecnología,  
12.30 - 14.30: Lunch  
15.00 - 15.30: El cambio A OTT - ¡Aproveche la oportunidad!  
Presenta: IRDETO  
Disertante: Mauro Arikawa, Director de Ventas  
15.30 - 16.00: Negocios en la era del video streaming  
Presenta: Furukawa  
Disertante: Edmond Ayvazian, Coordinador Responsable por FTTH  
16.00 - 16.30: Power & Tel.  
16.30 - 17.00: Solution Box

### CONFERENCIA SCTE

Viernes 19 de Septiembre  
Salón Atlántico A

09:30 - 09:45: Desayuno de bienvenida  
09:45 - 10:00: Bienvenida del presidente de ATVC, Walter Burzaco y de la SCTE, Steven Harris, director senior, educación e ingeniería - Tecnología avanzada de redes

11.00 - 11.30: Redes wifi comunitarias "Requerimientos y desafíos de la Comunidad WiFi"  
Disertante: Steven Harris  
11.30 - 12.00: Cyber Seguridad  
Disertante: Susan Joseph - Principal Security Architect - Cable Labs.  
12.00 - 13.00: Lunch  
13.00 - 13.30: Desplegando DOCSIS 3.0 "Despliegue, el impacto del IPv6 y cómo preparar la Red para DOCSIS 3.0"  
Disertante: Steven Harris  
13.30 - 14.00: "Docsis 3.1 impacto en la capacidad de las redes"  
Preparación de las Redes, PNM aplicado a las Redes DOCSIS 3.1  
Disertante: Daniel Howard- SVP Engineering and CTO - SCTE  
14.00 - 15.00: "Arquitecturas avanzadas FTTH: costos, capacidad comparativa a DOCSIS 3.0/3.1. ¿No más coaxial? ¿El futuro es FTTH? GPON, RFOG"  
Disertante: Daniel Howard - SVP Engineering and CTO - SCTE.  
16.00: Entrega de certificados

### DÍA DEL CABLE Y LA EDUCACIÓN

Viernes 19 de septiembre  
Salón Atlántico A

10.00 - 10.30: Acreditación y desayuno  
10.30: Palabras de bienvenida, Walter Burzaco, presidente ATVC  
10.30 - 11.30: "Televisión: Huella cerebral y responsabilidad social", Marisa Piñero, Country Manager de AMC Networks Intl. Latin America  
11.30 - 12.30: "Videojuegos y TV. Una nueva experiencia educativa", Darío Caamaño y Juan Manuel Péndol, Conexión Educativa  
12.30: Lunch  
13.30 - 14.30: "Herramientas Discovery en la escuela que apoyan a los docentes en el uso de la programación", María Teresa Velasco, gerente relaciones institucionales, Discovery Networks Latin America / USH



Nueva Serie:  
28 de septiembre, 8PM MX / 10 PM AR.



Viaja a lo mejor del misterio, acción, aventura, y fantasía.\*

(\*)Este dato no es ninguna fantasía.

Consulta con tu cableoperador.



## CABLEVISIÓN INVIERTE Y CRECE EN HD Y CONTENIDO NO LINEAL

MÁS DE 4,4 MILLONES DE ABONADOS EN TV PAGA

A pesar del Mundial de Fútbol, este año **Cablevisión** de Argentina no vio un crecimiento notable en el cable como acostumbra cada cuatro años, según dijo a **PRENSARIO** **Antonio Álvarez**, gerente de programación del principal operador de TV paga en el país.

‘Si bien hemos crecido, el crecimiento ha sido inferior al esperado en un año mundialista, los índices han sido similares a los del año pasado. Con respecto a banda ancha el mercado está mostrando ya una saturación por lo que los niveles de crecimiento son también inferiores a los del año pasado.’

Cablevisión tiene 3,5 millones de clientes al servicio básico, 300.000 en digital y más de 600.000 en HD. ‘Este último es el que más está creciendo, ya que todas nuestras inversiones en cajas están basadas en esta tecnología’, afirmó Álvarez.

‘Todo nuestro foco está puesto en transformar la experiencia de nuestros clientes, pasando de ofrecer solo un producto lineal a una gran cantidad de oferta no lineal para que los clientes puedan ver los contenidos donde quieran y cuando quieran, desde cualquier dispositivo. Nuestra oferta de contenidos no lineales ha crecido significativamente este año, y el 80% de los clientes con este tipo de servicios ya lo han disfrutado.’

### INVERSIONES Y PROYECTOS

Sobre las principales inversiones y proyectos desarrollados este año, Antonio Álvarez comentó: ‘El fortalecimiento de nuestras redes es nuestro principal objetivo. En este tema podemos destacar dos puntos: la ampliación de nuevas zonas donde las redes se reemplazan por redes bidireccionales de última generación, y la ampliación de la capacidad de transporte de nuestra red, ya que los mayores consumos de ancho de banda por cliente, sumado al consumo creciente de streaming de video, nos obligan a ampliar nuestra capacidad de transporte en un 35% interanualmente.’

‘Tanto el aumento de definición en nuestras pantallas de la mano del 4K, como el pasar de lo lineal a lo no lineal, serán los ejes del desarrollo de todos nuestros productos futuros que vendrán acompañados de mayor interactividad en la pantalla, más ancho de banda e innovadoras formas de interactuar entre el cliente y las pantallas’, completó.

En la parte de programación, la empresa sigue enfocada en ampliar la grilla HD. ‘Entendemos que con la oferta actual está satisfecha la demanda del cliente. Vamos a seguir emitiendo los

partidos de la Liga Española, del Barcelona y Real Madrid, y a futuro para el 2015 y 2016, seguir incorporando nuevas señales HD, pero éstas van a tener que justificar su incorporación, con buen contenido de programación y calidad de imagen’, explicó el gerente de programación de Cablevisión.

‘El mercado argentino es muy competitivo, evoluciona año a año. Hay que acompañar con importantes inversiones para poder satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Sabemos cómo desarrollar esta industria, lo venimos haciendo desde hace muchos años, pero necesitamos reglas más claras’, comentó.

### NUEVA PLATAFORMA OTT

En la segunda parte del año, el MSO lanzó Cablevisión Play, una plataforma OTT que brinda acceso en cualquier momento, lugar y desde múltiples dispositivos conectados.



Antonio Álvarez

Dijo Álvarez: ‘Seguimos avanzando con la implementación en las distintas plazas donde operamos, el cliente ya comenzó a consumirlo y a familiarizarse. Esto se ve reflejado en los distintos consumos que venimos teniendo.’

‘Seguimos hablando con los distintos programadores para poder ofrecer en VOD el total de la programación lineal que ofrecemos en las distintas señales básicas y Premium. Nuestra intención es poder ofrecer a todos nuestros clientes una televisión interactiva para que puedan ver nuestros contenidos en formato lineal (tradicional) o a la carta (on demand) cuando quieran, dentro y fuera del hogar en la pantalla o dispositivo que quieran.’

FIBERTEL: 1,6 MILLONES DE ABONADOS DE BANDA ANCHA

‘Este fue otro buen año para la empresa. Si bien el mercado argentino de banda ancha muestra una fuerte desaceleración, **Fibertel** continúa liderando en tecnología y servicio, lo que nos transforma en la compañía más elegida’, dijo a **PRENSARIO** **Gonzalo Hita**, gerente comercial del proveedor de Internet del grupo **Clarín**, que totaliza 1,6 millones de abonados en Argentina.

Fibertel continúa ampliando su cobertura. ‘Seguimos acercando la fibra óptica al hogar; nuestra estrategia de achicamiento de nodos y nuestras fuertes inversiones en la red nos han dado una capacidad de transporte y estabilidad únicas’. Hita mencionó el proyecto de *Fibertel Zone*, una red Wi-Fi gratuita para clientes y no clientes. ‘Esta red, con más de 1000 puntos distribuidos en Capital Federal y Gran Buenos Aires, Rosario, Córdoba, Santa Fe y la Costa Atlántica, conecta a miles de personas que frecuentan bares, gimnasios, cines, plazas y restaurantes.’

Además, sigue invirtiendo conectividad dentro y fuera del hogar, ‘preparándonos para lo que vendrá: nuevas plataformas interactivas de video con contenidos lineales y VOD en cualquier pantalla’, completó el ejecutivo.

Sobre el mercado argentino dijo: ‘Es un mer-



Gonzalo Hita

cado ya maduro, consolidado en cuanto a su penetración pero que le queda mucho por hacer con el tema de las velocidades. Si bien el cablemodem (salvo casos excepcionales) muestra velocidades que están entre las más altas de la región, el ADSL ofrece velocidades promedio bajas’. ‘La demanda de ancho de banda sigue creciendo y los ISP debemos acompañar ese desarrollo. Esto es un gran desafío ya que Argentina enfrenta muchas restricciones para la importación de tecnología, carece de acceso al crédito y a reglas de juegos claras y de largo plazo. Adicionalmente, nuevos jugadores utilizan la infraestructura argentina (redes privadas de los distintos proveedores de internet) lucrando con ellas y sin contribuir a su desarrollo. Así sigue creciendo la demanda de streaming de video y la necesidad de ampliar la capacidad instalada.’



**Nos mueve la misma pasión**

**Discovery turbo**

Contactos: Sergio Canavese, Director Regional de Ventas de Afiliados Cono Sur y Claudio Isolani, Gerente de Cuentas Cono Sur. Av. Del Libertador 101 - Piso 12 (B1638BEA) Vicente Lopez, Buenos Aires, Argentina - Tel +5411 .4000.4030 /4031



## DIRECTV PANAMERICANA: 'EL MUNDIAL IMPULSÓ GRANDES INVERSIONES'

REPORTAJE A PAMELA GIDI, VP MARKETING

De los 18 millones de clientes de DirecTV en toda Latinoamérica, más de 6 millones pertenecen a la división PanAmericana, que abarca nueve territorios: Argentina, Chile, Uruguay, Colombia, Ecuador, Perú, Puerto Rico, Venezuela y el Caribe. Pamela Gidi, quien se desempeña como VP de marketing y relaciones públicas de esta división desde enero de este año, quien dio un reportaje especial para Prensario, de cara a Jornadas Internacionales.

Sin duda, el acontecimiento más importante del año para uno de los mayores operadores de DTH de toda la región fue la Copa del Mundo Brasil 2014, que impulsó numerosas inversiones, lanzamientos de servicios y programación especial en los canales específicos. Dijo la ejecutiva: 'DirecTV realizó una histórica cobertura, que se destacó por la transmisión de todos los partidos en alta definición en la pantalla del televisor, así como el estreno de la multipantalla, con la disponibilidad de todos los encuentros en *live streaming* a través de nuestra plataforma online *DirecTV Play* y de la aplicación *DirecTV Sports Copa Mundial de la FIFA*. Esta oferta fue acompañada de productos diferenciadores y una amplia gama de servicios'.

Las ganancias de DirecTV PanAmericana crecieron 42% en el segundo trimestre del año frente al mismo periodo del 2013, impulsado por un 15% de incremento en

la base de suscriptores y 23% en los ingresos promedio por abonado (ARPU). Este incremento del ARPU se debió, además de los aumentos de precios, al crecimiento en servicios avanzados.

Sólo en el segundo trimestre, se incorporaron 406.000 suscriptores netos, lo que se explica por la demanda generada a partir de la Copa del Mundo FIFA 2014, incluyendo tasas mayores de reconexiones prepagas. Esto fue producto de una exitosa estrategia de inversiones y proyectos pensados para "el evento del año". 'Sin dudas, los campeonatos de nivel mundial implican una gran inversión y en DirecTV lo llevamos a cabo porque queremos entregar la mejor experiencia en entretenimiento a nuestros televidentes'.

Completó: 'Es por esto que ya estamos trabajando para la Copa América 2015, que será otro gran evento en nuestra región y para el cual brindaremos una cobertura única. Además, seguimos invirtiendo en contenidos de programación de calidad y en lo que nuestros suscriptores quieren ver así como en la última tecnología para seguir entregando la mejor imagen y sonido 100% digital'.

La empresa apunta a desarrollar cada vez más la distribución multiplataforma y TV Everywhere. 'Seguimos innovando para continuar ofreciendo la mejor experiencia en entretenimiento cómo, cuándo y dónde



Pamela Gidi, VP de marketing

el usuario quiera a través de una oferta multiplataforma. Destacan las transmisiones deportivas como el Mundial y otros campeonatos como las principales ligas europeas, así como los más de 5.000 títulos que cada mes nuestros suscriptores pueden acceder desde *DirecTV Play*, ya sea a través de su computador, tableta o teléfono inteligente. Enfatizando en la experiencia vivida con Brasil 2014, el evento nos puso una vez más a la vanguardia en tecnología y brindó a nuestros suscriptores una experiencia sin paralelos del magno evento del fútbol'.

Finalmente, opinó sobre el mercado de TV paga en Sudamérica: 'El mercado de televisión paga en el Cono Sur sigue un curso imparable de desarrollo con la creación de nuevas tecnologías que ponen a nuestra audiencia en una posición verdaderamente privilegiada. Hoy en día nuestros suscriptores eligen lo que quieren ver, cómo lo quieren ver y en la mejor calidad posible. Todo esto unido a un nivel de atención personalizado y cercano a las necesidades de cada uno'.



PRENSARIO seguinos en @PRENSARIO o en Prensario.tv

**TNT GO**

OFRECE A TUS CLIENTES TNTGO

LA NUEVA PLATAFORMA PARA DISFRUTAR DEL MEJOR CONTENIDO DE TNT CUANDO QUIERAS Y COMO QUIERAS.

TNTGO.TV

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / CARIBE  
Luis Bolio@turner.com  
Tel. (52 . 55) 5089 . 6272

COLOMBIA / VENEZUELA / ECUADOR / CHILE / BOLIVIA / PERÚ  
Gustavo Mhaker@turner.com  
Tel. (56 . 2) 367 . 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

TM & © 2014 TURNER ENTERTAINMENT NETWORK, INC. TNT LATIN AMERICA, LA FIBRA MARKET COMPANY. ALL RIGHTS RESERVED.



## SUPERCANAL: CRECIMIENTO AL RITMO DE LAS NUEVAS EXIGENCIAS DEL CLIENTE

### RELANZA LA SEÑAL TVEO

'Supercanal ha tenido un desempeño que está dentro de los niveles presupuestados para este año, lo que ha permitido contar con los recursos necesarios para afrontar la prestación de los diversos servicios actuales, mejorar las grillas digitales HD y ejecutar un plan de inversiones en algunas plazas', dijo a Prensario, **Marcelo Juárez**, quien desde hace seis años ocupa la gerencia de programación de la empresa que provee TV por cable, Internet y telefonía en el interior del país.

'En el contexto de la economía argentina, Supercanal está haciendo esfuerzos por desarrollar clientes dado que éstos cada vez son más exigentes en cuanto a la calidad de servicio y a la variedad de productos. Entender esta nueva demanda nos permitirá competir, manteniendo y desarrollando la cartera, aún en las actuales condiciones macroeconómicas. Todas estas variables han sido tenidas en cuenta en el presupuesto, por lo que ha sido posible gestionar los impactos económicos y financieros', dijo el ejecutivo que este año cumple más de 17 años en la industria.

Entre los principales proyectos para lo que queda del año y el que viene, destacó la mejora

de redes, equipamiento de más redes para que sean aptas para prestar servicios de banda ancha, y la 'eventual compra' de más sistemas de TV digital.

#### NUEVOS SERVICIOS Y PROGRAMACIÓN

'Sobre la base del plan de inversiones trazado desde fines de 2013, vamos a seguir con la mejora continua de las grillas HD, el lanzamiento del servicio de Internet banda ancha con Wi-fi en nuevas plazas y continuar con el proceso de digitalización de más cabeceras del servicio de TV paga, que nos permitirá incursionar en ofertas no lineales con VOD, Catch-up TV, PPV, entre otros servicios interactivos'.

Entre las novedades en programación, Juárez destacó: 'Estamos coordinando el lanzamiento de nuevas señales en HD, tales como **Nat Geo** (ahora 24 hs) y **Fox Sports 2**, la distribución de las señales que ya tenemos contratadas, como pack **ESPN/Disney**, pack **HBO** básico y premium; pack **Discovery**, **TyC Sports**, **MTV**, pack **Fox** y pack **Moviecity**, **Golden** y **UFC**, y eventualmente contratar nuevas señales HD. También estamos preparando el relanzamiento de la señal de



Marcelo Juárez

generación propia TVEO, como diferencial respecto a otros servicios de TV paga'.

#### MERCADO ARGENTINO

Sobre la TV paga en el país, Marcelo Juárez opinó: 'En general, el mercado de TV paga básico, al menos en el cable, está "amesetado", mientras el consumo de los nuevos servicios digitales, lineales y no lineales, on-net y off-net, siguen creciendo a buen ritmo. La tecnología sigue su curso, desarrollándose y expandiéndose a pasos agigantados'.

'A este contexto macroeconómico, tecnológico y de hábitos de consumo, se agregan los procesos de concentración y desconcentración, que suelen ser típicos en un mercado tecnológico-intensivo. En conclusión, las tendencias, principalmente de estas variables, son las que van a marcar el rumbo que tome el mercado argentino de TV paga en el próximo lustro', finalizó el gerente de programación de Supercanal.

## TELECENTRO: GRANDES CAMPAÑAS A NIVEL MASIVO

### APUNTA A TODOS LOS PÚBLICOS, INCLUSO CON FACTOR ASPIRACIONAL

Tras cerca de 15 años de trabajo de **Telecentro** en el tendido de su red de fibra óptica por toda la Capital Federal, que siempre destaca a **Prensario** su presidente **Sebastián Pierri**, el primero operador que pudo ofrecer triple play a gran escala en el país quedó bien posicionado para avanzar estos dos años con los servicios más avanzados del mercado. Esto es una gran oferta de HD que hoy abarca 31 señales y también la tv everywhere con **Telecentro Play**, una de las novedades fuertes de este año.

Todos estos nuevos servicios se vieron en las agresivas campañas a nivel masivo tanto en vía pública como en los medios, que tuvo mucho énfasis durante el mundial y ahora siguen con

continuidad. La oferta es un paquete de triple play muy atractivo que diferencia a Telecentro, con televisión, telefonía y muy buenos 10 megas de wifi por \$ 434 al mes. Por si fuera poco, se regala por tres meses, a manera de introducción a los clientes, el pack de las señales HD con los paquetes Premium de **HBO** y **Moviecity**, esperando que después el público se los quede.

De la campaña es interesante también, tanto en el mundial como ahora, su factor aspiracional. Se apunta a un sector social joven, de influencia femenina y de buena posición económica, para competir con lo mejor del



Sebastián Pierri

mercado local. Hace tiempo que **Telecentro** dejó de enfocar su crecimiento en los sectores populares que pudieran tomar segmentos mínimos y confirma su crecimiento con una propuesta integral atractiva para todo público.



Cada operador que decide NO pagar por nuestros canales, le resta recursos a la Producción y Compra de Contenidos, al desarrollo de tecnología, a la inversión que es necesario hacer para que nuestra Industria siga creciendo. Es simple, cuando aumenta la piratería, se empobrece nuestro negocio. Sumate a nuestra iniciativa, por una Industria contra la ilegalidad. Sumate a PIRATERIA CERO antes que no haya nada para ver.





## CABLEHOGAR: INTERNET DE ALTA VELOCIDAD Y FIBRA AL HOGAR

EL AÑO QUE VIENE LANZARÁ SU PLATAFORMA OTT

Marcelo Massatti, director de CableHogar, explicó a Prensario que este año, las inversiones de la empresa estuvieron centradas en dos objetivos principales: acercar la fibra al cliente final, y preparar los headends y hubs para comercializar el servicio de banda ancha de alta velocidad.

‘Para acercar la fibra al cliente final, incorporamos hubs, reducimos el tamaño de los nodos, asignamos mayor cantidad de pelos de fibra por nodo y además, empezamos a utilizar la arquitectura llamada FTTB (Fibra al edificio). Además, preparamos los headends y los hubs para poder vender servicios de banda ancha de alta velocidad basados en Docsis 3.0’, detalló.

‘Por otra parte, realizamos pruebas para incorporar nuevas tecnologías de acceso como GPON y aumentamos considerablemente la penetración de nuestro servicio de video digital y HD’, dijo Massatti, y adelantó que el año que

viene, el plan de CableHogar, además de terminar de concretar los objetivos de este año, es ‘lanzar una plataforma de

Video On Demand a través de los Set-Top-Boxes’.

Explicó el ejecutivo: ‘El desarrollo tecnológico ha transformado la utilización de redes dedicadas a únicos servicios. Hoy confluyen múltiples servicios a través de las mismas redes modificadas, donde las compañías de cable y las de telecomunicaciones interactúan y compiten por el mismo cliente. Los hábitos de consumo de los usuarios se vuelcan a utilizar distintos dispositivos que le permitan acceder a todos los servicios’.

‘La tecnología IP ha permitido el ingreso de múltiples operadores que generan acceso a contenidos de video directo al televisor mediante internet, como Netflix o Qubit. También en voz



Marcelo Massatti, director de CableHogar



como lo hace Skype. Esto implica el incremento permanente del tráfico de datos debido

al Streaming o descargas de video en Internet’.

En este contexto existe múltiple oferta de ventanas de exhibición, explicó Massatti, ‘es donde comienza a tomar forma la diferenciación de generación de contenidos propios, como ya lo viene demostrando Netflix, y el riesgo de los operadores de cable medianos por su baja escala de ser presos de un commodity de transporte’.

Sobre el mercado argentino, concluyó: ‘Se han demorado, y en algunos casos incluso frenado, las inversiones necesarias para seguir el tren del recambio tecnológico, pero no por decisión empresarial sino por las limitaciones aduaneras a productos indispensables no fabricados en el país’.



**OTT:** Permite a operadores de PayTV y otros, alcanzar suscriptores fuera de la frontera de sus redes, optimizando anchos de banda externos en redes cerradas.

**VOD SERVER:** Disponibiliza contenidos para ser entregados a demanda a través de Internet, provee la posibilidad de almacenar contenido de forma escalable.

**CAS:** Integrado a los sistemas de acceso condicional y de manejos de derechos de contenido Conax, CryptoGuard, Verimatrix y Playready.

**MAM:** Permite almacenar sus activos digitales en un servidor local así como en la nube, integrado con BOLD - CDN y otros.

**STB:** BOLD tiene integrada sus soluciones con algunas de los mejores fabricantes de STB, son compatibles con nuestros sistemas y han aprobado los protocolos de certificación.

**MIDDLEWARE:** Middleware CubiTV y CubiNet TV, distribuyen contenidos a través de IP y DVB, explotando las mejores ventajas, pudiendo trabajar en sistemas híbridos así como exclusivos IP o DVB.

**DIGITALIZACIÓN BOLD-HEADEND:** Desarrollada íntegramente por BOLD MSS, permite digitalizar totalmente operaciones de PayTV en la región, excelente relación costo calidad cumpliendo con los más altos estándares de la industria.

**MULTIPLATAFORMA:**

Windows PC / OS Mac  
iPad / iPhone / iPod  
Teléfonos Android  
Tabletas Android.



**CONTACTO**

Mail: adroyeski@boldmss.com  
clientes@boldmss.com  
Mob.: +5491169421745

Dirección: Yí 1485 / Tel.: +598-2903-0382  
Montevideo - Uruguay / www.boldmss.com

MEDIA PARTNERS:



El Entertainment Television es un canal distribuido por HBO Latin America Group.

# AMAMOS LAS PELIS

PARA AMAR A NUESTROS FAMOSOS  
HAY QUE AMAR SU TRABAJO

VIERNES  
23:00HS

ONLINELATINO.COM EONLINE LATINO @EONLINELATINO @EONLINELATINO



## COLSECOR: NUEVOS SERVICIOS LLEGAN A MAYORES COMUNIDADES

ADEMÁS DEL HD Y VOD, EN MAYO LANZÓ IPTV

Colsecor es una cooperativa de primer grado integrada por cooperativas y Pymes de todo el país, que prestan servicio de televisión paga y telecomunicaciones en 178 comunidades asociadas. Entre sus servicios, también cuenta la distribución de contenidos en vivo y bajo demanda, Internet de banda ancha, transporte de datos y telefonía en todo el país.

José Néstor Lino, presidente de Colsecor, comentó a PENSARIO el desempeño de la organización en lo que va del año, afirmando que entre septiembre 2013 y agosto 2014, tuvo un crecimiento similar a los periodos anteriores. 'En la medida en que la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (Afsca) autorizó nuevos licenciatarios, éstos fueron sumándose a nuestra integración', aclaró.

'Por otro lado, desde la plena aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Au-



Julián Rodríguez, operaciones y programación, en Colsecor

di visual en 2011, Colsecor experimentó un cambio sustancial en la composición de sus asociadas, que hasta ese momento promediaban los 10.000 habitantes por localidad. Comenzaron integrarse comunidades de más de 45.000 habitantes (Tres Arroyos-BS.AS., Santa Rosa-La Pampa, Del Viso-BS.AS., entre

otras) que modificaron sustancialmente el mapa de nuestras asociadas. Además, todas las nuevas cooperativas prestan servicios en competencia con el mayor operador privado de TV paga', añadió Lino.

### NUEVOS SERVICIOS

Entre los servicios que brinda Colsecor, se destacan más de 40 cabezales regionales que permiten la digitalización de señales de televisión y el avance hacia la tecnología de alta definición, o HD, dotando a la empresa de aquellas prestaciones de valor agregado al básico. A esto se suma el lanzamiento de IPTV; dijo el ejecutivo: 'Luego de varios años de desarrollo, se presentó en mayo de este año Colsecor IPTV, una solución integral de procesamiento y distribución de contenidos en vivo y a demanda (VOD y OTT), adaptada a los requerimientos de las asociadas'.

'Para esto, hemos implementado una plataforma (middleware) a medida posible de adaptar a las diversas realidades de las asociadas para que éstas puedan acceder ahora o en un futuro nuevos servicios vinculados con las tendencias del mercado audiovisual.

Colsecor IPTV favorece la integración de las asociadas, permite inversiones conjuntas, posibilita mejorar los acuerdos con los proveedores y fundamentalmente está basado en una arquitectura que le da la posibilidad al operador local (asociado) de tener el control sobre sus señales y la administración de sus abonados'.

Agregó: 'En los últimos dos años, Colsecor y un conjunto de 11 asociadas que hoy están camino a lanzar el servicio de IPTV, han llevado adelante una importante inversión



José Néstor Lino, presidente de Colsecor

que ronda los USD 1,4 millones para adquirir y adaptar los principales componentes tecnológicos del nuevo servicio. El desembolso involucró la compra de un cabezal para recibir y codificar las señales de contenidos, el CDN (red distribuidora), el middleware (software que administra usuario, contenidos, servicios, dispositivos) y el CAS/DRM (servicio de control de acceso y gestión de derechos digitales)'.



### EL MERCADO ARGENTINO

En referencia a la situación argentina en cuanto a la TV paga, dijo Néstor Lino: 'Contrariamente a lo que se suponía tras la implementación de la TDA, la penetración de la TV paga ha seguido una curva ascendente de crecimiento. De igual modo, ha avanzado en el país la TV satelital por suscripción con métodos de comercialización que, según entendemos desde Colsecor, no se ajustan a los parámetros de legalidad y competencia fijados para otros operadores'.

Y concluyó: 'No podemos dejar de mencionar, por otro lado, la rápida evolución que ha tenido en los últimos años el mercado audiovisual. La aparición de nuevos dispositivos al alcance de los usuarios ha complejizado el escenario imponiendo nuevos desafíos a los operadores y prestadores de TV. El objetivo de Colsecor es avanzar hacia esas necesidades para mejorar la experiencia de nuestras asociadas y que éstas puedan brindar nuevos servicios a sus abonados a partir de cualquier red'.

SÉ *Original*



DUCK DYNASTY





## TELPÍN DE PINAMAR LANZÓ SU SERVICIO DE VIDEO TV

LIDERA LA MOVIDA DE COOPERATIVAS DENTRO DE CATEL

Telpin, la Cooperativa Telefónica de Pinamar, provincia de Buenos Aires, lanzó el 4 de septiembre el servicio de IPTV bajo la marca Telpin TV Smart, en el que la empresa ha invertido fuertemente desde que la Afsca le otorgó su licencia habilitante en 2013.

La presentación tuvo lugar en la sede de la UADE de la ciudad balnearia de Pinamar, donde también dieron a conocer el canal local Telpin TV Canal 2, ante un auditorio completo. Participaron el Ing. Darío Oliver, gerente general de la cooperativa, y el Ing. Roberto Salinas, gerente comercial, quienes explicaron las características distintivas de este nuevo servicio de TV paga con todas sus ventajas, así como las diferentes aplicaciones que permite el uso de la plataforma y los planes comerciales. Junto con las cooperativas que,



El Intendente Pedro Elizalde, en el lanzamiento de IPTV

habilitadas por Afsca, van lanzando este servicio –como Colsecor– Telpin es una de las primeras en operar IPTV en el país.

También estuvo presente el intendente municipal, Pedro Elizalde junto a diferentes funcionarios, concejales, miembros del consejo de administración de Telpin, empresarios locales y empleados de la cooperativa.

### LANZAN COOPERATIVAS DE CATEL Y COLSECOR

Vale recordar que Telpin integra Catel, la cámara de cooperativas en la que Darío Oliver es directivo junto al actual presidente, Ariel Fernández de Telviso, de Del Viso. Las cooperativas están lanzando su servicio de video compartiendo un único headend situado en Buenos Aires, que abastecerá vía IP a Morteros (tenía intenciones de lanzar incluso antes del



Darío Oliver en la presentación

Mundial de Fútbol), Telpin de Pinamar, Gobernador Gálvez, Telviso, Colonia Caroll de Córdoba y Dean Funes, todos miembros de Catel. Pero además, fuera de esa cámara también lo comparten Río Tercero, General Pico y Tortuguitas. Confían mucho en el efecto contagio.

En la última edición de NexTV Summit, realizada en Buenos Aires, Ariel Fernández elogió la manera en que financiaron juntos la compra de la cabecera con Envivio, a través de Colsecor, y cómo trabajan mancomunadamente. Todos tendrán señales parecidas entre las que están las Premium como HBO, los canales lineales, VOD y Widgets, pero regionalizados y con un canal local muy importante. Tienen claro que es una diferenciación. El VOD es con un ecosistema de películas online pero que también se pueden consumir offline. Pontis es una empresa pionera con la integración IP para cooperativas, trabajando con Verimatrix, Minerva y Amino.



## TVCABLE ECUADOR AMPLÍA DTH

Tras una primera etapa de servicio totalmente prepago, TVCable de Ecuador ofrecerá a partir de enero su servicio DTH en la modalidad depago diferido, con suscripción.

En diálogo con PRENSARIO, Jorge Schwartz, CEO de la empresa, señaló que 'no es su intención competir con Claro' y otros proveedores de televisión satelital, sino 'actuar en una franja de mercado de bajos ingresos con una oferta adecuada a las posibilidades económicas de este segmento de usuarios'. La programación es provista por TuVes HD, empresa lanzada en Chile y adquirida hace un tiempo por Eduardo Stigol, CEO de Inter de Venezuela.

En la primera etapa de servicio prepago, se han vendido 10.000 equipos, 'de los cuales la mitad están activados', pero Schwartz no espera que se mantenga el ritmo de incorporación



Jorge Schwartz, CEO de TV Cable

'porque estuvo el efecto del Mundial'. Sin embargo, afirmó: 'Estamos bien satisfechos'.

La ocupación promedio es del 60%, con recargas de 18 dólares al mes, a través de 35.000 puntos de venta en todo Ecuador. 'La logística, sin embargo, no alcanza a todo el país. La modalidad de pago diferido es diferente porque el cliente no compra el equipo, sino que debemos financiarlo nosotros'. El CEO se manifestó igualmente optimista con respecto a los resultados.

## UNIVISA CAMBIA SU MMDS POR DTH

Univisa inició en Ecuador la comercialización de DTH a nivel nacional, servicio desarrollado a partir de que venciera la concesión de espectro a través de cual actualmente ofrece TV paga vía microondas (MMDS).

La resolución de la Conatel de no renovar la concesión de espectro que le permitió a Univisa operar el servicio de TV paga desde hace años, obligó a la compañía a desarrollar como alternativa el DTH.

Para liberar la banda, desde este mes comenzó la migración de los suscriptores del MMDS hacia el DTH de manera voluntaria en esta primera etapa. Al cierre de junio pasado, la compañía atiende a un total de 37.234 suscriptores en las áreas de Quito (23 mil) y Guayaquil (13 mil), según datos de Supertel.

Sin embargo, el lanzamiento del DTH le permitirá a Univisa lograr una cobertura nacional, que antes tenía vedada, con el objetivo de llevar el servicio al 70% de la población ecuatoriana que hasta el momento no tiene acceso a la TV paga.

¿QUIÉN DA MÁS?





## VTR CHILE: ÉXITO DEL NUEVO SERVICIO VOD

### PREPARA LANZAMIENTO DE LA "TV DE PRÓXIMA GENERACIÓN"

‘El 2014 ha sido un buen año para VTR, con un importante crecimiento en todos nuestros servicios. Hemos concretado exitosamente nuestras primeras iniciativas en el marco de nuestra estrategia de TV Everywhere. La oferta de Kids on Demand en dispositivos IP y en QAM ha tenido una acogida formidable superando nuestras expectativas, ya que el consumo de VOD se ha duplicado’, afirmó a PENSARIO **Francisco Guijón Errazuriz**, jefe de programación de la operación de TV paga del grupo **Liberty Global** en Chile.

El lanzamiento de *VTR on Demand*, concretado en abril de este año, fue uno de los principales proyectos del 2014. Se trata de un servicio multiplataforma, que incluye un catálogo para niños "Kids" con más de 700 títulos gratuitos de los canales **Disney, Discovery Kids, Cartoon Network, Nickelodeon y Boomerang**, entre otros. ‘En el primer mes desde su lanzamiento, tuvimos 2,5 millones de visualizaciones, lo que nos deja muy satisfechos y confirma la excelente acogida que tiene la oferta On Demand en nuestros clientes’, añadió.

‘Adicionalmente, esta nueva plataforma IP permitirá a los usuarios arrendar películas de estreno sin necesidad de contar con tarjetas bancarias porque se pagan en la boleta mensual. Para smartphones y tablets se deben descargar las app para iOS y Android desde las respectivas tiendas’, completó el ejecutivo.

Con esta iniciativa, VTR logra fidelizar a sus clientes actuales y atraer a nuevos, tratando de generar una experiencia de consumo ‘más potente’. Dijo el jefe de programación: ‘Entregamos la más completa oferta de contenidos en canales lineales y en la plataforma On Demand. Con esto buscamos que nuestros suscriptores tengan mayores facilidades para disfrutar de su servicio en cualquier lugar mediante Internet, sin pagar más’.

Este producto anticipa el gran cambio que

prepara la empresa: ‘La televisión de próxima generación de VTR será una experiencia nueva que le llevará a nuestros clientes la más atractiva oferta de contenidos apoyada en la tecnología de entretenimiento más avanzada a nivel mundial, la que esperamos lanzar en los próximos 12 meses’.

#### NOVEDADES EN PROGRAMACIÓN

‘Durante los últimos años nuestra apuesta en programación ha sido fortalecer la oferta de canales en alta definición y empujar nuestro servicio de contenidos On Demand. VTR ha sido el líder en impulsar los cambios en la industria de TV paga en Chile,

habiendo lanzado el primer canal HD de Latinoamérica en el año 2007 y el primer servicio de Video on Demand que en el segmento de TVOD, cuenta con una gran cantidad de contenidos de los estudios de Hollywood’, explicó.

‘Fieles a nuestra convicción de impulsar los cambios, seguimos trabajando en innovar en la industria de TVP, fortaleciendo nuestra oferta de contenidos en múltiples plataformas, invirtiendo en tecnología para que nuestros clientes disfruten del contenido en cualquier momento y en cualquier lugar’, completó Guijón Errazuriz.

#### LA TV PAGA EN CHILE

Sobre el mercado de TV paga local, el ejecutivo señaló que la industria chilena ‘se destaca del resto de la región por la fuerte competencia’. Agregó: ‘Solo en Chile tenemos seis operadores nacionales de TV paga, donde cinco de ellos tienen una oferta cuádruple play (4Play)’.

‘En relación a la TV paga, seguimos en un sostenido aumento de penetración, es decir cada día más chilenos contratan este servicio y ellos consumen hoy más horas de Televisión, liderando el consumo de TV paga por sobre el



**Francisco Guijón Errazuriz,**  
jefe de programación

de TV abierta. Ya no sólo lideramos los fines de semana, sino también en algunos bloques horarios de la semana que históricamente eran liderados por TVA’, completó.

‘Lo anterior es muy relevante, ya que hoy como industria, logramos consolidar el liderazgo en consumo de contenidos en canales lineales por lo que debemos estar en constante innovación para ser capaces de entregar una gran cantidad de contenidos en alta definición y una experiencia más interactiva, acorde con la nueva forma de consumir que tienen nuestros clientes’.

Concluyó: ‘En un país como Chile, que cuenta con una alta penetración de banda ancha fija y móvil, la televisión pagada tiene la oportunidad de diferenciarse a través de la TV Everywhere, una televisión multipantalla que le ofrece al usuario la posibilidad de acceder al contenido desde cualquier dispositivo de una manera interactiva. Estamos observando experiencias como **Horizon**, el servicio lanzado por **UPC**, que se está extendiendo al resto de Europa y que aterrizará también en Chile en un futuro próximo. Nuevamente, VTR aspira a seguir con ese liderazgo, impulsado también por el reciente estreno de nuestra plataforma multipantalla VOD’.



SÉ *Original*

ORPHAN BLACK





## MOVISTAR CHILE: FUERTES INVERSIONES ACOMPAÑAN AL DINÁMICO MERCADO

YA CUBRE 650.000 HOGARES CON FIBRA ÓPTICA Y CRECE CON 4G

‘El 2014 ha sido un año muy positivo para **Telefónica**, de gran dinamismo y de una especial demanda de nuestros clientes por servicios de televisión y video sobre Internet. Definitivamente, nuestros clientes requieren cada día experiencia de mayor calidad, que estamos entregando a través de nuestro completo portafolio de productos y especialmente con fibra óptica y 4G, que permiten alcanzar velocidades superiores y de mejor estándar.’

Así lo expresó a **PRENSARIO** **Rodrigo Sajuria Garcés**, gerente de productos y servicios de **Movistar Chile**, la cual según **Subtel**, cerró el primer trimestre del año con 518.397 suscriptores de TV paga, 907.007 de Internet fija, 9,1 millones en telefonía móvil y 1,63 millones en telefonía fija.

Entre las principales inversiones realizadas este año, Sajuria destacó el plan de fibra óptica, que ‘sigue creciendo fuertemente’. Detalló: ‘En 2013, superamos los 600.000 hogares cubiertos con esta tecnología de última generación y durante este año esperamos que este número llegue a los 700.000 (ya llevamos sobre 650.000). La fibra óptica representa el 30% de la cobertura banda ancha a nivel nacional de nuestra empresa.’

Remarcó las ventajas de la fibra óptica, que permite la convergencia de nuevos servicios, como IPTV, que es televisión y video sobre banda ancha, a través del protocolo IP. Y añadió: ‘Este servicio está dando excelentes resultados, sobre todo dada la experiencia que disfruta el usuario al momento de interactuar con su televisor y los complementos que integra la conectividad. Además, la fibra permite entregar 30 señales HD en el plan de entrada y la posibilidad de disfrutar del mismo servicio en todos los decodificadores que el cliente instale en su hogar.’

Otra de las grandes inversiones fue la red de 4G, lanzada en noviembre del año pasado, con cobertura nacional en todas las capitales regionales y principales ciudades del país. ‘En el 2014, hemos seguido fortaleciendo esta cobertura y esperamos terminar el año duplicando la red respecto a lo que teníamos al momento del lanzamiento.’

‘Nuestra red 4G ha tenido una muy buena recepción, con una demanda que crece día a día por mayor conectividad, velocidad y por poseer una conexión más robusta. La combinación de smartphones que tenemos disponibles, junto a la variedad de planes, permite a los clientes adoptar la tecnología 4G a precios convenientes’, completó.

### BANDA ANCHA SATELITAL

En marzo de este año, Movistar lanzó en Chile el servicio de banda ancha satelital que, según afirmó su gerente de productos, ‘permite brindar Internet de calidad a zonas rurales o semi urbanas que se encontraban aisladas de los tradicionales servicios de telecomunicaciones por sus condiciones geográficas.’

‘La banda ancha satelital es una solución tecnológica, única en Latinoamérica, que ofrece por primera Internet a 50.000 personas de 126 comunas del país, contribuyendo a disminuir la brecha de conectividad. Para implementarlo, Grupo Telefónica y su filial **Media Network** lanzaron al espacio el satélite Amazonas 3 y construyeron dos telepuertos que envían la señal de datos hacia el espacio. Actualmente, el satélite ya está brindando el servicio a las regiones de Coquimbo, Valparaíso, O’Higgins y Metropolitana, con velocidades de bajada de 2, 3, 4 y 6 Mbps. Tiene un potencial para alcanzar un total de 108 mil nuevas conexiones, de manera gradual en los próximos años’, agregó.



Rodrigo Sajuria, gerente de productos y servicios de Movistar Chile

### OTT: MOVISTAR PLAY

En diciembre del año pasado, Telefónica tuvo otro de sus grandes lanzamientos al ofrecer un servicio bajo demanda. ‘A ocho meses de entrada en funcionamiento, nuestro servicio de VoD **Movistar Play** ya tiene 30.000 clientes OTT. A la fecha, estos usuarios han consumido 1,2 millones de minutos de video, que corresponden a 833 días de reproducción de video.’

‘Los clientes de IPTV pueden disfrutar de **Movistar Play** en sus STB’s en su hogar y en septiembre estos mismos clientes van a poder llevar los contenidos de **Movistar Play** (suscripción y arriendos), al dispositivo que quieran y donde quieran.’

### EL MERCADO DE TV PAGA

Sobre el mercado chileno de TV paga y telecomunicaciones, dijo que ‘es muy dinámico y se encuentra en permanente transformación’. En este contexto, destacó el lugar de los operadores que invierten en nuevas tecnologías, como lo hace Movistar con el 4G. Según el ejecutivo, esto permite ‘hacer frente a la actual “revolución digital”, provocada por la masiva adopción de teléfonos celulares y mayoritariamente smartphones y la altísima demanda de contenidos y especialmente de videos.’

Concluyó: ‘Por ello, en Movistar estamos en la permanente búsqueda y desarrollo de soluciones que respondan a estos cambios optimizando nuestros estándares de servicio y adaptándonos rápidamente a las nuevas tecnologías para entregar la mejor experiencia a nuestros clientes, de acuerdo a sus múltiples intereses.’



LINCOLN FUE UN GRAN DEFENSOR DE LA LIBERTAD, PERO TAMBIÉN INVENTÓ EL SERVICIO SECRETO.

UN DÍA ANTES DE SER ASESINADO.



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

Distribuido por



tuhistory.com/h2



MUCHA MÁS HISTORIA



## CLARO CHILE: EL CRECIMIENTO ESTÁ EN EL HD

Claro, el operador de DTH del grupo América Móvil, es el tercer operador de TV paga en Chile donde, con un total de 465.000 suscriptores, tiene el 17,7% de participación de mercado. En diálogo con PENSARIO, Pablo Astudillo, gerente de contenidos, afirmó: 'El crecimiento está en el HD; más del 30% de nuestros clientes cuentan con planes o paquetes con este servicio, y esperamos que este número crezca muy rápido.'

'En TV de paga hay un crecimiento sostenido relevante, impulsado principalmente por los contenidos HD. Además, lanzamos nuestra plataforma OTT ClaroVideo para clientes hogar y móvil con buenos resultados', completó.

Si bien no adelantó las novedades en pro-

gramación, confirmó que 'habrá varias sorpresas', que serán anunciadas en su momento. El foco está en la plataforma ClaroVideo, la migración de clientes SD a HD y las mejoras en la interfaz de programación, según comentó Astudillo. 'La tendencia es profundizar la oferta de contenidos no lineales (OTT) propio y de asociados. Se agregarán nuevas señales HD y nuevos contenidos para segmentos específicos como las comunidades peruana y colombiana.'

Sobre el mercado chileno de TV paga, el ejecutivo opinó: 'Hay cambios importantes, entre los que se destacan, además del crecimiento de servicios HD y OTT, la Ley de TV digital



Pablo Astudillo

y paulatinamente un cambio en el rating de TV abierta a TV paga. En resumen el mercado está creciendo de forma sana y acelerada, con clientes que buscan cada vez mas contenidos HD de calidad.'

## ENTEL: 88% DE CRECIMIENTO EN 2014

EL 40% DE SU BASE CONTRATA TV DIGITAL

Entel Chile ha mostrado un importante crecimiento en la primera mitad del año, que cerró con casi 225.000 abonados en la parte de hogar, con un crecimiento de 88% respecto al mismo periodo del año anterior. Jorge Bascur, gerente mercado Hogar, señaló que 'casi el 40% de los abonados tienen contratado el servicio de TV digital, lo que demuestra la buena recepción que ha tenido nuestra oferta de valor en los hogares chilenos.'

Agregó: 'A fines de agosto de 2012 lanzamos los servicios de Entel Hogar, con televisión digital, telefonía fija inalámbrica de última generación y banda ancha móvil. Estos servicios están enfocados en satisfacer las necesidades de conectividad y entretenimiento de la población en lugares donde actualmente no existe o hay una menor oferta de este tipo de productos, como son las zonas rurales y algunas áreas urbanas de Chile.'



Edificio Entel

'Desde el lanzamiento a la fecha, hemos tenido una excelente recepción por parte de los usuarios, quienes han valorado enormemente nuestra oferta de servicios, particularmente en el caso de la televisión digital, donde todos nuestros planes comerciales, desde el más básico, cuentan con canales en alta definición (HD) sin tener que pagar un valor adicional. Por ejemplo, el plan Básico tiene 56 canales, incluyendo 6 HD más otros 10 de audio, mientras que el plan Full contempla 65 canales, incluyendo 9 en alta definición más otros 10 de audio.'

En cuanto a las inversiones, la empresa se enfocó en la expansión de su oferta comercial 'para llegar a más hogares, principalmente enfocados en las zonas en las cuales existe poca o nula oferta de entretenimiento para las familias', continuó Bascur. 'Por otra parte, estamos trabajando mano a mano con los programadores para lanzar algunas sorpresas de programación para nuestros usuarios. Sin embargo, por el momento no queremos adelantar estos desarrollos.'

### MERCADO DE TV PAGA

'La industria de la telefonía móvil en Chile es muy competitiva, lo cual favorece enormemente a los usuarios chilenos, quienes tienen



Jorge Bascur

la posibilidad de elegir la mejor oferta que se adapte a sus necesidades. Sin embargo, en el caso de la telefonía fija y los servicios de televisión, actualmente persisten barreras de entrada y malas prácticas en condominios y edificios que afectan la libre competencia, tales como contratos de exclusividad y el bloqueo de ductos, que impiden que más operadores puedan instalarse en un mismo condominio o edificio, afectando la libre elección de los consumidores', explicó el gerente de mercado Hogar.

Y concluyó: 'Desde siempre, hemos estado a favor de promover la competencia de las compañías de telecomunicaciones en edificios y condominios. Por ello, estamos a la espera de que se materialicen nuevas normativas concretas que faciliten el compartir los ductos actuales, en beneficio de una mayor competencia y, por ende, de los usuarios que podrán optar a mayores alternativas de proveedores.'

# LLEGÓ EL 1º CANAL PARA MUJERES SEDUCTORAS



# Lifetime

KILLIAN Y FREYA  
LAS BRUJAS DE EAST END

MILIFETIME.TV

EL PRIMER CANAL  
PARA MUJERES DE  
**HBO**  
LATIN AMERICA  
GROUP







## GTD: SERVICIOS DE VALOR AGREGADO IMPULSARON CRECIMIENTO DEL 25%

Fernando Gana, gerente comercial de Gtd, explicó a Prensario que el plan de negocios del grupo se ha enfocado en ubicar a la empresa entre los referentes de las telecomunicaciones en Chile, donde totaliza 250.000 abonados, donde el 80% son residenciales y el resto corporativos, segmento donde busca crecer sobre todo entre las pequeñas y medianas empresas.

‘Por un lado, estamos viendo cómo se consolida nuestra posición en Colombia, desde la incorporación de Gtd Flaywan en el 2012, nuestra primera adquisición en el extranjero, siempre manteniendo el foco en los servicios de telecomunicaciones a nivel corporativo’, explicó Gana.

Y completó: ‘En el plano residencial, tanto para Gtd Manquehue como para Telefónica del Sur, hemos presentado un crecimiento de nuestra cartera con tasas superiores al 25%, llegando a superar los 100.000 abonados de televisión. Esta es una cifra importante en consideración al mercado chileno, en donde el crecimiento de la industria ha sido cercano al 8%’. Según el ejecutivo, esto se debe al ‘incremento importante’ de los servicios de valor agregado.

### INVERSIONES Y NUEVOS SERVICIOS

Actualmente, Gtd Manquehue está en proceso para ampliar su factibilidad técnica en diversas zonas de Santiago y mejorar en las zonas donde ya tiene presencia. ‘Por ejemplo, el despliegue de una completa red de FTTH en la comuna de Vitacura, implicó una importante inversión para poder cubrir el sector con una amplia red de fibra óptica.’

Este año y el que viene, el grupo proyecta grandes inversiones. Dijo Gana: ‘En primer lugar, está en proceso de construcción el segundo cable submarino y el más largo de Chile que permitirá unir con más de 400 km de nuevo tendido desde Quellón en Chiloé, hasta Coyhaique entregando una segunda ruta y mayor estabilidad de servicios para la Patagonia Chilena.’

‘Por otro lado, la consolidación de IPTV nos empuja ahora a crecer en los servicios

de TV Everywhere, plataforma que esperamos tener operativa en el corto plazo ampliando así la experiencia del cliente’, remarcó.

### NUEVOS SERVICIOS

El ejecutivo destacó el esfuerzo de la empresa por mantenerse a la vanguardia en servicios. Así, fue una de las pioneras en el lanzamiento de servicios de TV interactiva, sobre la que agregó que ‘

está cada vez más enriquecido por aplicaciones y widgets que transforman al televisor en un centro de entretenimientos y de informaciones’, y añadió: ‘Hoy tenemos para nuestros clientes el servicio de **Moviecity On Demand** y **Fox Play**, y pronto esperamos terminar las integraciones con **HBO**, **TNT** y **Space Go**’.

En la parte de conectividad, Gtd sigue con el despliegue de soluciones ‘a medida’ para sumar cobertura Wi-Fi en las casas con mejores equipos. ‘E

speramos pronto entregar el servicio de monitoreo en línea para resguardar la experiencia de cliente’, completó.

En telefonía, desde el 1 de agosto lanzó nuevos planes para el servicio fijo que incorporan minutos para llamar a líneas fijas y móviles que ‘ha sido muy bien recibido por los nuevos clientes’. Con esto, busca ‘revitalizar la telefonía fija como la herramienta de comunicaciones de menor costo y mejor calidad de servicio para las familias y empresas’.

### EL MERCADO CHILENO

‘Varios factores, tales como el alza del tipo de cambio, la incorporación de la ley de televisión



Fernando Gana

digital terrestre, la retransmisión consentida, y el avance de los OTT’s hacen que cambios como los de contenidos y programación estén en segundo lugar, a la espera de que se vayan mostrando luces más claras sobre cómo afectará los costos de los permisionarios de TV paga. Existe mucha incertidumbre y el Ebitda de los servicios residenciales se ha visto afectado por estos cambios’, explicó Gana.

‘Buscamos adaptarnos de la mejor manera a las nuevas normativas como los cambios en la manera de marcar, la eliminación de la larga distancia nacional, cambios en reglamentos de cargos de acceso y especialmente, la nueva ley de TV Digital. De estos cuatro, creemos que tenemos que poner especial atención en este último, ya que se trata de un tema delicado, pues implica una serie de costos que probablemente de una u otra manera afecten a los usuarios finales más que a las empresas en cuanto al valor de sus planes.’

Finalmente, señaló: ‘Se ha creado por parte de las autoridades, un ambiente de incertidumbre en materia regulatoria que nos tiene preocupados porque, como muchas de las reformas que el gobierno ha impulsado se basan sobre banderas de lucha, y no sobre el interés general de progresar hacia mejores servicios, más innovación y aumento de la calidad de vida.’

Tenemos una tarea importante de trabajar con las autoridades para construir un desafío común de orientar la regulación hacia la calidad de servicios, el aumento de la competencia, y por sobre todo un equilibrio entre la regulación y el emprendimiento’.



**LOS VIDEOS MÁS DIVERTIDOS ESTÁN EN EL CANAL DEL HUMOR. AMERICA'S FUNNIEST VIDEOS LATINOAMÉRICA**

UNA NUEVA PRODUCCIÓN ORIGINAL EXCLUSIVA.

**ESTRENO, LUNES, MIÉRCOLES Y VIERNES, 6 PM (ARG | MÉX).**





## TCC: FUERTE INVERSIÓN EN EL SERVICIO DE VOD

CONSOLIDADO LUEGO DEL MUNDIAL, SUMA NUEVOS CONTENIDOS



Javier Ruete, CEO de TCC

‘La cartera de clientes de TCC ha alcanzado el onceavo año consecutivo de crecimiento. El nivel de madurez desarrollado nos ha llevado a expandir operaciones fuera de las fronteras de Uruguay. Hoy en día, nuestros servicios y desarrollos alcanzan más de 100 operaciones que suman varias centenas de miles de abonados a quienes servimos desde Montevideo’, dijo a Prensario Javier Ruete, CEO de TCC.

El ejecutivo destacó que este año, con el Mundial de Fútbol, la empresa alcanzó un ‘record histórico’ de ventas. ‘Los principales drivers comerciales estuvieron relacionados a la promoción de empaquetamiento de servicios de Cable + Internet, packs de señales Premium y contenidos de nuestra plataforma VOD TCC Vivo. Nuestra cartera de clientes con packs de señales HD creció un 30% comparado con el cierre del año pasado’, completó.

De acuerdo a Ruete, el principal crecimiento de la empresa ha estado relacionada con los servicios de valor agregado; la nueva propuesta de contenidos bajo demanda, TCC Vivo, permite el acceso a más de 1500 horas de programación desde su decodificador híbrido. Por su parte, más de 600 horas de estos contenidos están disponibles en múltiples plataformas adicionales al televisor, tales como la PC, tablets y smartphones.

‘La ventana de contenidos VOD incorporó estrenos de prestigiosos estudios cinematográficos, entre los más destacados de los últimos meses se encuentran: *Frozen*, *12 Años de Esclavitud*, *Thor*, *Lego*, *Los Juegos del Hambre: en Llamas*, *300: El Nacimiento del Imperio*, entre muchos otros’, detalló.

Sobre el Mundial de Brasil, expresó que fue ‘una interesante oportunidad para acercar nuestros servicios VOD a los clientes’. A través de [mundialonline.com.uy](http://mundialonline.com.uy) TCC ofreció a los usuarios todos los partidos en vivo para ver desde cualquier dispositivo. La biblioteca con los 64 partidos del torneo quedará a disposición del suscriptor TCC Vivo para que pudiera revivirlos cuando lo deseara.

‘Los decodificadores híbridos, además del acceso a TCC Vivo, ofrecen aplicaciones como “Ahora TV” que permite ver todos los programas que recién comenzaron o están por comenzar en diferentes géneros. También desarrollamos aplicaciones sociales integradas como Twitter y *Wake Up* que permite ver los detalles del clima’, añadió el CEO.

### INVERSIONES

En diciembre de este año, la red de cable de Montevideo pasará a operar con una base 100% digital tras el ‘apagón analógico’. Explicó Javier Ruete, que este cambio tecnológico supone ‘un gran esfuerzo financiero, técnico y operativo para lograr que la cartera cuente con decodificadores en todos los TV de su hogar’. Y completó: ‘Desde hace meses, venimos trabajando en este proceso que también nos permitirá ampliar nuestros productos y ofrecer nuevas prestaciones’.

Por otra parte, señaló: ‘El sistema CATV de Montevideo muestra altos niveles de penetración con una realidad competitiva muy exigente para explorar todos los desarrollos y diferenciales en los que hemos puesto énfasis. Esta realidad nos puso frente a desafíos comerciales y técnicos que se sumaron al acelerado avance de internet y nuevas tecnologías

de recepción de video’.

‘En este sentido, seguimos potenciando nuestro camino innovador relacionado a la distribución de contenidos a través de escalas de negocios fuera de fronteras. La cantidad de operaciones es creciente y hoy en día estamos en más de 100 operaciones de Chile, Argentina y Uruguay. Estamos con proyectos muy interesantes en Brasil, Centroamérica y otros países de Sudamérica, tanto en operadores pequeños como medianos y grandes en cable, IPTV y OTT. En cada caso, la realidad es distinta y contemplamos cada situación como única. Estas son las ventajas de trabajar sobre software. Permite una flexibilidad tal que podemos ajustarnos a cada contexto de manera óptima’, agregó Ruete.

‘Nuestros servicios se dividen en cuatro grandes conceptos, donde todos ellos buscan aprovechar la experiencia adquirida por TCC en Montevideo para facilitarles a colegas de la región el avance tecnológico, comercial y de servicios por el que ya pasamos nosotros, como el desarrollo e implementación de nuestra plataforma TCC Vivo. En primer lugar nos abocamos a brindar servicios técnicos que van desde la digitalización de TV cable analógico hasta la implantación de headends de TV en IPTV’.

‘También ofrecemos servicios interactivos que transforman la TV abierta o TV Paga en una herramienta de generación de negocios. En línea con esta propuesta ofrecemos servicios OTT que permiten combinar el mundo de las señales con el mundo a demanda, aplicando también este modelo tanto en TV abierta o TV paga’.

Y concluyó: ‘Nuestra propuesta *outsourcing* incluye trasladar la experiencia comercial de TCC en Montevideo a cualquier operación de la región: venta de servicios Premium al cliente final, diseño de campañas comerciales para generación de nueva facturación, etc.’.



## Contenidos para entretener a toda la familia

En la SEÑAL INTERNACIONAL DE TELEFE tenemos **propuestas innovadoras y de calidad** para informar y entretener a todas las **audiencias de habla hispana, en vivo y en directo, las 24 horas.**

Telenovelas, series, deportes, comedias, programas infantiles y juveniles, magazines, realities, noticieros y las figuras más importantes para llevar los mejores contenidos a todos los hogares.



TEL. (54 11) 4102 – 5810 / FAX (54 11) 4587 – 4349  
sales@telefeinternacional.com.ar / www.telefe.com



## NUEVO SIGLO FINALIZARÁ EL AÑO 100% DIGITAL



Eduardo Mandía

Eduardo Mandía, director comercial y de programación de **Nuevo Siglo** de Uruguay, dijo a **Prensario** que este año ha sido bueno en resultados de negocios y nuevos proyectos. 'Somos parte de una industria pujante y extremadamente competitiva. Si bien prácticamente no hemos crecido a nivel de nuevos abonados básicos, sí lo estamos haciendo en nuestra cartera con productos de valor agregado, fundamentalmente en lo que tiene que ver con los servicios de HD y VOD'.

Sobre sus expectativas para el próximo año, dijo: 'Seguir profundizando la venta de productos de valor agregado en nuestra cartera, fundamentalmente en HD. No tenemos de-

masiadas expectativas en cuanto al crecimiento de los servicios básicos. Hemos lanzado recientemente **NS Now**, nuestro servicio de VOD; nos encontramos en la primera etapa de comunicación y conocimiento del producto en el mercado, esperamos a partir del año que viene comenzar a crecer paulatinamente'.

'En términos de digitalización, tenemos previsto culminar el proceso en diciembre de este año con el "apagón analógico". Esto significa que todos nuestros clientes serán 100% digitales, y a la vez nos permitirá aumentar significativamente nuestro ancho de banda y disponibilidad de espacio', completó Mandía. En la parte de contenidos, Nuevo Siglo acaba de sumar a su grilla **Sundance Channel HD** y en los próximos meses sumará varias señales en los diferentes servicios; 'estamos en plena etapa de negociaciones', dijo. 'En cuando a los servicios de VOD, seguimos incorporando contenidos de cine y series a la plataforma y esperamos llegar a fin de año a los 2.000 títulos'.

En lo que se refiere a los productos de video, comentó: 'Estamos con muy buenos niveles de penetración del servicio básico; para Montevideo más del 50% de los hogares tienen algún

servicio legal de TV paga, con un desarrollo de productos digitales de más de dos STB's por cliente y con una penetración HD de más del 20%. Esto en un marco de altísima competencia, ya que en la ciudad de Montevideo hay un total de seis operadores, dentro de los cuales dos son internacionales (**DirecTV** y **Cablevisión**)'. 'Ahora, en lo que tiene que ver con el servicio de datos e internet, venimos muy mal.

Desde el 2007, seguimos esperando la licencia para poder prestar el servicio de datos lo que significa una enorme desventaja competitiva en un mundo que se mueve hacia la convergencia de la tecnología y los contenidos. Paradójicamente, mientras tanto, se permite que las grandes empresas multinacionales, como también la telefónica estatal **Antel** continúen integrando nuevos servicios competitivos con los servicios de video'.

'Para nosotros se trata de una situación insólita, donde sin justificación legal, se aplica en forma desigual la regulación y las normas en la materia, por tanto en forma ilegítima se lesionan los derechos de los operadores de cable y al mismo tiempo se favorece el desarrollo de los grandes operadores internacionales', completó.



### Solicitada

## Best Cable Perú pasa por momentos difíciles

Demóstenes Terrones Fernández, titular gerente de Best Cable Perú, denuncia a través de **Prensario**, que su operación de cable pasa momentos muy difíciles a consecuencia del ajuste indiscriminado de abonados que le pretenden hacer todos los programadores, basándose solamente en suposiciones y no en resultados concretos llámese auditoría. Hecho que está desestabilizando totalmente a nuestra operación de cable y por ende perjudicándonos ya que estamos viviendo momentos de real zozobra, pues al no tener contratos vigentes con algunos programadores hacen que estos nos presionen cortándonos las señales que representan.

Sin embargo estos mismos programadores son los que les venden su programación a las empresas informales que abundan en Lima y Provincia cobrando un abono de 25 Nuevos Soles que como todo el mundo sabe, este abono no alcanza para cubrir el pago de una programación formal y lo único que hacen es generarnos competencia informal (desleal); perjudicando a empresas formales que seguramente como la mía hay varias.

Hago esta denuncia para llamar la atención de los jefes principales de los programadores para que traten de regular interiormente este problema porque no es justo que a las empresas formales se le presione tanto y a los informales les den tantas facilidades.



Atentamente,  
Demóstenes Terrones Fernández



NUESTRAS SEÑALES LLEGAN  
A TODA LATINOAMÉRICA



Departamento Venta Señales Internacionales: 5411 4370 1395 | 5411 4339 1541



## APTC: MÁS RECLAMOS CONTRA LA INFORMALIDAD Y LA PIRATERÍA EN PERÚ

En su sexta cumbre en Piura, la **Asociación Peruana de Televisión por Cable (APTC)** volvió a mostrar preocupación por el crecimiento de la piratería en el interior del país, y continuó reclamando el derecho a transmitir el fútbol peruano.

En conferencia de prensa, el presidente de la asociación, **Ovidio Rueda**, y el vicepresidente, **Demóstenes Terrones**, expresaron enfáticamente que la situación de piratería continúa y que se han incrementado las empresas 'informales' que ofrecen el servicio a precios sustancialmente menores que ellos.

Ante esta problemática, los miembros de la APTC manifestaron que se sienten 'desmotiva-

dos' porque no tienen ayuda de las empresas programadoras. 'Si siguen desoyendo nuestro reclamo, nosotros también terminaremos siendo informales. Esto no es lo que queremos', afirmaron. Por su parte, los programadores consultados por **Prensario** afirman ser rigurosos con la legalidad de los operadores con quienes comercializan sus servicios y, en todo caso, consideran que el ente regulador local debería procurar que no crezca este fenómeno.

Sobre la transmisión del fútbol peruano, los ejecutivos de la asociación comentaron la mala relación vigente con la señal **Gol TV**,



Jesús Angulo de Cablevisión, Ovidio Rueda, Rigoberto Picón de Cable Sur, y Jorge Vargas de Econocable

de **Francisco Casal**, que reclama un mínimo de 700.000 abonados para permitir transmitir la señal, una cifra descabellada para los pequeños y medianos operadores nucleados en la APTC, que pueden aspirar a 300.000 usuarios.

## BEST CABLE MEJORA SUS REDES HFC

**Demóstenes Terrones**, presidente de **Best Cable**, comentó a **Prensario** que en el último año, las inversiones estuvieron enfocadas en el mejoramiento de las redes HFC y la mejora en la calidad del servicio. Además, señaló: 'Hemos implementado una red de fibra óptica en todos los distritos de Lima donde está nuestro mercado objetivo, sectores socioeconómicos C, D y E'.

Otras inversiones de la empresa se han enfocado en el tendido de gran cantidad de fibra óptica en nuestras redes HFC e instalación de nodos con área de cobertura pequeña "Nodo + 0", "Nodo + 1"; la implementación de TV digital poniendo a disposición de nuestros suscriptores señales HD y SD; la implementación del servicio de Internet con tres plataformas que nos permitan atender a nuestros suscriptores en forma inmediata y con alta velocidad: una plataforma full fibra óptica hasta la casa, una de nuestras redes HFC con CMTS y la tercera de redes inalámbricas; y la mejora y ampliación de

la cabecera analógica actual.

- Mejora y ampliación de nuestro canal de cable **Best Cable TV**.

Terrones estuvo junto a su equipo de profesionales en la Cumbre APTC Piura 2014 para que los técnicos 'adquieran conocimiento de las últimas tecnologías que presentarán los exponentes'.

Además, aprovechó para cerrar acuerdos de programación, que fueron anunciados en Piura. Entre ellos, confirmó la reanudación de su relación comercial con **Viacom** por los canales **Nick, MTV, VH1 y Comedy Central**, que había dejado de transmitir por discrepancias en cuestiones de costos. 'Llegamos a un acuerdo justo para los dos', manifestó Terrones.

Desde su rol de vicepresidente de la APTC, el ejecutivo expresó: 'Buscaremos poner a disposición de nuestros colegas cableoperadores los avances tecnológicos de la TV paga, acercarlos a



Demóstenes Terrones, junto al equipo de Best Cable y Corpotel en la Cumbre APTC Piura 2014

los proveedores de señales, equipos y materiales y puedan elegir lo más adecuado para sus redes y a su vez puedan formalizar con sus señales'.

Por último, dio su visión sobre el mercado peruano de TV paga: 'El mercado peruano está dividido en dos partes: un mercado formal que paga todo, y uno informal que no paga señales ni infraestructura. El mercado informal dificulta el crecimiento del formal por que compiten con precios baratos que no alcanza para pagar al proveedor de señales'.

## VISIÓN PERÚ LANZÓ BANDA ANCHA

**Visión Perú**, la empresa dirigida por **Ananias Escamilo**, lanzó en el segundo trimestre del año Internet por banda ancha, con el soporte y respaldo de **Internexa** y **Level 3**. 'Decidimos cambiar nuestro nombre, de **Cable Visión** a **Visión Perú**, porque a partir de ahora queremos ser considerados como un proveedor de telecomunicaciones', dijo Escamilo. El sistema, que cuenta con una cabecera para seis distritos de Lima Este, ya ofrecía TV digital con ofertas de hasta 20 señales en HD.

Además, el gerente general comentó a **Prensario** el último año de la empresa ha sido 'muy

favorable', en el que se ha incursionado en la incorporación de un nuevo servicio de Internet para sus 'miles de suscriptores'.

Actualmente, la empresa destina sus inversiones en la incorporación de una red principal de 144 pelos de fibra óptica para optimizar nuestros servicios, tanto de TV por cable e Internet, en todo el Cono Este de Lima'.

Para esta edición de la Cumbre APTC, Escamilo participó junto a dos representantes de la empresa, donde pudieron ver a todos los programadores de canales y proveedores con las nuevas tendencias de la tecnología.



Ananias Escamilo, con Katya Sagastizabal, de MIC

Finalmente, dijo sobre el mercado local de TV paga: 'Es muy atractivo; en todo Lima Metropolitana se ha desarrollado un crecimiento vertical. Consideramos que esto se debe ver reflejado en el crecimiento de nuevos abonados para el servicio de TV por cable'.



## MILlicom YA OPERA CON TIGO STAR EN LATINOAMÉRICA

Millicom lanzó en el primer trimestre del año una nueva estructuración de sus operaciones de TV paga y banda ancha en Latinoamérica bajo la marca **Tigo Star**, concebida para agrupar los servicios de entretenimiento de la compañía.

Reservando la marca **Tigo** exclusivamente para sus servicios móviles, la nueva denominación entró en vigencia en Paraguay, El Salvador y Costa Rica, y se extenderá a todos los mercados en los que está presente.

‘Tigo Star ha sido creado como una marca distintiva para resaltar la gama más amplia de servicios ofrecidos por Tigo, que componen la proposición estilo de vida digital de **Millicom**. Hasta ahora, Tigo ha sido un nombre de confianza asociado principalmente con el teléfono móvil, mientras que sus servicios de cable y de entretenimiento disponibles en siete países de América Latina han tenido un perfil más bajo’, explicó la compañía.

La reestructuración se produce como resultado de la estrategia de expansión de la compañía en América Latina, que como principales pilares

tuvo la compra de **Cablevisión** (TV paga) y **Fibertel** (banda ancha) al **Grupo Clarín** de Argentina en Paraguay en noviembre de 2012, la fusión con **UneEPM** en Colombia a mediados de 2013, y la adquisición de la **MSO Multivisión** en Bolivia, además de un extenso plan de inversiones, que incluyó el lanzamiento de **Tigo Sports**, un canal deportivo dedicado a la transmisión de fútbol, que está disponible desde febrero en Paraguay y pronto se lanzará en Bolivia.

Por eso, ‘Tigo Star apoyará el crecimiento de los servicios de cable de Millicom y su oferta vía satélite propuesto en América Latina (en Paraguay, solicitó licencia para DTH el año pasado, trámite que hasta el momento no obtuvo respuesta de Conatel), lo que permitirá que los servicios de Tigo se encuentren en un paquete aún más atractivo para los consumidores.’

### TIGO PARAGUAY INVIERTE EN SU RED

Tigo anunció la inversión de USD 120 millones en la expansión de su red de fibra óptica, para buscar salida por Bolivia y llegar al Océano Pa-



Hans-Holger Albrecht, CEO y presidente de Millicom

cífico con el objetivo de mejorar la conectividad y reducir los costos.

El incremento en el consumo de Internet (50% en un año) impulsó a Tigo a ‘emprender un programa de inversiones’ en infraestructura. Así, mejorará el servicio para los casi 1 millón de paraguayos que se conectan a su red desde dispositivos móviles o fijos.

La red del proveedor de telecomunicaciones alcanza actualmente los 5.693 km, de los cuales 500 km están en Asunción. La cobertura móvil llega a 240 ciudades, y casi 1000 estaciones transceptoras de base (BTS, por sus siglas en inglés), que le dan una cobertura de 100%.

A través de 100 estaciones, Tigo Paraguay da servicio de telefonía móvil a 3,9 millones de suscriptores, según Conatel.

**TVAgro**  
Te acerca al campo

**Cine clásico**  
Nuevo Canal

**Rumba**  
Al ritmo de tu vida

**algún tiempo**  
de tu vida

**CABLE NOTICIAS**  
24 HORAS DE INFORMACIÓN

**GlobalMedia**  
Telecomunicaciones

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

te encantan las series,  
descubre el canal el 27 de octubre

**THE DIVIDE**

AMC something more

AMC NETWORKS INTERNATIONAL | LATIN AMERICA

**MAURO PAEZ-PUMAR**  
Afiliados América del Sur (con excepción Brasil) y Caribe  
E: mauro.paez-pumar@latam.amcnetworks.com  
Tel: +1 305 648 5242 Cel: +1 404 374 1889

**GUSTAVO LÓPEZ**  
Afiliados Brasil, Centroamérica y México  
E: gustavo.lopez@amcnetworks.com  
Tel: +1 305 648 5229 Cel: +1 305 615 0122



POR GABRIEL CARBALLO, DIRECTOR COMERCIAL DE RED MULTICABLE

## PARAGUAY: LA TV PAGA EN UN CLIMA ECONÓMICO FAVORABLE

En esta oportunidad creo que vale la pena arrancar el análisis con lo que todo el mundo observa con especial atención: El crecimiento económico del Paraguay. Una inflación anual del orden del 5%, un dólar libre que mantiene su cotización cercana a los 4.400 Gs/USD desde hace cuatro años y una industria agropecuaria creciente año tras año son la clave del crecimiento mencionado.

El viento de cola sigue soplando y muchos vecinos de la región han decidido traer sus inversiones a nuestro país. Inicialmente se focalizaron en los campos, posteriormente en desarrollos inmobiliarios y hoy el abanico es mucho más amplio con inversiones en industrias cárnicas, de autopartes y en telecomunicaciones por nombrar solo algunas.

Paraguay aún tiene un gran déficit en cuanto a infraestructura de caminos, rutas, autopistas y aeropuertos, pero para conseguir avanzar en esos aspectos el Congreso aprobó una ley que permite la asociación público-privada lo que atraerá muchas inversiones extranjeras que ayudarán a conseguir el progreso deseado. Esta ley no solo puede aplicarse a rubros de infraestructura sino a cualquier tipo de servicio, incluidas las telecomunicaciones.

Entrando ya en tema, hasta hace un par de años atrás veníamos diciendo que Paraguay estaba muy retrasado respecto a los países vecinos y hoy debemos decir que al menos en servicios DTH no solo los ha alcanzado

sino que en algunos casos los ha superado. Por la cercanía geográfica y por el desarrollo de la industria de la TV paga en ese país siempre miramos como ejemplo a la Argentina. Allí hoy opera DirecTV como dominante del mercado e In TV que se manifiesta muy tímidamente.

En Paraguay ya operan **Claro TV** y **TuVes Personal**, relanzado unos meses atrás con el innovador sistema prepago. Mientras tanto Tigo espera la bandera verde de **Conatel**, **Qualy TV** continúa la búsqueda de un socio estratégico para operar y **DirecTV** parecería mirar el escenario desde afuera sin terminar de convencerse que se trate de un buen negocio.

Si bien todavía hay mucha clientela para captar, no creo que la ecuación cierre para cuatro o cinco operadores. Personalmente, creo que cuando **Tigo** salga al mercado con este servicio se habrá cubierto la cuota para operaciones rentables.

En distribución por cable, Tigo se posiciona como el líder absoluto de la industria expandiéndose hacia las afueras de Asunción. Ya están operando en las ciudades conurbanas y proyectan extender sus cableados aún más afuera. Simultáneamente con este crecimiento



Gabriel Carballo

también han mostrado interés en desembarcar en grandes ciudades como Encarnación y Ciudad del Este lo que se espera que suceda dentro de los próximos 12 meses. Por su parte **Copaco** avanza lentamente con su servicio IPTV tratando de encontrar un ritmo sostenido que le permita alcanzar el break even de la operación.

En cuestión de servicios sigue siendo una materia pendiente la aparición del Video on Demand. Se rumorea que Tigo ya lo tiene en el túnel pero todavía no llegó el momento para sacarlo a la cancha. Veremos si sale antes de fin de año.

La digitalización de la pequeñas y medianas operaciones del interior parecería no encontrar una ecuación rentable que justifique su implementación. Es la otra asignatura pendiente de la industria en este país.

[gabriel\\_carballo@hotmail.com](mailto:gabriel_carballo@hotmail.com)

REALLEZA, ENTREVISTAS, CONFIDENCIAS, ACCESO DIRECTO Y EXCLUSIVO A SUS CELEBRIDADES FAVORITAS

500 HORAS DE PRODUCCIÓN ORIGINAL INSPIRADO EN ¡HOLA! LA REVISTA DE MAYOR RELEVANCIA EN EL MUNDO DEL ENTRETENIMIENTO



# iHOLA! TV

Ventas Afiliados:

US Hispanic - Fernanda Merodio: [fernanda.merodio@imaginausa.com](mailto:fernanda.merodio@imaginausa.com) (T): + 1 305 856 6198

LATAM - Carlos Boshell: [cboshell@mbanetworks.tv](mailto:cboshell@mbanetworks.tv) (T): + 571 642 0079

iHOLA! TV - 7291 NW 74TH ST, MIAMI, FL 33166



*¡Desde New York llevando aliento, fe y esperanza a todos!*

¡EL CANAL QUE BENDICE LA FAMILIA!

Películas, Terapia familiar, Noticias, Documentales, Programas para niños, Orientación de inmigración, Medicina, Consejos sabios y bíblicos

ESTAMOS EN EL INTELSAT 21, SEÑAL ABIERTA-GRATIS

Más información: [Alexa@alientovision.com](mailto:Alexa@alientovision.com)



## COTAS: COMODIDAD Y PRACTICIDAD PARA EL USUARIO DE TV DIGITAL

El Ing. **Rolando Barja Elías**, jefe de división mantenimiento red HFC de Cotas de Bolivia, es también Chairman del capítulo Centro y Sudamérica de SCTE desde hace más de un año, y vuelve a participar con protagonismo en The Cable-Tec Expo 2014, que se realiza en Denver.

Cotas de Bolivia estará presente la expo, junto al ingeniero **Iver Rodríguez** y los técnicos **Juan Rojas** y **Juan Bolívar**. 'Estamos analizando cuál es el segmento wireless, gateways routers, dirección hacia redes ópticas pasivas y FTTH. Hay tres direcciones de la tecnología: red de fibra óptica, red IP y sistema inalámbrico, todo va a ser móvil o sin cables, y estamos abocados para tener una especialidad en esta tecnología. Queremos lograr mayor conocimiento en nuevos equipos que tengan capacidad robustez y confiabilidad'.

Entre los proveedores, mencionó **Cisco**, **Arris**, **Power&Tel**, **RGB Networks** y **GDI**

**Tech**. El objetivo es 'no descuidar la practicidad y comodidad del usuario para accesorios de cajas digitales'.

Destacó que en abril se realizó una nueva edición de Cable-Tech Games, por primera vez en Latinoamérica. 'Este evento entregó a los ingenieros y técnicos latinoamericanos la oportunidad de estar al nivel de los demás ingenieros y técnicos a nivel mundial realzando y mejorando las habilidades del personal técnico, logrando una mejora continua del personal externo para la entrega de los servicios de telecomunicaciones al usuario final'.

'Hemos comenzado con Puerto Rico, estamos viendo la forma de tener por país las grandes empresas que puedan afiliarse, como se hizo con **Liberty**. Tener una penetración con los sistemas de SCTE y lograr las certificaciones totales para ir a la par de las tendencias en telecomunicaciones. DPI, sistema de capacitación online que da la facilidad de aprender



Rolando Barja Elías

con certificación de instalación de banda ancha en idioma español para cualquier técnico', agregó. 'Estamos pensando en el 2015, tener más cercanía con Chile. Estamos con **VTR**, y queremos entrar al mercado brasileño que es muy grande. Buscamos avanzar más en el capítulo hispano'.

'Bolivia es un eslabón más de la cadena, queremos vincular como siempre lo que hemos pregonado en los foros, integrar a todos los latinoamericanos y centroamericanos y acercarlos a todos los desarrollos tecnológicos que hacen crecer a la industria'.

## CCAP se extiende

Distribución de servicios «triple play» desde una arquitectura de fibra óptica extensa



### Extienda sus servicios con CCAP distribuida

Una alta densidad de población proporciona grandes posibilidades de ofrecer servicios de datos, voz y video a un coste de distribución bajo. Si está disponible el acceso mediante la fibra óptica, **NSG™ Exo** aprovecha la infraestructura de cable coaxial existente en un edificio para distribuir servicios a un gran número de abonados. Sencillo. Económico. Fiable. Un solo dispositivo. **NSG Exo**.

Más información en [harmonicinc.com](http://harmonicinc.com)

© 2014 Harmonic Inc. Todos los derechos reservados en todo el mundo.



PAKA PAKA EL SHOW CREATIVO Qué mañana! IMPLACABLES FUTBOL PARA TODOS ARGENTINA ARGENTINOS

BAJADA DE LINEA tu mejor SABADO SECRETOS DE NOVELAS Tele9 EN ESTEREO

ALMA GAUCHA 70.20.HOY COMBATE Caramelo DURO-DURAR

PUERTO CULTURA el SEÑOR DE LOS CIELOS SEGUNDA TEMPORADA BENDITA TVR Fa! FIESTAS ARGENTINAS

**9**

CANAL NUEVE

TELEARTE S.A. - LS83 - BS.AS. Argentina - Dorrego 1782 / +54 (11) 3220-9999 / C1414CHZ - Bs.As. Argentina  
Ventas Afiliadas: [mdominguez@canal9.com.ar](mailto:mdominguez@canal9.com.ar) / +54 (11) 4778-7556

## A+E NETWORKS: LIFETIME PARTIÓ PARA 25 MILLONES DE HOGARES EN LATAM

A+E Networks Latin America y Sony Pictures Television lanzaron la señal Lifetime en Latinoamérica que, desde el 1 de julio, está disponible en todos los países con una base de 25 millones de hogares, y en septiembre completará el 50% de penetración.

Con 30 años de vigencia en Estados Unidos, Lifetime fue adquirida hace tres años por A+E Networks logrando incrementar sus niveles de audiencia tras apuntar a un público femenino más joven que el que tenía originalmente. Su contenido apunta a la mujer, pero no en el lugar común de ama de casa, sino que se enfoca en sus emociones y roles, con contenido de entretenimiento, que incluye series con y sin guion y películas originales de la franquicia de Lifetime Movies.

En diálogo con la prensa regional, Eduardo "Eddy" Ruiz, presidente y gerente general de A+E Networks Latin America, quien también asume como gerente general de Lifetime, explicó

que la señal se lanza con distribución en todos los países aunque se encuentra en transición en México, por lo que podrá verse en la mayoría de los operadores a partir de septiembre, cuando comuniquen sus nuevas grillas.

‘Es un canal que busca posicionarse en el segmento femenino, aunque apunta a un público mixto; la audiencia es en un 65% mujeres y 35% hombres. Viene a complementar a History, cuyo público es netamente masculino. En principio, la programación estará compuesta por contenido de la señal en Estados Unidos. Se espera para el 2015 comenzar a producir de manera local o regional para Latinoamérica’, afirmó Ruiz.

El canal llega a Latinoamérica a partir de un acuerdo entre A+E y Sony, tras el espacio vacante de Sony Spin en las grillas de programación. ‘La negociación se realizó a través de HBO con cada operador, que hizo un excelente trabajo permitiendo partir con un número tan importante de abonados. Si bien se aprovecha el espacio,



Eddy Ruiz

el contenido de la señal no está relacionado con la saliente. Y completó: ‘Competimos con todos los canales. No hay un producto similar en Latinoamérica. En Lifetime podrán ver programación para sentirse identificadas en sus roles y también entretenimiento’.

El canal, que sale doblado 100% en español para toda la región y en portugués para Brasil, buscará llegar a 26 millones en diciembre y 70% de penetración para el 2015.

El contenido cuenta con series guionadas como *Devious Maids*, *Witches of East End*; en no guionadas, están *Dance Moms* y *Abby's Ultimate Dance Competition*. También, se presentarán películas originales de la franquicia de Lifetime Movies; incluyendo *Steel Magnolias*, *Liz & Dick*, *Drew Peterson: Untouchable*, *Talhotblond* y *Call Me Crazy: A Five Film*.

## TURNER LANZA TV EVERYWHERE EN LATINOAMÉRICA

PRENSARIO entrevistó a Juan Carlos Balassanian, VP de ventas de distribución de Turner Argentina, y Carlos Cordero, director de negociación estratégica y broadcast sales, quienes afirmaron: ‘El 2014 ha sido un año especialmente enfocado en los contenidos. Nuestros televidentes demandan nuevas historias, formatos y propuestas, por lo que apostamos a renovar la pantalla de nuestras señales con grandes apuestas de producción original y producciones internacionales’. Como parte de esta estrategia, se lanzaron los sitios TV Everywhere que, ‘nos permite acercarnos a nuestros contenidos en todo momento, lugar y a través de cualquier dispositivo’, añadieron.

Las plataformas TV Everywhere de Turner permiten a cualquier usuario suscripto a un sistema de TV paga acceder mediante una clave a los contenidos de sus señales favoritas en todo momento, desde cualquier lugar y a través de múltiples dispositivos. ‘Ya hemos lanzado los sitios TNT GO, Space GO y en septiembre llega Cartoon Network GO’.

‘Además, también podrán optar por seguir las 24 horas de programación de los canales en vivo gracias al live streaming, siempre respetando

los derechos para contenidos no lineales. El live streaming estará disponible en *Cartoon Network GO* a partir de septiembre y en *TNT GO* y *Space GO* en los próximos meses’.

‘El mercado de la TV paga en Latinoamérica no deja de sorprendernos. Incluso en países como Argentina, que históricamente va un paso adelante en la región por los altos niveles de penetración del cable, el negocio crece permanentemente. Sólo por dar un ejemplo, TBS veryfunny, el último canal lanzado por la compañía, ya superó los 40 millones de abonados en tiempo récord y canales como TNT o Cartoon Network ya llegan a más de 55 millones de hogares. Vemos en Brasil un mercado clave para los próximos años, por su increíble potencial de crecimiento’, añadieron.

### NOVEDADES DE PROGRAMACIÓN

Los contenidos son una prioridad para nuestro negocio, por lo cual permanentemente sumamos nuevas propuestas para la audiencia. En cuanto a producción original, estamos trabajando en el desarrollo de nuevos ciclos, como por ejemplo, *Impractical Jokers*, un programa original de la compañía que se está produciendo en México;



Juan Carlos Balassanian

Carlos Cordero

*America's Funniest Home Videos*, un formato que hace más de 30 años es exitoso en Estados Unidos y ahora tendrá su primera temporada en América Latina; *El mundo desde abajo*, conducido por Sebastián Wainraich y Julieta Pink; o *TU Much*, una producción original de MuchMusic, que se verá todas las tardes en vivo y en simultáneo en todas las redes sociales. También contamos con nuevas ediciones de producciones muy exitosas como *Chica HTV* o *The Amazing Race* para Latinoamérica. En cuanto a las adquisiciones, este año apostamos muy fuerte en series como *The Last Ship*, *Crossbones*, *Falling Skies*, *Under the Dome*, y muchas otras.

**EL COMBO PERFECTO**

**PLACER PARA TUS CLIENTES, BENEFICIOS PARA TI.**

**HOTPACK** **HOTGO** ACCESO GRATIS

**PLAYBOY TV** **HD** **VENUS** **SEX TREME** **PENTHOUSE** **PRIVATE**

TUS SUSCRIPTORES PUEDEN TENER MÁS BENEFICIOS A UN PRECIO INSUPERABLE: OFRECE HASTA 6 CANALES DEL MEJOR CONTENIDO PARA ADULTOS CON PROGRAMACIÓN EXCLUSIVA DE ANNALISA SANTI Y ESPERANZA GÓMEZ Y ACCESO GRATUITO A HOTGO, NUESTRA PLATAFORMA ONLINE PARA DISFRUTAR EN CUALQUIER MOMENTO Y LUGAR DEL MEJOR Y MÁS VIARIADO CONTENIDO, DESDE CUALQUIER DISPOSITIVO CONECTADO.

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



## SONY PICTURES TV SE ADAPTA A LAS EXPECTATIVAS DE LA AUDIENCIA

### MAYOR INTERACTIVIDAD Y SERIES DE COMEDIA Y CRIMEN

Con el reciente anuncio de su entrada en **Dish México**, **Sony Pictures Television** logró llegar a 100 millones de suscriptores con sus señales **Sony** y **AXN** en toda Latinoamérica. Presente en 26 mercados de la región, sus contenidos apuntan a una audiencia joven de entre 18 y 49 años de alto poder adquisitivo. En el último año, y bajo la gerencia general de **Nathalie Lubensky**, la empresa replanteó su estrategia para tratar de llegar a su público ofreciéndole lo que éste buscaba.

Para eso, inició una investigación de mercado indagando en los consumidores, la industria, sus afiliados y los anunciantes para conocer el posicionamiento de la marca en la región, buscando impulsar sus canales.

‘Descubrimos que la imagen de Sony sigue siendo muy buena, y que se la relaciona con las mejores series de comedia en Estados Unidos (Sony) y criminalística (AXN). También entendimos que la audiencia es cada vez más social y que busca oportunidades para compartir contenido y opiniones con sus amigos’, dijo Lubensky a PENSARIO.

Además, determinaron que la imagen de Sony está asociada con la tecnología y la música, y que el público espera ambas cosas. ‘Con esta información decidimos darles lo que estaban buscando, y tomamos acciones para dar una respuesta de acuerdo a las expectativas’.

Fue así que anunciaron una alianza con **Spotify** para compartir con los usuarios la música de las series y los programas más emblemáticos. Además, en la parte tecnológica algunos de sus programas como *Mexico's Next Top Model* y *How I Met Your Mother* tienen mayor interactividad, dando oportunidades publicitarias a los anunciantes, con desarrollos en segundas ventanas. Con la serie *Hannibal* de AXN, acaban de implementar una app que fue reconocida como “Mejor App” para drama o novela en los LatinSocial TV Awards. También en la parte digital, SPT renovó un acuerdo con **Disney** para el estreno de series y adquirió también sus derechos digitales para



**Nathalie Lubensky, gerente general de SPT Latin America**



ser emitidos en catch up.

En la parte de programación, y en línea con los resultados de la investigación, se buscó ir en dirección con la imagen de cada canal. Así Sony, más identificado con la comedia, acaba de estrenar en Latinoamérica *How I Met Your Mother*, la sitcom americana que tuvo nueve temporadas exitosas en Estados Unidos. ‘Programas como *Mexico's Next Top Model*, que se estrena en septiembre 2014, apuntan a un público regional y local, mientras que también tenemos las producciones globales de los estudios de Hollywood’, completó.

Otras novedades en contenido, incluyen el retorno de *Grey's Anatomy*, *Once Upon A Time*, *The Blacklist*, y nuevos shows como *How to Get Away with Murder*, de los mismos productores de *Scandal* y *Grey's Anatomy* en Sony. En AXN, vuelve *CSI* y más novedades.

## STUDIO UNIVERSAL ESTRENÓ STUDIO MOVIE PLUS EN LATAM

**Studio Universal** estrenó en agosto el ciclo de cápsulas *Studio Movie Plus*, la primera producción original que **Universal Networks International** realiza en América Latina.

Grabadas en Buenos Aires, el ciclo se emite los lunes a las 22, con información y contenidos exclusivos del detrás de escena en los cortes comerciales de 12 películas seleccionadas, aportando secretos de su producción, además de testimonios de actores, directores y productores.

**Khrister Lorenz**, director de programación de **Universal Networks** para América Latina, destacó a PENSARIO que el objetivo de la producción es ‘brindar una experiencia adicional al televidente sobre el film que está

mirando, presentándole material que nunca se había visto, que permitan saber más sobre su historia y producción’.

Cada cápsula tiene una duración de entre un minuto y medio y dos minutos, y cada lunes se presentarán entre 6 y 8 cápsulas en los segmentos comerciales del film elegido, lo que busca ‘que sea un contenido que esté atado y sea coherente a lo que está viendo el televidente en pantalla’.

Todas grabadas en Buenos Aires, la versión panregional es conducida por la venezolana **Gaby Espino** (*Santa Diabla*) y el mexicano **Gonzalo García Vivanco** (*Las Juanas*), y se verá en México, Colombia, Venezuela, Bolivia, Ecuador, Perú, Guatemala, El Salvador,



**Khrister Lorenz (medio) con Gaby Espino y Gonzalo García Vivanco**

Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y Dominicana. Para Argentina, Uruguay y Paraguay, la versión es conducida por **María del Cerro** y **Pablo Rago**, y para Brasil, por **Juliana Camargo** y **Guilherme Arruda**.

Muy ‘satisfechos con los resultados’, Lorenz señaló que el proceso de estudio de proyectos de producción original continúa, porque el objetivo ‘es seguir produciendo en la región’, y en la medida que encuentren cosas que ‘no se hayan hecho todavía en la TV paga, como el caso de *Studio Movie Plus*’, avanzarán en proveer a sus señales **Studio Universal**, **Universal Channel** y **SyFy** de contenido local.



### El mundo en marcha

Soluciones para el ambiente en DW

VISÍTENOS EN JORNADAS 2014 EN EL STAND 55

Deutsche Welle | 53110 Bonn | Alemania  
sales@dw.de

www.dw.de/spanish/global3000



rfi.fr

# LES VOIX DU MONDE



© Droits Réservés



**LIBERTÉ • ÉGALITÉ • ACTUALITÉ**

© GÉDÉON AFP



FRANCE24.COM

## FOX LANZÓ SU CAMPAÑA "PIRATERÍA CERO"

A TRAVÉS DEL PROPIO PRESIDENTE DE FIC LATIN AMERICA CARLOS MARTÍNEZ EN TEPAL

Con una conferencia de prensa anunciando un enérgico plan antipiratería en Tepal 2014, Fox International Channels aportó en Panamá una de las novedades más significativas de la expo convención.

La conferencia de prensa contó con la presencia de Carlos Martínez, presidente de FIC Latin America, Daniel Steinmetz como Chief Antipiracy Officer de la organización y Roberto Vassaux, VP & general manager de FIC en Guatemala, donde Fox ha instalado oficinas regionales con una dotación actual de 94 personas.

Martínez señaló a los presentes que 'Tepal es un buen marco para un anuncio de estas características porque Centroamérica presenta un índice comparativamente alto de operadores que toman nuestras señales sin autorización o no informan sobre las cifras reales de suscriptores, y consideramos que la iniciativa

Piratería Cero es un fuerte aporte a la industria'. Steinmetz manifestó que el objetivo de Piratería Cero es 'terminar con la piratería y el subreporte; hemos realizado una encuesta interna y observado que no existe un solo tipo de piratería. En Colombia, Ecuador y México predomina el subreporte, en Brasil el principal problema son las cajas Free To Air (FTA), que son modificadas para captar señales de TV restringida, en tanto en Centroamérica, Venezuela y Perú predominan los 'cables pirata', que bajan ilegalmente las señales, y en Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia el principal problema son los "colgados", personas que se conectan ilegalmente a la red del cableoperador'.

### TRES METAS

En función de este diagnóstico, el plan Piratería Cero tiene tres metas:

a) Realizar procedimientos judiciales contra los "cableoperadores piratas"; dentro de este

planteo a fines de agosto se dio a conocer el allanamiento de CableColor en Guatemala, que será seguido por otros procedimientos en ese y otros países. (Ver página siguiente)

b) Entablar acciones judiciales contra los importadores y empresas de venta de cajas satelitales FTA cuyo producto sea modificado para captar señales codificadas.

c) Disminuir el subreporte de número de suscriptores por parte de los cableoperadores que distribuyen las señales de Fox con la debida autorización.

El plan de acción incluye una etapa preventiva, que incluye sensibilizar a los gobiernos acerca de la gravedad de estos delitos, 'de la

mano con acciones judiciales y cursos de capacitación sobre derechos de propiedad intelectual', para lo cual se ha firmado una alianza con la AmCham, y una reactiva, con 'un plan de auditorías, y denuncias judiciales concretas'.

Entre los resultados ya obtenidos a la fecha, fueron citadas 203 casos de investigación a cableoperadores operando en forma ilegal, de los cuales 47 ya fueron denunciados de manera formal, en tanto 15 fueron resueltos: 'La finalidad es regularizarlos, si tienen una licencia válida para operar'. Por otra parte, se han efectuado alrededor de 50 auditorías en México, Colombia y Perú, y algunas a operadores en Argentina, América Central y Brasil.

'Con respecto a los decodificadores, hemos configurado un catálogo que nos permite identificar más de 250 modelos de unas 55 cajas, principalmente provenientes de China. En este sentido se ha logrado la incautación y destrucción de 30 mil cajas cuyo destino principal era Paraguay y Brasil, y el dictado de normas que prohíben su introducción en



Daniel Steinmetz, Carlos Martínez y Roberto Vassaux

Uruguay y Ecuador, todo esto acompañado por capacitación a las autoridades en varios países'.

Vassaux remarcó que, desde el punto de vista geográfico, Centroamérica y el Caribe han representado aproximadamente la mitad de los 203 casos de piratería detectados hasta ahora.

### A FUTURO

'Para 2015 tenemos previsto seguir con esta línea de acción, con auditorías e investigación de ilícitos, y estamos invitando a todos los actores de la industria a combatir la ilegalidad, convocando a todos los estamentos. Tendremos cero tolerancia hacia los cableoperadores ilegales'.

Carlos Martínez finalizó señalando que 'También nos entrevistaremos con nuestros pares, los directivos de la industria, para que nos acompañen en esta campaña que es para beneficio de todos. Una decisión es que a partir de 2017 nuestras señales no estarán disponibles en TV paga analógica, y en 2015 y 2016 habrá un 100% de sobreprecio en el costo de las señales para aquellos sistemas que no se hayan digitalizado en cabecera, red y hogar. Así, la tecnología nos va a ayudar a erradicar buena parte del problema; esto se complementará, como ya se dijo, con gestiones ante los gobiernos locales, campañas educativas y las auditorías cuando se detecten reportes de número de suscriptores que no sean consistentes con la información de mercado para los diferentes países. De todos modos, el mensaje definitivo es que esto es un negocio y nos interesa recuperar a quienes bajan ilegalmente las señales'.

# 24/7 CANAL EN INGLÉS DESDE JAPÓN

NHK WORLD  
TV

[www.nhk.or.jp/nhkworld/](http://www.nhk.or.jp/nhkworld/)

Jornadas Internacionales 2014:  
Stand 24'



NHK WORLD TV

Contacto: Miyuki Nomura  
Representante de NHK WORLD para América Latina  
[mail@miyukinomura.com](mailto:mail@miyukinomura.com)

## GUATEMALA: JUSTICIA ALLANA CABLE COLOR POR DENUNCIA DE FOX

### PRIMER FRUTO DE SU PLAN PIRATERÍA CERO

La Justicia de Guatemala realizó un operativo en la sede del operador de TV paga **Cable Color** de la ciudad capital por una denuncia por piratería presentada por **Fox International Channels Latin America**, en el marco de su plan 'Piratería cero', que fue presentado en TEPAL.

El programador argumenta que el operador, propiedad del empresario hondureño **Jaime Rosenthal**, viola derechos de propiedad intelectual por la retransmisión, comercialización y distribución de varios canales de **FIC** sin la debida autorización.

'La piratería es una actividad ilegal ampliamente extendida en la región y constituye una

de las problemáticas más serias que enfrenta la industria. Fox International Channels Latin America tiene un fuerte compromiso con la defensa de la propiedad intelectual para lograr un mercado transparente y justo que resguarde a los cableoperadores que operan legalmente', destacó la compañía en un comunicado.

Para lograr erradicar la piratería, continúa, 'tenemos cero tolerancia frente a la actuación de operadores ilegales que compiten en forma desleal. Confiamos en que otros operadores que pudieran estar en situación de ilegalidad, se ajusten a la ley y regularicen su situación en beneficio de los usuarios finales, para que

puedan continuar recibiendo un producto de calidad.'

Por su parte, Carolina Castellanos, directora ejecutiva de la Cámara de Comercio Guatemalteco-Estadounidense (AmCham), señaló al portal Soy502 de Guatemala que 'la acción judicial sobre Cable Color sienta un precedente ante un desbordado robo de señales, un flagelo que deja pérdidas millonarias en la industria'. La ejecutiva advirtió que la situación de la piratería es más grave en el interior del país, donde más del 60% de las viviendas que reciben el servicio lo hacen de manera ilegal.

## FRANCE MEDIAS MONDE: LATINOAMÉRICA CADA VEZ MÁS PRIORITARIA

### CON SU CANAL DE NOTICIAS FRANCE 24 Y LA RADIO RFI

Desde 2013, France Médias Monde, el grupo a cargo de los servicios de broadcasting internacionales de Francia, avanza con la señal internacional de noticias **France 24**, la radio internacional **RFI** y la señal de radio en lengua árabe **Monte Carlo Doualiya**. La primera parte de este 2014 ha visto a France Medias Monde continuar su desarrollo a través del mundo, pero con un énfasis particular en Latinoamérica y el Caribe.

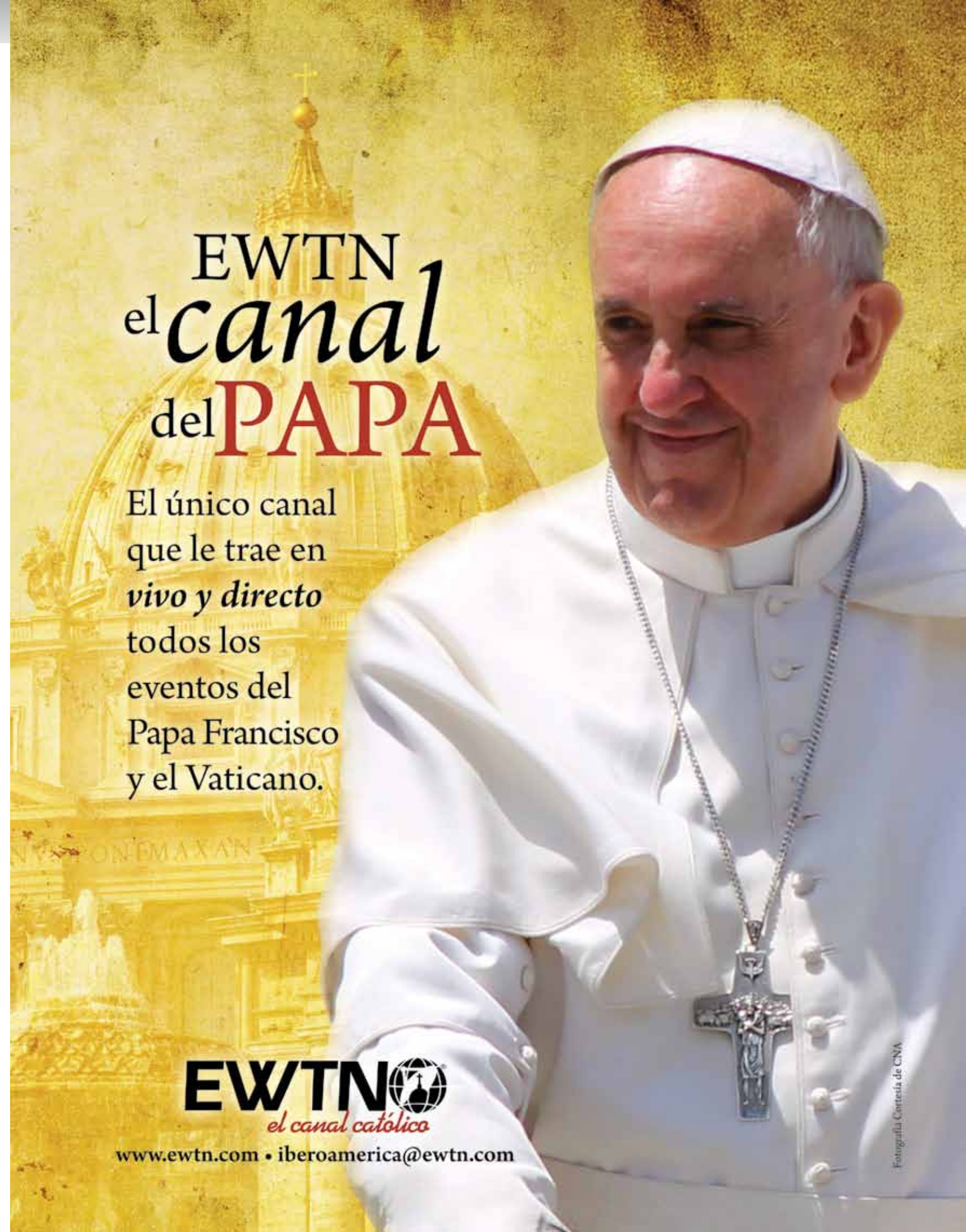
Lanzado en 2006, France 24 llega actualmente a 250 millones de hogares en todo el mundo, en inglés, francés y árabe. Una grilla renovada de programas lanzada a fin del año pasado, refleja la gran distribución geográfica del canal. Dándole más importancia a las transmisiones en vivo, France 24 ha introducido un tercer pilar en ese segmento en vivo a su audiencia, sin importar su zona horaria. La grilla de programas tipo magazine también ha sido reconsiderada para la distribución a todo el mundo, más cerca de los

suscriptores de Asia y Latinoamérica. Ahora se da más lugar a reportajes, informes e historias propias de cada lugar del último año.

Por su parte, **Radio France Internationale (RFI)** se emite ahora en francés y otras 12 lenguas, incluyendo español, portugués y un fee especial para Brasil. Con 35 millones de oyentes semanales en todo el mundo, RFI tiene 156 FM a lo largo de los 5 continentes. Para ampliar su base de oyentes, RFI ha definido una específica estrategia de distribución, junto a las emisoras afiliadas por un lado, y por el otro beneficiándose de la era de la convergencia con presencia creciente en cable, satélite, DTH y paquetes IPTV (incluyendo operadores líderes en Latinoamérica como **DirecTV Panamericana** en Sudamérica y **Sky** en Brasil. Para satisfacer mayor las necesidades de los operadores, se hace un stream 24/7 en los diferentes lenguajes. Un sitio web modernizado y nuevas aplicaciones móviles han contribuido también a la llegada in-

ternacional de RFI.

En Latin America, numerosos nuevos acuerdos se han firmado. Para France 24, está la inclusión del canal en inglés en el servicio básico de Cable & Wireless (canal n°108) en Panama y la firma de un acuerdo marco con la asociación uruguaya TDI que lo pone a disponibilidad de sus 23 operadores miembros para más de 70,000 suscriptores. RFI ha incrementado significativamente sus emisoras de radio afiliadas en la región que contribuyen con sus programas a más de 450 estaciones por el continente, la mayoría en Latinoamérica. Estos desarrollos están motivando nuevas firmas para los canales de France Media Monde, que harán a Latinoamérica cada vez más prioritaria en los años siguientes.



**EWTN**   
 el canal católico  
 www.ewtn.com • iberoamerica@ewtn.com

## FRANK SMITH: HBO LATIN AMERICA, PRESENTE EN TEPAL 2014



ANÁLISIS DE LOS DESAFÍOS QUE PLANTEA ESTA ETAPA DEL MERCADO FRENTE A LOS OTT



Frank Smith

En un año con éxitos como *Game of Thrones* y *True Detective*, entre otros, **HBO Latin America** estuvo representada en Tepal 2014 por una delegación encabezada por **Frank Smith** y se mostró muy activa tanto en las conferencias como en el piso de negocios.

En la conferencia de programadores, Smith señaló que 'Nuestra prioridad es controlar el contenido a largo plazo; para **HBO**, Netflix es una inquietud. Cuando comparamos los Estados Unidos con América Latina, allá **Netflix** nació

como un complemento, como los video clubes, y solo posteriormente comenzó con el streaming por Internet. Hoy, lo más peligroso para la industria de la TV paga lineal es que Disney le ha concedido a Netflix la primera ventana a partir de 2016.'

'Nuestro **HBOGO** requiere una caja digital, en tanto Netflix no requiere caja; lo que puede llegar a suceder es que, a futuro, con 15 a 20 millones de suscriptores en América Latina, Netflix tenga la posibilidad de contratar contenidos exclusivos.'

En charla posterior con Prensario, Smith recaló que 'para nosotros, es esencial que el usuario pueda sintonizar nuestra programación en cualquier momento y en cualquier lugar, como complemento a los canales lineales; hemos invertido mucho pero no lo hemos podido lanzar esto al 100% en todos los países y observamos que la banda ancha está avanzando a mayor velocidad que la TV paga. Con los canales básicos estamos buscando asegurar la continuidad en la medida en que ello puede hacerse, lo que a veces es más difícil. Se hace necesario revisar la estrategia, porque sería malo que vengan otros

jugadores a comprar estos derechos.'

'Hay países con complicaciones, pero es necesario ver la forma de evolucionar. La industria es pujante: cuando hizo falta el HD, lo implementamos, lo mismo se ha hecho con el OTT. Las plataformas OTT tienen la ventaja de que no requieren una suscripción al básico o minibásico del cable para acceder a ellas. Nosotros exigimos la autenticación del suscriptor, que debe ser realizada por el cableoperador.'

'Desde el punto de vista de los contenidos, tenemos una posición muy sólida y ello nos permite enfrentar con tranquilidad este mundo incierto. Hay un *output deal* con el estudio Universal y nuestra producción propia sigue en aumento y tiene extraordinaria repercusión. Tenemos más de 1.200 horas de programación exclusiva y el On Demand cuanta con 300 a 400 horas; es un valor agregado extraordinario. La tarea ahora es mantener nuestras ventanas para que el contenido sea apreciado y HBO sea vista siempre como fuente de contenidos de calidad. Y, con respecto a los cableoperadores, nuestro compromiso es cumplir con ellos.'



Hortensia Espitaletta de SignalTV, Raúl Mendoza y Marcel Vinay Jr.

distribuir los canales de TV paga.'

En cuanto a la gestión internacional de contenidos, Vinay señaló que se ha firmado con **Astro**, plataforma DTH de Malasia con varios canales, un convenio para coproducir *Siempre Tuya*, uno de los mayores éxitos de TV Azteca en México; por otra parte, *Academia Kids* se transmite en vivo en diez países de América Latina, en simultáneo con México; se ha estrenado exitosamente *Las Bravo*, con Edith González, Mauricio Islas y Saúl Isazo, entre otros; y, está creciendo en audiencia y ventas al exterior *El Homiguero*, con importantes visitantes en cada una de sus emisiones por Canal 7.

## NACE AZ TV DE PAGA

NUEVA MARCA DE LOS CANALES INTERNACIONALES DE TV AZTECA

**TV Azteca** de México aprovechó la realización de Tepal 2014 para relanzar sus canales de TV de paga en América Latina, con la marca **AZ TV de Paga**.

**Marcel Vinay Jr.** estuvo en Panamá dirigiendo la presentación, que despertó gran interés en los cableoperadores asistentes, en particular por la inclusión de una gran cantidad de material exclusivo, de acuerdo a lo explicado por Vinay a Prensario.

'Azteca Internacional pasa a llamarse **AZ Mundo** y Azteca Novelas es de aquí en adelante **AZ Corazón**, con telenovelas más contenidos especialmente preparados que estamos lanzando. En tanto, el 15 de septiembre hemos partido con **AZ Click**, enfocado a la gente joven, los *hip* y *celebrities*, con contenidos

sobre viajes, cine y otros temas de interés para un público target de alrededor de 20 años; el contenido para este canal es 100% producido por TV Azteca y tenemos ya 1.800 horas de programación específicamente realizada para este canal. Finalmente, **AZ Cinema** tiene un contenido 100% de cine mexicano, con largometrajes que no se van a poder ver en ningún otro canal, porque controlamos totalmente los derechos.'

'Hemos observado una muy buena recepción de estas novedades por parte de los operadores de TV pagamos y estamos ya negociando y cerrando contratos con varios países. La inclusión de contenido exclusiva está demostrando ser un poderoso atractivo tanto para las audiencias como para el interés de los cableoperadores en

# HUSTLER TV



EL LÍDER INDISCUTIBLE  
EN ENTRETENIMIENTO  
PARA ADULTOS DESDE 1974.

LLEGAMOS A LATINOAMÉRICA...  
¡PARA QUEDARNOS!

HUSTLER TV.  
CREZCAMOS  
JUNTOS.

HUSTLERLATAM.COM  
PPV | VOD | SVOD | HD | MULTI-PLATAFORMA [ ] [ ] [ ]  
CONTACTO: ALEX BEHRENS | TEL: +1(303) 441-0954 E-MAIL: ABEHRENS@NOOF.COM

## AMC NETWORKS: UN AÑO DE GRANDES CAMBIOS Y EXPANSIÓN GLOBAL

COMPRA DE CHELLO, RE-BRANDING DE MGM Y CRECIMIENTO DE SUNDANCE CHANNEL

El 2014 viene siendo un año de mucho cambio y expansión para el grupo AMC Networks en Latinoamérica. A la adquisición de Chellomedia anunciada en febrero –que le permitió incorporar más de 40 señales a su catálogo– se sumaron dos noticias en los últimos meses: el rebranding de MGM por AMC Channel y la distribución de Sundance Channel en seis nuevos países de la región.

Para esta edición de Jornadas Internacionales, Prensario pudo conversar con Bruce Tuchman, presidente de AMC Global y Sundance Channel Global, responsable de programación, marketing y desarrollo comercial y estratégico de las cadenas internacionales de la empresa. 'Ha sido un gran año para la empresa. El canal Sundance se expandió

en toda la región, no sólo en DirecTV sino también en los sistemas de cable de numerosos países. Por otra parte, el cambio de nombre de MGM sumará a las producciones de los grandes estudios MGM, Paramount y Sony, las de AMC Studios; continuará con la misma tradición pero con más contenido original', afirmó.

### MGM, AHORA AMC CHANNEL

El cambio de nombre de MGM permitirá distribuir la marca AMC más allá de Norteamérica. En los próximos meses, comenzará a transmitir feeds regionales a través de las principales plataformas de cable y satelitales de Europa, Latinoamérica, Asia, África y Oriente Medio. Estos serán acompañados por los servicios On Demand (VOD), HD y TV Everywhere.

La programación del canal incluirá series originales de AMC Studios, como *Halt & Catch Fire* y *The Divide*, que se estrenarán próximamente, además de películas de los mencionados estudios. 'Hemos recibido un

buen apoyo de los anunciantes. La marca AMC se ha establecido y es conocida en Latinoamérica, con reconocimiento por series como *Mad Men*, *The Walking Dead* o *Breaking Bad*. El nuevo canal tendrá más fuerza', expresó Tuchman.

La serie *Halt and Catch Fire*, de los mismos productores ejecutivos de *Breaking Bad*, captura a lo largo de diez episodios el surgimiento de la era de las computadoras personales a comienzos de la década de 1980, durante la cual tres hombres, un visionario, un ingeniero y un joven prodigio, asumieron crear una computadora que cambiaría el mundo tal como lo conocían.

Por su parte, *The Divide* es un drama de suspense de ocho episodios que invita a la reflexión y explora el costo personal de la moral, la ambición, la ética, la política y la raza en el sistema judicial actual desde la perspectiva de una asistente social apasionada.

'Estamos muy entusiasmados con esta noticia. Creemos que la leal audiencia de MGM, junto con la trayectoria y popularidad de AMC en todo el mundo, harán de esta propuesta un éxito. La idea es que la distribución esté en toda la región para el último trimestre del año', afirmó el ejecutivo.



Bruce Tuchman, presidente de AMC y Sundance Global

### SUN CHANNEL CRECE EN LATINOAMÉRICA

'Acabamos de anunciar la distribución de Sun Channel en seis nuevos países de Latinoamérica, sumando millones de suscriptores que podrán acceder a esta propuesta de contenido diverso de dramas originales recientemente estrenados, así como otra programación icónica, películas y documentales galardonados y atrayentes a nivel local', destacó Bruce Tuchman.

En los últimos meses, AMC Networks International anunció la expansión del canal en Latinoamérica, llegando a seis nuevos países. Los lanzamientos incluyen Panamá, El Salvador, Costa Rica, Honduras, Paraguay, Guatemala, Colombia y República Dominicana.

Estos lanzamientos se suman al lanzamiento del canal en Sudamérica el año pasado a través de DirecTV, que llevó la señal a Argentina, Chile, Ecuador, Uruguay y Venezuela. En Perú, está en HD a través de Movistar, el servicio de TV paga de Telefónica, y principal operador del país.

En Panamá, Sundance se emite desde agosto en sus versiones SD y HD a través de Cable Onda, la plataforma de TV paga más grande del país. Además, mediante un acuerdo con Millicom, se puede ver a través de Tigo en SD en Centroamérica, y se lanzará en HD en

Paraguay. En Claro, de América Móvil, puede verse en HD en Colombia y Dominicana. Además,

'Sundance Channel sigue creciendo, no sólo en Sudamérica, con los lanzamientos concretados en 2013, sino también en Centroamérica donde cerramos

acuerdo con los principales operadores. La prioridad es continuar impulsando esta expansión en toda la región', completó el presidente de AMC Global.

AMC NETWORKS  
INTERNATIONAL  
LATIN AMERICA

sundance  
CHANNEL



The Divide, nuevo show de AMC Channel



Halt & Catch Fire, nuevo show de AMC Channel

# No todo se ha visto en televisión.



## Llega ahora para sorprenderte.



## GOLTV SUMA LA LIGA DE RUSIA, DE CARA AL 2018

EN SU ESTRATEGIA DE GOL TV 100% FUTBOL

Pablo Bargas, gerente de marketing de GolTV, y Claudio Baglietto, se refirieron al potencial de su señal, como de sus derechos y contenidos que han obtenido para Latinoamérica siempre en su segmento de 100% Fútbol sumando cosas que no tiene nada más para los futboleros más exigentes de todos. 'Gol TV, cuenta con presencia en expansión en toda la región y disponibilidad de su señal para todos los territorios, nuestro foco esta puesto principalmente en ampliar la distribución de la señal en América Latina. También en adquirir más derechos exclusivos a través de las ligas, clubes, campeonatos, copas, etc y producir nuevos contenidos, ocupando un lugar de liderazgo y referente del fútbol en América Latina'.

### LIGA DE RUSIA

En ese sentido Gol TV LatAm, suma a su cartera de derechos y contenidos a la Premier League Rusa. La adquisición de los derechos de transmisión es por las próximas 4 temporadas y Gol TV le acercara a todos sus clientes dos partidos por fin de semana y un programa de highlights con lo mejor de cada fecha. Es una liga en constante crecimiento, donde ya se

lucen jugadores insignias de cada país, como Rondón (Venezuela), y jugadores de renombre que se destacaron en el último mundial como Hulk (Brasil), Garay (Argentina) y Witsel (Bélgica). Será la plataforma más importante para promocionar el próximo mundial FIFA 2018 con sede en ese País.

### OTROS CONTENIDOS DE FÚTBOL ÚNICOS

Vale recordar que otros derechos que se tienen son la Copa Italia, donde participan todos los equipos de la serie A y la serie B, desde 1922; La Copa do Brasil, con 86 equipos representantes de todos los estados de Brasil, que define quien disputará la siguiente copa Sudamericana y Libertadores; el campeonato de Uruguay, la primera división de uno de los torneos con mayor historia del fútbol mundial; el campeonato de Perú con Alianza Lima, Sporting Cristal y Universitario, son algunos de los más importantes equipos que lo disputan; la Superliga Suiza, competición de mayor categoría en el sistema de ligas de este país; la Superliga Griega, que une las 3 categorías y es una gran competencia por eliminatorias directas; la Copa de Turquía, 157 equipos de todas las divisiones, intentan



destronar al Galatasaray, actual campeón; la Serie B de Italia, que es la segunda competición del sistema de ligas del fútbol italiano, compuesta por 22 equipos intentando ascender a la primera división; y la Taca de Portugal, donde se enfrentan los clubes de las tres divisiones nacionales de la liga portuguesa. Además se tienen los Canales oficiales del Milan, Arsenal, Liverpool y Benfica, ofreciendo a los fans los partidos, historia, entrevistas y las noticias más importantes de estos cuatro grandes del fútbol mundial.

### 50 PARTIDOS MENSUALES

La señal programa en vivo más de 50 partidos mensuales y sigue de cerca todas las novedades del fútbol mundial a través de sus dos ediciones diarias de noticias. *FIFA Fútbol Mundial*, *Fanáticos* y otras producciones "in house" con lo mejor de cada fecha, completan la grilla de esta excelente señal.

Completan diciendo que Gol TV es el primer y único canal que produce y distribuye programación dedicada exclusivamente al fútbol, con presencia en expansión en toda la región y disponibilidad de su señal para todos los territorios.

## DISCOVERY NETWORKS CELEBRÓ 20 AÑOS EN LA REGIÓN DURANTE TEPAL

Discovery Networks Latin America/U.S. Hispanic cumple 20 años en la región y los celebró en la expo Tepal que se realizó en julio en Panamá.

'Centroamérica se ha convertido en uno de los mercados claves de Discovery Networks Latin America/US Hispanic, con grandes oportunidades de crecimiento y estamos aquí para reiterar nuestro compromiso de producir los mejores contenidos para su entretenimiento por muchos años más', comentó Allan Navarrete, EVP y director general de Discovery Networks México,

Centroamérica y Colombia. 'La gran riqueza natural y cultural de Panamá, Costa Rica, Guatemala, Belice, Nicaragua, ofrecen el marco perfecto para promocionar en todo el mundo las bondades y gran biodiversidad que tenemos en Latinoamérica'.

En los últimos años, Discovery Networks ha grabado en Centroamérica episodios de grandes producciones que se transmiten en los canales de Discovery alrededor del mundo como *Islas Mortales* con Dave Salmoni, *Cacería Humana* con Joel Lambert, *Mega-construcciones: El Nuevo Canal de Panamá*.



Allan Navarrete

Además, el icónico show de Bear Grylls *A Prueba de Todo*, desde su primera temporada ha tenido locaciones en la región como en los manglares, junglas e islas de Panamá, Belice, República Dominicana, Guatemala, entre otros.



LA MEJOR OPCIÓN EN TELEVISIÓN DE PAGA



[www.mvs-marketing.com](http://www.mvs-marketing.com)

Datos de contacto: Sandra Chávez Tovar, Subdirectora de Ventas Latinoamérica

Tels: (55) 5764-8100 Ext. 4506

Mail: [schavez@mvs.com](mailto:schavez@mvs.com)



[www.youtube.com/user/marketingMVS](http://www.youtube.com/user/marketingMVS) |



@marketingMVS

## NHK: ÉNFASIS EN EL SERVICIO DE TV INTERNACIONAL

En vista de que Tokio ha sido elegida para albergar los Juegos Olímpicos de Verano en 2020, NHK anunció el fortalecimiento de sus servicios de difusión internacional, especialmente NHK World TV, canal en inglés las 24 horas. Es un deber para NHK, única emisora pública de Japón, proporcionar la información más reciente e imparcial de Japón al mundo y fomentar el entendimiento mutuo entre Japón y otros países así como promover la amistad y el intercambio cultural.

Por lo tanto, NHK World TV llevó a cabo en abril de 2014, una revisión exhaustiva de su programación, aumentando el número de programas regulares y añadiendo nuevos géneros para enriquecer aún más la experiencia del espectador. Ahora, NHK World TV ofrece 44 programas en 10 géneros diferentes.

### AMPLIA VARIEDAD DE PROGRAMAS

Hay noticias, documentales, temas de actualidad, negocios y tecnología, artes y diseño, moda y cultura pop, viajes, estilos de vida, cocina, ciencia y naturaleza. NHK World TV ofrece casi todo lo que la gente quisiera saber sobre la cultura japonesa en una amplia variedad de programas que incluyen *Kabuki Kool*, que presenta artes teatrales tradicionales, *J-Flicks*, que ofrece el encanto de las películas japonesas actuales de alto perfil y desde luego, el *J-Pop* (cultura popular japonesa).



### NHK WORLD TV ON THE GO

La cultura J-POP empezó a recibir la atención internacional desde la década de 1980 y se convirtió en una de las fuentes más influyentes de entretenimiento en el mundo. Hoy, la popularidad del Anime japonés, Manga, videojuegos y Cosplay es inmensa. Hay un gran número de fans de J-Pop en todo el mundo. NHK WORLD TV no sólo difunde la cultura del J-Pop en una variada forma de programación, sino también lo distribuye a todo el mundo. NHK WORLD TV ha venido participando en eventos de cultura de J-Pop, como Japan Expo en París, Anime Expo en Los Ángeles, Festival do Japão en São Paulo, Hyper Japón en Londres y el Festival KAMEN en San José, Costa Rica, sólo por nombrar unos pocos. Aspectos relevantes de estos eventos también son pasados al aire mediante la producción de ediciones especiales de programas culturales.

NHK es conocido internacionalmente como productor de programas de noticias y documentales con calidad premiada. NHK ha recibido los premios internacionales Emmy repetidamente así como otros premios internacionales. Además, NHK es ampliamente reconocida como un líder global en



Kabuki Kool

tecnología de medios de difusión. NHK desarrolló el sistema de HD (Alta Definición) por primera vez en el mundo y sigue desarrollando nuevas tecnologías tales como la 8 K, que cubrió el Carnaval y la Copa del mundo en Brasil, entre otros eventos. La tecnología 8K de NHK también estará presente en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro en 2016 y en 2020 en los Juegos Olímpicos de Tokio. Haciendo el mejor uso de estas ventajas de NHK, NHK WORLD TV puede garantizar consistentemente la presentación de los programas de más alta calidad para los espectadores a través de todo el mundo. NHK WORLD TV esta disponible para 280 millones de hogares en 150 países y regiones.



J-Melo

## PROGRAMAS DESTACADOS EN SEPTIEMBRE

NHK WORLD TV PRESENTA VIAJES, MÚSICA Y COMIDA EXCLUSIVAMENTE DE JAPÓN

### VIAJES:

-Ciclo alrededor de Japón, visite Hokkaido, isla norteña del Japón, en su temporada más bella y admire sus impresionantes campos de lavanda. Pruebe la maravillosa comida local y experimente su cultura única.

-Tren crucero, visite el Lago Biwa, el más grande de Japón, a bordo de trenes de antigua moda incluyendo una locomotora a vapor. Viajando con los lugareños y probando alimentos que ellos mismos recomiendan incluyendo cervezas locales.

### MÚSICA:

Noche de Japón – el super show J-Music Live

### ALIMENTOS:

BENTO – el proyecto Global de Lunchbox: La comida tradicional japonesa ha sido designada por las UNESCO como Patrimonio Cultural Intangible de la Humanidad en 2013. Ahora, esta “lonchera japonesa” única llama la atención del mundo. Disfrute de la hermosa presentación y delicioso sabor del BENTO japonés a través del proyecto global de la lonchera.



Imagine Nation



LO QUE USTED VE SÓLO MUESTRA LA MITAD DE LA NOTICIA

Every time I've been in a place where I've heard 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



Para información de las ventas y programación, contacta:  
Castalia Communications Corp.  
Miguel Torres-Bohl  
+51 1 348 7800 miguel@castaliacom.com





# SIGNAL TV

REPRESENTANTES DE SEÑALES DE TELEVISIÓN POR CABLE



Un montaje rápido, práctico y económico, plataformas escalables, tecnología de punta, casos de éxito

La mejor solución de internet inalámbrico para ser competitivo

**SIGNAL** Group  
SOLUCIONES EN INTERNET

SIGNAL Mobile



Android + iOS 5



**www.signaltveu.com**

Av. 15 No. 104 - 30 of 506 • PBX COL (571) 6113907 - PBX VEN (58) 212 770 8390

Presentado por:



**WOBI TV presenta una serie original**  
grabada en México para toda Latinoamérica:

## EL EMPRENDEDOR DE MÉXICO



GRAN ESTRENO  
19 de AGOSTO  
TODOS LOS MARTES  
9:00 PM

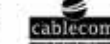


EL ENTRETENIMIENTO REAL SE ENCUENTRA EN LOS NEGOCIOS.

**WOBI TV**

wobi.com/tv

Patrocinio Principal:



América Latina: Alejo Idoyaga • amolina@wobi.com • +(52) 55 5002.3215

México: David Peredo • dperedo@wobi.com • +(52) 55 5002.3250

Cono Sur: Sabrina A. Capurro • sabrina.capurro@speedy.com.ar • +(5411)-4642-7397

Región Andina, Centroamérica y Caribe: Multimedia Broadcast Associated (MBA):

Matilde de Boshell • mboshell@mbanetworks.tv • +(57) 1 642.0079

“Todo **FOX**,  
todo el tiempo,  
en todos lados”

**FOX+**

La experiencia **FOX**, completa.

**FOX** Latin  
INTERNATIONAL America  
CHANNELS

## EXPO TEPAL 24, CON SUS MAYORES PROTAGONISTAS

ENTRE LOS OPERADORES Y LOS PROGRAMADORES



Con la presencia de importantes directivos de la industria, además de los principales cableoperadores de la región, se realizó la edición 2014 de la expo convención Tepal en el hotel Hard Rock de la ciudad de Panamá.

La importancia de TEPAL como asociación se viene dando por la hoy muy activa participación de los grandes jugadores de la industria latinoamericana del cable; la extensión de esta preponderancia a su expo convención se potenció este año con la gestión personal de **Mauricio Ramos**, presidente de TEPAL y también de **Liberty Puerto Rico** y **VTR** de Chile, planteándose sesiones con acceso a lo que piensan y proyectan hacer los CEOs y también, en la parte técnica, los CTOs de las principales empresas.

Asistieron, entre otros, **Enrique Yamuni** de **Megacable** de México y **Carlos Moltini** de Cablevisión de Argentina, quienes junto al propio Ramos, el siempre ameno **Eduardo Stigol** de **Inter** de Venezuela —y **Tuves** con una iniciativa que se destaca aparte— y figuras tradicionales de la expo como **Nico González Revilla** de **Cable Onda**, **Jorge Schwartz** de **TV Cable Ecuador** y **Desirée Logroño**, de **Tricom** de República Dominicana, dando una presencia representativa para cualquier expositor que quisiera tener un diálogo directo con ellos.

La convocatoria se extendió a los principales programadores, con directivos como **Frank Smith**, de **HBO**, **Carlos Penzini** de **Viacom** y **Alan Navarrete**, de **Discovery**, lo cual también convirtió a TEPAL 24 en un foro muy atractivo para los que participamos de esta industria. La presencia de **Carlos Martínez** de **Fox International Channels** con su plan *Piratería*



Mesa inaugural, con la vicepresidenta de Panamá, directivos de Tepal y la presentación de nuevos canales de TV paga de TV Azteca

*Cero*, que también destacamos aparte, fue acompañada por anuncios de operativos en Centroamérica y un plan para alentar a los cableoperadores a digitalizar sus operaciones analógicas de aquí a 2017.

### MÁS PARTICIPACIONES DESTACADAS

Las reflexiones de los expositores con respecto a la experiencia obtenida en la exposición comercial fueron generalmente positivas. Lo expresaron **Jorge Tato**, de **MVS** de México, quien señaló el contraste con lo que calificó de ‘fracaso’ de **Canitec** en la convocatoria de cableoperadores mexicanos hace un par de meses, o **Marcel Vinay Jr.** de **Comarex** quien destacó que **TV Azteca** eligió Tepal 2014 para lanzar su nueva estrategia de canales de TV de paga, en tanto **Silvia Villojen**, directora de distribución regional de **Deutsche Welle**, tuvo oportunidad de comunicar el visible aumento de satisfacción de la audiencia de DW —y por lo tanto de los cableoperadores— ante la programación en español durante las 24 horas que ahora ofrece la señal pública alemana. También se destacaron **Jesús Cohegrus**, de **WOBI** quien ofreció una plática sobre la importancia y éxito

de las marcas; **Ariel Barlaro**, de la consultora **Dataxis**, con una exposición sobre el fuyuto de la TV paga, y los directivos de **AMC/Sundance Channel**, que auspició el cóctel de cierre y viene ganando cada vez más protagonismo desde la compra de **Chello Latinoamérica**; su presidente **Bruce Tuchman** es reportado en esta edición. Por su parte, **Canal Sony** realizó un upfront publicitario para los anunciantes panameños anunciando el lanzamiento de un feed específico para Centroamérica y agasajó a la prensa especializada en un restaurante del casco antiguo de la ciudad.

Los expositores más propensos a la crítica apelaron al argumento habitual de ‘menos asistentes que el año anterior’, lo cual responde más a la concentración del mercado y la ocupación de espacios por los actores existentes. Entre las consecuencias de este fenómeno ajeno a las exposiciones, se dificulta el ingreso de nuevos participantes y se desvía buena parte de las actividades a los hoteles —hubo empresas que alquilaban suites de hotel, en lugar de stands en la exposición— y restaurantes cercanos a la convención, donde realizan sus reuniones quienes ya se conocen.

Como sucede en otras industrias, el éxito



Panel Técnico: Emerson Sampaio, de Megacable; Gabriel Larios, de Arcom; Dale Bassen, de VTR; y Miguel Angel Fernandez, de Cablevision



Alan Navarrete, Frank Smith, Carlos Penzini, Humberto Garcia, Eduardo Stigol



Jaime Alcalde y Jorge Tato de MVS, con Matilde de Boshell y Carlos Boshell de MBA

# 100% FÚTBOL



## EXPO TEPAL 24, CON SUS MAYORES PROTAGONISTAS



futuro de las convenciones de Tepal depende de la cohesión que muestren las empresas que integran la entidad frente a sus proveedores y la noción de solidez que transmitan a los programadores, fabricantes y distribuidores de equipamiento y organismos regulatorios. Esto, combinado con la presencia de los cableoperadores activos en la región de la sede de las futuras conferencias y exhibiciones, cada vez más alcanzados en forma directa por las filiales y agentes comerciales establecidas local o regionalmente por los suplidores de programación, equipos y servicios.



Cosme López, de Venevisión Continental, con Sugoy Villasmil y Héctor Bermúdez, de Sun Channel



Shirley Nadjar de Royal Media, Milena Celis y Hortensia Espitaletta de Signal TV, junto a Raúl Mendoza (medio) y Marcel Vinay Jr de TV Azteca/Comarex

## DEUTSCHE WELLE: CRECIMIENTO EN AMÉRICA LATINA

La fuerte presencia de la red pública internacional alemana **Deutsche Welle** fue uno de los puntos destacados de la exposición de productos y servicios de Tepal 2014 en la ciudad de Panamá.

**Sylvia Viljoen**, Head of Distribution America del grupo alemán, comentó —en plática con Prensario— su satisfacción ante los efectos muy favorables en la audiencia y los propios cableoperadores que produjo la conversión de la transmisión a 24 horas diarias en idioma español.

‘Nuestro objetivo ha sido siempre ofrecer noticias e información que sea objetiva y a la vez de interés para el público, incluyendo, entre otros

temas como tecnología, conciencia ambiental y política. eso es lo que hacemos desde Alemania. Es un gran desafío, un importante objetivo desde que cambiamos el lenguaje a idioma español durante las 24 horas, cuando antes transmitíamos en alemán, inglés y español, pero observamos con esa estrategia no se cumplían plenamente nuestros propósitos’

‘Este nuevo enfoque nos ha resultado en una notable cantidad de comentarios positivos y, a la vez, permitió confirmar que tenemos una audiencia muy activa, que sintoniza el canal



Sylvia Viljoen, Head of Distribution America

en forma muy intensa y nos hace llegar sus comentarios, con lo que el proceso se convierte en verdadera comunicación; hay oportunidades en que nos manifiestan un punto de vista diferente del nuestro, pero siempre se observa que prestan mucha atención a la programación’

‘Esto nos permite desarrollar propuestas nuevas, como un programa de tipo magazine para audiencias interesadas en nuevos medios digitales, y el formato *Enlaces* sobre cuestiones como la seguridad en Internet. Para *Enlaces* hemos realizado *focus groups* en México y tratado de implementar los resultados que obtuvimos con ellos; también tenemos un equipo de análisis de desarrollos en Argentina, que produce informes sobre el efecto de estas innovaciones en la audiencia. Estamos trabajando en reestructurar la programación de acuerdo a lo que vamos aprendiendo; por ejemplo, evaluamos la posibilidad de ofrecer más programas de noticias, y dentro de esos programas tener contenidos más regionalizados; pero, esto lleva tiempo y los cambios tendrán lugar en abril de 2015. Por el momento es muy complicado haber sobre más detalles de los cambios porque estamos en medio del proceso, pero en el futuro podremos explicar más’, concluyó Viljoen.

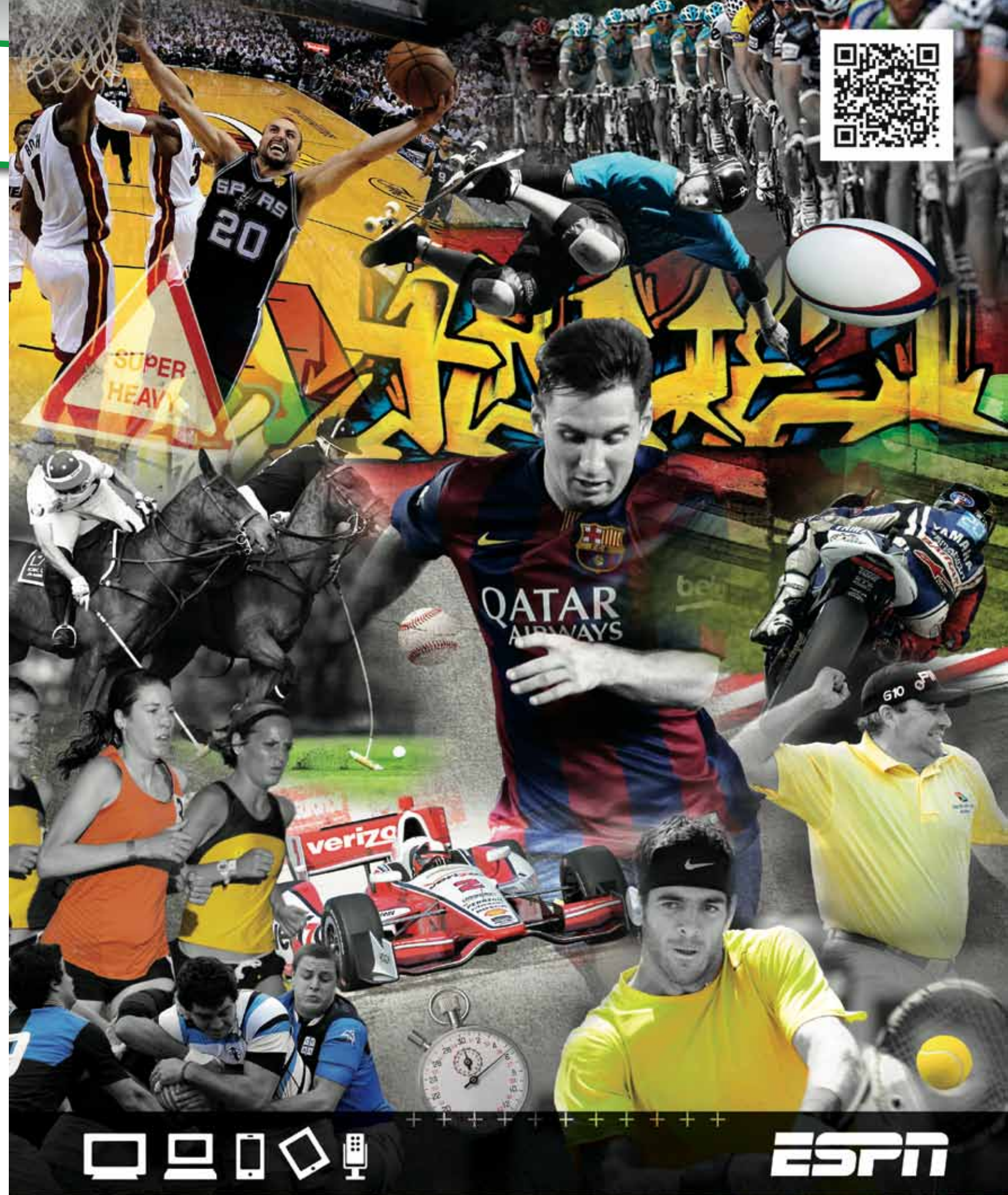
### DW: EUROPA SEMANAL SERÁ ENFOQUE EUROPA

DW ha renovado el diseño y los contenidos de su revista semanal sobre la actualidad de Europa. El programa *Europa semanal* será sustituido a partir de octubre de 2014 por *Enfoque Europa*.

Se trata de contestar preguntas como: ¿Qué mueve a los habitantes de Europa? ¿Qué los motiva política, social o culturalmente? ¿Cómo viven los europeos? ¿Qué opiniones, esperanzas y miedos tienen? **Enfoque Europa – Países, gentes, destinos** se lo muestra. El nuevo magazine informa cada semana a partir de octubre sobre la variedad de los pueblos, culturas y paisajes; sobre la convivencia y los conflictos de los europeos.

*Enfoque Europa* presenta historias de la vida de la gente: desde el herrero polaco hasta el marino finlandés, desde el hombre de negocios británico hasta la activista del feminismo turca; desde los españoles que ocupan casas hasta el mafioso italiano.

Los reporteros de *Enfoque Europa* informan desde todo el continente. En ediciones especiales, un país o un acontecimiento destacado será objeto central del programa. *Enfoque Europa*: una mirada cercana, interesante y justa. *Enfoque Europa* se emitirá a partir de octubre por DW (Latinoamérica) los miércoles a las 10:30 p.m., los jueves a las 2:30 p.m. y los viernes a las 7:30 p.m. en Argentina.



## LOS FOROS DE PROGRAMADORES Y CEOs DE TEPAL 2014

CON LOS MÁS GRANDES PROTAGONISTAS DEL MERCADO EN LATINOAMÉRICA

El encuentro de directivos de empresas de programación, por un lado, y el de CEOs de las principales sistemas de cable de América Latina, junto con la reunión de directivos de Ingeniería, fueron los puntos de mayor atractivo en Tepal 2014.

En el ámbito de los programadores, los panelistas **Frank Smith**, de **HBO LAG**; **Carlos Penzini**, de **Viacom**; **Alan Navarrete**, de **Discovery**, y **Roberto Vassaux**, de **Fox**, aportaron los puntos de vista de las programadoras, sobre la influencia actual y futura de la oferta de contenidos *Over The Top*, con **Netflix** como el jugador más visible pero no el único. **HBO** y **Discovery** definieron que no están cediendo derechos a **Netflix**, en tanto, **Penzini** vaticinó que, en tanto el esquema básico de espectador --escuchar, ver historias-- seguirá siendo el mismo que en la prehistoria, es posible que haya millones de canales, programados en cierta forma "individual" para el gusto de cada persona, y disponibles por **IPTV**. **Smith** se refirió a que 'además de **Netflix** están **ClaroVideo** y hay otros. La inquietud es que algunos países han avanzado más rápidamente en innovación tecnológica, con la banda ancha avanzando más rápido que la TV paga; se hace necesario revisar la estrategia, y sería malo que vengan otros jugadores a comprar estos derechos'.

**Vassaux** comentó que 'al principio estábamos reacios y en **Fox Play** tenemos todos los contenidos, pero luego pasamos venderle a **Netflix** para catch-up. **Netflix** viene siendo útil para el público más joven, hoy por hoy es una parte del negocio, pero primero están nuestros afiliados'. **Penzini** dijo que 'Estamos invirtien-

do mucho en contenidos. **Netflix** ha sido un cliente para contenido con más de 18 meses de haber sido estrenado. Ahora surgieron jugadores de distribución que quieren complementar los canales lineales con estos contenidos, **Netflix** no es el riesgo a la industria en señales básicas; en premium puede haber mayor competencia'. **Navarrete** manifestó que 'ya existe el **VOD**, y la experiencia que tenemos en los Estados Unidos con el **OTT** no ha sido la mejor para el usuario; estamos buscando la forma para que sea más fácil. Esto está siendo probado en Escandinavia, cuando esté listo lo lanzaremos en América Latina'.

### OPINAN LOS CEOs DEL CABLE

El panel directivos de **MSOs** de cable contó con **Mauricio Ramos**, de **VTR Chile** y de **Liberty Global** en Puerto Rico; **Enrique Yamuni**, de **Megacable**; **Carlos Moltini**, de **Cablevisión Argentina**, con preguntas planteadas por **Nicolás González Revilla**, de **Cable Onda** de Panamá.

Como sucediera en 2013, resultó muy interesante comparar los enfoques hacia problemas comunes, como el creciente aumento de la utilización de banda ancha por parte de los usuarios, así como temas puntuales planteados por **González Revilla** en forma individual, como las perspectivas a futuro del **IPTV**. Se mencionó el servicio **Megacable Play** lanzado por la empresa mexicana. También, la estrategia de producción de canales propios en el caso de **Cablevisión**, considerada por **Moltini** 'una herramienta



CEO's de operadores con Mauricio Ramos: Nico González Revilla, Enrique Yamuni, y Carlos Moltini

para la penetración fenomenal que tiene el cable en la Argentina'. O los efectos de la eliminación de los cargos de Larga Distancia Nacional en Chile, que **Ramos** consideró "irrelevante" para su empresa porque ya venía ofreciendo planes con *roaming* incluido, y la decisión de convertirse en **MVNO**. De todas maneras se redujo la inversión de capital necesaria para las redes y el propio **Mauricio** criticó el sistema actual de "banda ancha ilimitada" en tiempos en que crece fuertemente la demanda: 'habrá que buscar una nueva racionalidad, el tema es quién da el primer paso'.

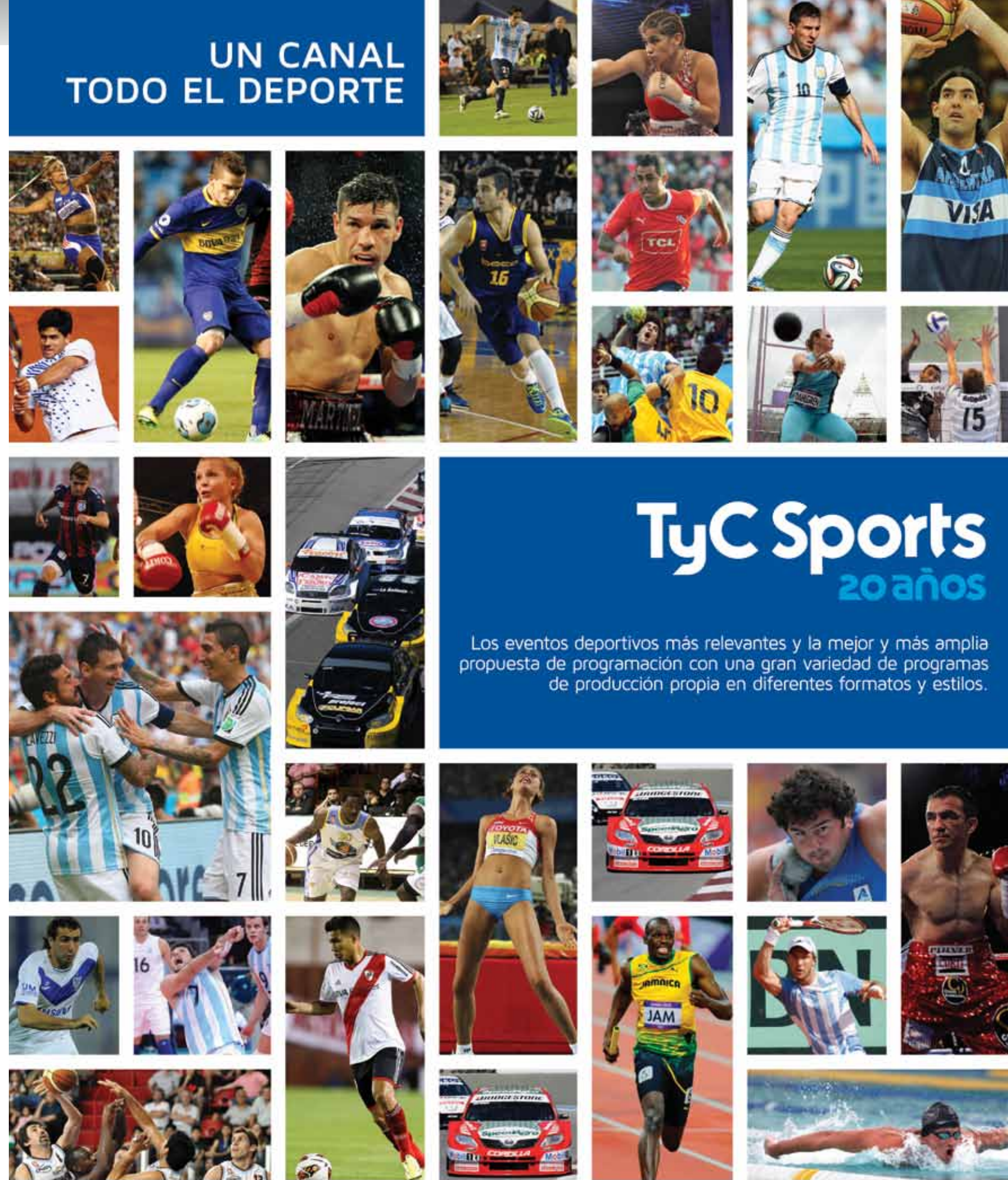
Hubo diferencias de opinión en las evaluaciones a futuro de los efectos del aumento del consumo de banda ancha; en tanto **Ramos** sostuvo que el modelo de negocios está siendo afectado por un aumento anual en el orden del 30%, **Yamuni** consideró que 'se trata de un caso (el uso abusivo) que afecta a una pequeña parte de los usuarios, un 3% del total' y que no se justifica encararlo en la actualidad, pese a que coincidió en que a futuro se puede convertir en importante.

Con respecto a la **Televisión Digital Terrestre**, no fue considerada una amenaza para la TV paga porque, aunque sea gratuita y ofrezca **HD**, no cuenta con los contenidos que el consumidor de la TV prefiere, aunque en el caso de la Argentina se ofrezcan los partidos de fútbol. **Yamuni** señaló que no está en claro la cantidad de canales **DTT** que vaya a haber disponibles y que, siendo gratuitos, deberán depender de la facturación publicitaria, lo que plantea otro interrogante.



Frank Smith, Roberto Vassaux, Eduardo Stigol, Alan Navarrete y Carlos Penzoni

## UN CANAL TODO EL DEPORTE



**TyC Sports**  
20 años

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.

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.

Visítanos en el stand N°37 de Jornadas Internacionales 2014.

## TuVES OFRECE SOLUCIÓN PARA DIGITALIZAR SEÑALES LOCALES

EDUARDO STIGOL HABLA DEL DTH PROPIEDAD DE INTER

Una de las novedades presentadas en Tepal 2014, por parte del mayorista de distribución satelital **TuVes**, es una solución para que los cableoperadores puedan ofrecer en digital tanto los canales satelitales como los locales de aire.

**Eduardo Stigol**, titular de la empresa —y del MSO **Inter** de Venezuela— señaló a Prensario en Panamá que esta posibilidad se da a través de un software que se carga en una computadora cuyo costo está en el orden de los 8.000 a 10.000 dólares, más una caja para cada suscriptor cuyo costo actual está en el orden de los 40 dólares.

Pero, se evita el costo de un headend digital y de un aparato decodificador por cada señal; el sistema opera tanto con canales básicos, premium y HD y la negociación de los derechos debe ser realizada con el respectivo programador; en la actualidad **TuVes** ofrece la opción de distribuir más de cien canales, entre SD y HD, en función de los 'paquetes' que ofrece cada programador.

### MUCHAS VENTAJAS

Stigol enfatiza que este sistema permite a los cableoperadores digitalizar su servicio, con lo cual prácticamente se eliminan las conexiones clandestinas y se posee un control sobre el servicio a cada suscriptor, reduciendo la morosidad. **TuVes** percibe una suma mensual por el servicio, en tanto los derechos son pagados a

los programadores en la forma habitual.

'Esto facilita la incorporación de nuevos canales, al eliminarse la necesidad del decodificador por canal, que para un sistema de cable pequeño se torna costoso desde que los programadores son reacios a entregarlos en comodato si el pago mensual por derechos no lo justifica.'

'Los cables "chicos" tienen que digitalizarse, no van a poder sobrevivir sin digitalizar sus operaciones y sin ofrecer HD. Si bien es cierto que hace falta una caja por suscriptor, el costo actual está en el orden de los 40 dólares y, como el software que ofrecemos permite encriptar digitalmente los canales de aire locales, podrán ofrecer tanto los canales locales como los satelitales en un paquete que el usuario encontrará fácil de utilizar.'

Stigol se muestra muy satisfecho con el desarrollo que ha tomado **TuVes** con el suministro de servicios satelitales a cableoperadores que quieren exceder el área de cobertura física de sus redes o a empresas con estructura de comercialización que desean incorporarse al mercado; los servicios se prestan con "marca blanca", pudiendo el cliente utilizar su propia marca o la que le ofrece **TuVes**. Ya se ofrece en Bolivia, donde hay varios clientes e interesados; Ecuador —donde lo ha adoptado **TVCable**, ver nota aparte—, Paraguay y República Dominicana,



Eduardo Stigol

na, más negociaciones para otros países que aún no han sido firmadas: 'Se abrió toda la región y tomó una escala que nos da el convencimiento de lo mucho que puede hacerse' al respecto.

### UTILIDAD DE TEPAL

Con respecto a la convención, manifestó que 'Tepal nos tiene como punto de encuentro a los cableoperadores para tratar los grandes temas y fijar un criterio para el futuro, poner un orden. Quien compra programación —como lo hacen los cableoperadores— tiene que comprar una ventana de tiempo en multiplataforma; este concepto hay que transmitirlo a los canales. Otro aspecto es que falta un standard técnico para el OTT, las diferentes empresas aplican criterios distintos y esto crea una confusión en el usuario'

'Con respecto al programa académico de este año, mi impresión es que las sesiones han sido muy buenas, muy claras. No tengo todavía certeza de los resultados del salón comercial.'

## CABLEVISIÓN PLAY SE LANZÓ CON TOOLBOX

PRESENTA NUEVA CÁMARA PXW-X500



Luciano Cavalleri

Una noticia importante del mercado argentino fue el lanzamiento de **Cablevisión Play**, que se hizo con cloud hub de **Toolbox** de **Luciano Cavalleri**. Ya había participado de las salidas de **Moviesty** y **Fox Play**, y las de **Turner**. Trabaja con la mayoría de los grandes jugadores para darles TV Everywhere y está conectada con la mayoría de los operadores de la región. **Toolbox Cloud Hub** es una plataforma de agregación y distribución de contenido de TV

Everywhere con base en la nube. Algunas de sus características son: posibilidad de agregar y transformar metadata de prácticamente cualquier fuente y en cualquier formato, garantizar el acceso al contenido protegido a los suscriptores de TV paga usando las credenciales de su operador y normalizar y buscar el contenido semánticamente, creando recomendaciones basadas en los patrones de consumo y perfiles de usuario.

# La mejor programación en francés en VOD.

El arte de vivir de los franceses se adapta al estilo de vida de los espectadores.



Ahora a nuestra programación habitual sumamos la opción VOD con los mejores programas comprometidos con la gastronomía, viajes, lujo y todo lo mejor del "arte de vivir".

## TV5MONDE

## SUN CHANNEL PRESENTA NUEVA PROGRAMACIÓN EN SD Y HD

### TAXI PARA Y EL REALITY DESAFÍO ÁFRICA: EL ORIGEN

Sun Channel anunció el estreno de *Taxi Para* el 29 de septiembre, y el reality *Desafío África: El Origen*, el 22 del mismo mes.

La pasión y orgullo de los taxistas mexicanos por contar las historias de su país llega a Sun Channel con el estreno de *Taxi Para*, una producción original que cuenta con verdaderos taxistas mexicanos, quienes se encargarán de ser los principales anfitriones para dar a conocer las historias de las calles y rutas del país. A través de ellos, los televidentes podrán

conocer su cultura, sus ideales y visiones del mundo. En México es una guía diferente en la que podrás conocer los lugares más visitados, la gastronomía y las tradiciones desde otra perspectiva.

Para toda Latinoamérica recibe además la superproducción *Desafío África: El Origen*. Se trata del reality más impactante de todos los tiempos, donde 21 colombianos son trasladados al impredecible continente africano para asumir nuevos retos y vivir al extremo



increíbles aventuras. Esta exitosa producción, que cuenta con diez ediciones, no le dará descanso a la adrenalina de los participantes, quienes deberán sobrevivir, convivir y competir en 4 diferentes etapas, por un gran premio en dinero. Vive de cerca todas las experiencias que *Desafío África: El Origen* puede ofrecer con capítulos de estreno de lunes a viernes, a partir del 22 de septiembre. Estará disponible sólo por Sun Channel HD.



## GLOBAL MEDIA: MÁS CONTENIDO HD Y MEJOR DISTRIBUCIÓN

Piedad Martínez quedó muy conforme con Andina Link Centroamérica, donde destacó el buen nivel de concurrencia, sobre todo de ejecutivos con toma de decisión durante los dos días de la expo, y enfatizó en el buen papel de la organización de TDC Events, tanto en Costa Rica como en Cartagena. 'Hemos cerrado contratos con operadores de Honduras, Nicaragua, Guatemala, Costa Rica, y hasta República Dominicana. El balance es sumamente positivo'.

En lo que respecta a sus señales, Martínez señaló que para TV Agro están buscando sumar más contenido de todas las regiones en HD; actualmente la señal sale en alta definición en IP. Cine Clásico, el más nuevo de sus representados que está al aire desde el 1 de julio, ha tenido gran

aceptación y en especial en los países de Centroamérica, donde el público valora mucho su programación. 'Pueden encontrar los mejores clásicos de México y Latinoamérica', enfatizó.

Además, dijo que todos los canales están creciendo. Anunció la incorporación de Cable Noticias en Cable & Wireless de Panamá, y TV Agro acaba de ingresar en TVCable de Ecuador. 'Todos los meses tenemos importantes ventas y esto se debe tanto a nuestra continua presencia en las convenciones de la industria, como al telemercadeo y las visitas a nuestros clientes', agregó.

Otra noticia importante es el lanzamiento próximo de Cable Noticias en HD, que ayudará a abrir más mercados. 'Los operadores lo

están pidiendo', afirmó, y adelantó que la prioridad para los próximos meses es la adquisición de contenido de calidad y la traducción al inglés de los canales, que son cada vez más solicitados en Estados Unidos.

Global estará en ComuTV, Jornadas Internacionales y Chile Media Show.



Piedad Martínez de Global Media

## TELESUR: GRAN LANZAMIENTO DE LA SEÑAL EN INGLÉS



Aissa García y Yeraldin Molina con el periodista de Telesur

Telesur está preparando la noticia más fuerte que será el lanzamiento de la señal en inglés para el 24 de julio del próximo año, que

estará acompañada por el sitio web también en inglés. 'Nuestro gran objetivo es llegar a todo el mundo. El principal desafío en el corto plazo es la señal en inglés, que tendrá entrevistas exclusivas y contenido especial en ese idioma, con corresponsales en Estados Unidos. No será traducida sino pensada originalmente para ese público', dijo Aissa García en Andina Link. 'Esto le permitirá a Telesur dar un salto cualitativo muy grande'.

En Costa Rica, estuvo ella junto a Yeraldin Molina donde no pararon de recibir operadores de varios países de la región. Afirmaron que les ha ido muy bien y que la respuesta ha

sido muy positiva durante la expo, e incluso avanzaron en acuerdos con cableras que no conocían previamente.

Sobre la programación, afirmaron que el gran impulso este año fue dado por la participación del ex futbolista argentino Diego Maradona, quien junto al periodista Víctor Hugo Morales, llevaron a cabo el programa *De Zurda* durante el Mundial de Fútbol, que se transmitía todas las noches en vivo desde Brasil, con entrevistas en el piso y análisis de los partidos. 'Despertó un gran interés de todo el mundo por el canal Telesur; fue un éxito en audiencia y en la difusión del canal'.

## EL CANAL DE SERIES EN ESPAÑOL. PARA TODOS. EN HD



Matilde Boshell mboshell@mbanetworks.tv  
 Carlos Boshell cboshell@mbanetworks.tv  
 Mar Martínez-Raposo mmraposo@atresmediatv.com

## MVS: INTENSA ACTIVIDAD EN TEPAL 2014

CON EL APOYO HABITUAL DE MBA NETWORKS

El amplio y central stand de MVS y MBA en Tepal 2014 fue uno de los centros de actividad de la exposición, con una sucesión de reuniones con personas de negocios tanto de los Estados Unidos como de América Latina.

Jorge Tatto señaló al respecto que 'estamos contentos con este Tepal, después del fracaso de Canitec, que no tuvo la necesaria participación de los cableoperadores; fue terrible invertir en Acapulco en una convención decepcionante'.

'La industria se está consolidando, eso no es ningún secreto, pero hay que tener presencia, notificar de lo que se está haciendo y los progresos obtenidos, y esa es un poquito la razón de las convenciones'.

'En MVS estamos renovando la programación que ofrecemos a los operadores latinoamericanos de TV paga: en EXA TV estamos produciendo contenidos, y esto lo comunicamos de manera personal tanto a nuestros

clientes actuales, a quienes les resulta positivo que estemos innovando, como a quienes se acercan interesados en nuestra propuesta'.

'En lo que hace a EXA TV en particular, estamos poniendo mucha atención porque se ha abierto una oportunidad, al haberse alejado la mayoría de las señales de música de lo musical. Nosotros mantenemos la idea de un canal 100% musical, y este cambio y en otras señales nos está ayudando a destacarnos; suena extraño, pero ya no quedan tanto canales que ofrezcan actuación de artistas musicales a su audiencia'.

'El otro aspecto positivo de Tepal es que los líderes de la industria mantiene el interés, se pasean por el piso del salón de exposiciones, y en las sesiones académicas hay pláticas muy interesantes sobre sus puntos de vista con res-



Jaime Alcalde y Jorge Tatto de MVS, Matilde y Carlos Boshel de MBA Networks

pecto a la evolución de la empresa, tanto desde el punto de vista empresario como del técnico'.

Tatto contó como es habitual en Tepal, Andina Link y otras ferias con el soporte de MBA Networks, de Matilde y Carlos Boshell, que vienen realizando un trabajo de largo plazo con las señales de MVS y las demás de su portafolio sin que unas se pisen con otras. Sigue generando buenas noticias de distribución y sigue avanzando además con las ventas publicitarias y los nuevos negocios.

## ATRES SERIES: PRIMEROS ACUERDOS DE DISTRIBUCIÓN EN LA REGIÓN

EN EEUU, MÉXICO, VENEZUELA Y REPÚBLICA DOMINICANA

Atres Series nace para ser el canal de estrenos de las producciones de la cadena española Antena 3, que incluyen todos los géneros y se dirigen a todos los públicos.

Se trata de la nueva señal internacional del grupo Atres Media y será pronto una realidad en EEUU, México, Venezuela y República Dominicana, donde ha conseguido acaparar la



Mar Martínez Raposo

atención de grandes operadores de TV paga. Bajo la marca Atres Series, se trata del único canal dedicado a series en español con una ambiciosa programación.

A partir de ahora, Atres Series será el canal en el que se estrenarán las producciones más exitosas de Antena 3, así como de los demás canales del grupo Atres Media La Sexta, Neox y Nova.

Además, la nueva señal cuenta con un completo catálogo para todos los públicos y que incluye grandes éxitos de audiencia como Imperium, Toledo, El Tiempo entre Costuras y El Secreto de Puente Viejo, que se irán incorporando a la grilla de Atres Series.

Con este lanzamiento, Atres Series se une a las otras dos señales internacionales del grupo



ATRESMEDIA que se emiten en Latinoamérica, Antena 3 Internacional y HOLA! TV, que suman más de 20 millones de espectadores.

ATRESMEDIA, operador referente de la ficción en España donde produce más de 600 horas al año, vende sus series en más de 30 países. Su calidad y potencial han colaborado a imponer la ficción española entre las más relevantes y buscadas para ser adaptadas en otros territorios. Y así se ha reconocido en la última edición de la mayor feria de contenidos audiovisuales del mundo (MIPTV) y en el informe The Wit Guide to Scripted Formats 2014, que sitúa a España entre los cinco países que más formatos de ficción venden en el mundo.

# Una señal, para todo el mundo.



Conectividad  
Información Entretención Cultura

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

Síguenos en :  
f /TVChileTVN @TVChileTVN

Comercializado por :  
**FOX** International  
Channels  
LATIN AMERICA

ARGENTINA: (541) 4103 100 / CENTROAMERICA: (502) 2247 2700 / CHILE: (562) 750 6600  
COLOMBIA: (571) 610 7044 / MEXICO: (5255) 9138 6808 / VENEZUELA: (58212) 820 3200





# ASUNCIÓN MEDIA SHOW: LA VOLUNTAD DE CRECER DEL PARAGUAY

APOYO GUBERNAMENTAL, PARTICIPACIÓN DE TIGO Y DE LOS PRINCIPALES PROGRAMADORES

ASUNCIÓN MEDIA SHOW

Con un sólido mensaje del gobierno de Paraguay acerca de la necesidad de crecimiento y formalización de un mercado en claro ascenso, se realizó Asunción Media Show 2014 en el hotel Sheraton de la capital de ese país.

Eso se evidenció en la presentación, con moderación del Ing. Miguel Smirnoff —fundador de Prensario— de la **Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel)**. Su presidente **Eduardo González Martínez** expuso ante un atento auditorio el anteproyecto de una nueva Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión que reemplace a la Ley 642, vigente desde hace dos décadas y que ‘no considera’, señaló, ‘los grandes cambios tecnológicos producidos y el proceso de convergencia’. Por eso, ‘es necesario actualizarla de manera integral’, expresó. En compañía de la **Ing. Teresita Palacios** y los **Ing. Víctor Martínez** y **Aurelio Figueredo**, González Martínez atendió posteriormente las preguntas de los representantes de diversas entidades relacionadas con la radiodifusión y la TV paga.

Las actividades académicas se habían iniciado el día anterior con reuniones de la Cámara de Cableoperadores de Paraguay y, por separado, la Unión de Radiodifusores de Paraguay, en tanto la primera reunión oficial contó con la presencia de **Juan Afar**, Vicepresidente de Paraguay, hablando **Pablo Scotellaro** por los organizadores, y **Sergio Veiga** por la señales agrupadas en Cappsa.

Veiga destacó el crecimiento, dinamismo e inversión que se observan en el mercado paraguayo, frente a la ‘madurez’ de varios otros países de la región. Agradeció también el apoyo de las auto-



La inauguración de Asunción Media Show 2014, con autoridades nacionales de Paraguay, Cappsa, Certal y de Isos

ridades nacionales. **David Ocampo**, ministro de **SENATICs**, subrayó el rol del entretenimiento en la vida cotidiana (considerado la “economía naranja”) y la necesidad de que sea accesible a la mayor parte de la población.

A mediodía se realizó un almuerzo para los participantes; a continuación, tuvo lugar el acto de apertura y corte de cinta de la exposición comercial de productos y servicios, que abarcó dos jornadas, con **Fox International Channels**, **Turner**, **Disney/ESPN**, **Discovery** y **Televisa Networks**, entre otros proveedores de contenidos, desarrollando actividad entrevistándose con los operadores locales para renovar convenios y firmar nuevos contratos. Por la noche fue la fiesta inaugural, auspiciada por Fox International Channels, ocasión propicia para el “networking” —charlas informales de negocios— tradicional en este tipo de reuniones.

### PROPIEDAD INTELECTUAL Y MULTIPANTALLAS

Entre lo más destacado de esta edición de Asunción Media Show figuró también una presentación de la **Dra. Patricia Stanley**, directora



María Soto, presidente de Isos, en la apertura de las reondas de negocios

Nacional de Propiedad Intelectual (Dinapi), entidad autónoma del país anfitrión, con presentación de Arq. Carmelo Ruggilo, presidente del directorio de Certal. Stanley consideró a Paraguay un ‘país de creadores’. Stanley describió errores como el de Philips al no registrar en Paraguay como invento los CDs y DVDs. En la actualidad, las oportunidades son amplias: ‘Paraguay no puede perder el tren de la industria creativa’, señaló. Con respecto al combate a actos de piratería como la venta de DVDs en las calles, señaló que su ente debe manejarse con criterios de relevancia del delito, como el caso de más de una tonelada de teléfonos celulares que fueron



Carmelo Ruggilo, presidente de Certal, habló en el acto inaugural de Asunción Media Show 2014



Eduardo González Martínez de Conatel, Teresita Palacios y los Ing. Víctor Martínez y Aurelio Figueredo, moderados por Miguel Smirnoff, de Prensario



Corte de cinta exposición comercial

Somos lo que ves...



La opción más completa de TV paga en Latinoamérica

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



Contacto:  
ventasafiliadas@cisneros.com  
121 Alhambra Plaza Suite 1400  
Coral Gables, Florida, 33134  
Ph. 305-4156250

## ASUNCIÓN MEDIA SHOW: LA VOLUNTAD DE CRECER DEL PARAGUAY

decomisados en la cámara de frío de una de las aduanas, donde recibían el tratamiento destinado a los alimentos congelados.

Como cierre hubo un panel sobre medios públicos con panelistas uruguayos y paraguayos, con énfasis en la transparencia, y otro de interés sobre 'estrategias multipantalla' —con participación de profesionales locales—, que se destaca aparte.



Marcelo Bresca, de Televisa Networks



El equipo de Turner, liderado por Carlos Cordero

## CANAL U EN TIGO PARAGUAY

Uno de los momentos destacados de Asunción Media Show fue la concreción de la firma del convenio de distribución de Canal U de Uruguay, con programación íntegramente producida en ese país, por parte de Tigo —uno de los principales actores en la TV paga de Paraguay—, que a partir de este mes incluirá la señal en su paquete básico.

La ceremonia contó con la presencia del embajador uruguayo en Paraguay, Federico

Peraza, quien destacó la importancia del acuerdo, que incluye la emisión de una hora semanal de programación producida en Paraguay por parte de la señal uruguaya. Canal U es ya retransmitido, desde el año pasado, por los integrantes de la asociación de cableoperadores independientes paraguayos.



Con presencia de Federico Peraza, embajador uruguayo en Paraguay, y Eduardo González Martínez, presidente de la Conatel, se firmó el convenio entre Canal U y Tigo Paraguay

**MULTIPLEXOR y MODULADOR**  
**DMM-1000i ISDB-Tb**

Utilícelo además para:  
**Promocionar el servicio de alta definición HD en su cable mostrando el mundial de fútbol Sin la necesidad de set top box (STB)**

Uspallata 3579 Distrito Tecnológico  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
TE: +54 (11) 4911 5551

**MATRIZ DIGITAL**  
**SDI / SD / HD / 3G**

**4 Entradas**  
**1 Salida + 1 Loop**  
**Ecuación automática y reclocking**

SORTIDES DEPARTURES SALIDAS				TERMINAL
Hora	Destino	Vuelo	Embarque	
20:30 HRS	SANTIAGO	STG 8974	DEMORADO	
20:00 HRS	BUENOS AIRES	BAS 1269	DEMORADO	
22:30 HRS	CARTAGENA	CTG 5267	DEMORADO	
21:30 HRS	SAN ANDRES	BEACH GUIDE	SUN CHANNEL	
23:00 HRS	CANCUN	TAXI PARA	SUN CHANNEL	
22:00 HRS	PTO. DE MBOUR	EL DESAFIO: AFRICA	SUN CHANNEL	
21:30 HRS	BUENOS AIRES	SUN NEWS	SUN CHANNEL	
21:30 HRS	MONTEVIDEO	ALL INCLUSIVE	SUN CHANNEL	

SUN CHANNEL PASS / TARJETA DE EMBARQUE

**HAY MANERAS MÁS DIVERTIDAS DE DISFRUTAR UN VIAJE**

ZONA VIP

**SUN SUN**  
channel channel HD  
**TOURISTAINMENT**  
turismo + entretenimiento

## TELEMUNDO INTERNACIONAL: 'ES EL MOMENTO DE COMBINAR ESTRATEGIAS TRADICIONALES CON EL MUNDO DIGITAL'



Karen Barroeta

**Karen Barroeta**, SVP y gerente general de cable de **Telemundo Internacional**, dialogó con **PRENSARIO** sobre el desempeño de la señal de TV paga y comentó las novedades del año. 'Estamos muy satisfechos con el primer semestre de este año. En febrero, lanzamos nuestro segundo feed para poder regionalizar nuestra estrategia de programación segmentada a México del resto de Latinoamérica. En términos de audiencia, registramos uno de los mejores promedios de rating en territorios como México y Venezuela y algunos de nuestros shows lideraron franjas horarias en distintos países de la región'.

'Por otro lado, estrenamos exitosamente la primera temporada de nuestra produc-

ción original *El Show de Erika, casi late night*, que logró ser "trending topic" en Twitter durante toda su emisión en Venezuela. Además, dijo que este programa de 13 episodios de emisión semanal tuvo buenos resultados logrando posicionarse entre los diez programas más vistos en la región.

En resumen, ha sido un año de grandes logros y el cual culminaremos con el lanzamiento del mega reality show musical *Yo Soy El Artista*, una producción que combina el mundo digital con la solidez de un formato original y talento altamente reconocido en la región incluyendo a **Lucero, Luis Fonsi, Olga Tañón** y **Boris Izaguirre**, entre otros', añadió Barroeta.

'Para el 2015, estamos trabajando sobre varios proyectos que se perfilan como estrenos atractivos dentro del género de entretenimiento para nuestro target de mujeres 30+ y amas de casa', completó.

Además, la ejecutiva anunció un acuerdo con **HBO Latin American Group** como socio estratégico para continuar incrementando nuestra penetración en Latinoamérica. 'Países como Colombia, Chile y Argentina entre otros son parte de la prioridad así como los sistemas DTH de la región', remarcó.

En la parte digital, Barroeta comentó lanzamiento del sitio web y la creación de un equipo dedicado a medios digitales, encargado de alimentar su presencia en Internet y redes sociales, 'ofreciendo a los usuarios una opción más de comunicación e interactividad con nuestra marca'.

En este sentido, explicó que los especiales musicales *Premios Billboard a la Música Latina*, *Premios Tu Mundo* además del mencionado *El Show de Erika...* y ahora *Yo Soy El Artista* 'nos han abierto una ventana muy dinámica para recibir a una audiencia interesada en explorar contenidos originales diferentes a los existentes en la pantalla tradicional. Definitivamente es el momento de combinar estrategias entre el mundo digital y la pantalla tradicional, un gran reto para los canales y productores de contenido'.

Por último, se refirió a las tendencias del mercado: 'Cada día el televidente se torna más exigente en cuanto a la calidad no sólo de cómo les presentan los contenidos sino también de cómo se les cuenta la historia. Eso es en lo que estamos trabajando en Telemundo Internacional y lo que nos ubica como excelente opción de entretenimiento para la audiencia latina que se identifica con nuestras producciones, historias y talento'.

## ¡HOLA! TV INGRESA A PANAMÁ Y SE CONSOLIDA EN ECUADOR

LA SEÑAL CUMPLE UN AÑO AL AIRE EN TV PAGA

¡Hola! TV, señal de TV paga sobre casas reales del mundo y estilo de vida, incrementó su distribución en Latinoamérica a partir de su ingreso a Panamá y un nuevo acuerdo en Ecuador.

Por un lado, la señal participada por el grupo **Atresmedia** y la revista **¡Hola!**, llegó a un acuerdo con **Cable & Wireless**, para sumarse a la oferta programática de su Plan Popular y de los paquetes básicos HD y DTH en Panamá.

En Ecuador, en tanto, creció en distribución desde su ingreso a **Univisa**, que distribuirá el canal a través de su servicio en las ciudades de Quito y Guayaquil.

Mientras celebra su primer año en el aire, ¡Hola! TV cuenta ya con presencia en la mayoría de los países de habla hispana, además de Estados Unidos, donde está disponible para unos 6,2 millones de suscriptores.

La programación del canal, que propone una



Ignacio Sanz de Acedo, consejero delegado de ¡Hola! TV

extensión visual de la revista ¡Hola!, está basada en producciones originales, que superan las 500 horas al año, como *¡Hola! Diario*, *¡Holala!*, *En Exclusivo*, *Vidas Reales* y *Mundo Hola*, además de contenidos exclusivos sobre viajes de lujo, gastronomía, moda y eventos en la alfombra roja. Además, el canal apuesta por producciones y series de éxito como *El Secreto de Puente Viejo* y *El Tiempo entre Costuras*.



Descubra por qué 45 operadores en 18 países confían en nuestras soluciones de software para gestionar millones de dispositivos alrededor del mundo

- Activador Universal de Servicios • Telesupervisión • CRM y Billing en la nube
- Control de Fraude • Monitoreo y Planificación de Red • PC Fix
- Transición Flexible hacia IPv6 • Calidad de Experiencia (QX)
- Soluciones de Contact Center de Próxima Generación • Gestión de Firmware

Visite nuestro stand en:

CABLE-TEC  
**EXPO.'14**

**Booth #1945**

Del 22 al 25 de Septiembre  
Denver, Colorado, Estados Unidos



**Patricio Latini**  
SVP, Broadband  
Communications

## INTERLINK PRESENTÓ SU NUEVO MIDDLE CAST EN ANDINA LINK

Interlink impulsó en Andina Link su nueva solución *Middle Cast* para cache de contenidos, web filtering y CDN, donde además su CIO **Emiliano Bonansea** dio una presentación en el foro de negocios. 'Esta solución que apunta a resolver problemas y mejorar la experiencia de los usuarios sobre contenidos multimedia, web y OTT. Notamos mucho interés de los operadores de El Salvador, Costa Rica y Honduras. Esta feria nos permite reforzar el contacto con ellos para que sigan conociendo los productos y generando contacto con nuevas empresas', explicó a Prensario.

Entre otras funciones, el Middle Cast reduce

costos y ahorra entre un 20 y 60% de ancho de banda, prolonga la vida útil de la red, permite filtrar contenidos y generar reportes gráficos y estadísticas avanzadas. Además se encuentra optimizado para video y ofrece escalamiento horizontal, agregando más servidores. 'Es un producto para todo tipo de operadores', añadió.

En Jornadas Internacionales, la empresa estará destacando *Flowdat*, e incluso dará una charla técnica sobre esta solución de aprovisionamiento OSS para gestión de servicios y dispositivos.

Bonansea explicó que en Argentina se dificulta crecer en ventas por la situación económica, ya que muchos de sus productos son importa-



Emiliano Bonansea, CIO de Interlink

dos. 'Si bien tuvimos ventas, fue por debajo de lo esperado, lo que nos lleva a buscar nuevos mercados como Costa Rica, donde ya tenemos demos en marcha, cerramos preacuerdos para hacer homologaciones y ya se ve el crecimiento. En Perú también se abren oportunidades de negocios, aunque es un mercado al que primero solemos ingresar en asesoramiento y consultoría, y luego con productos', resumió el CIO de Interlink.

## PICO DIGITAL: ÉXITO DE CONDOR EN CENTROAMÉRICA

En Andina Link, Pico Digital tuvo su presentación llevada a cabo por **Damian Naguirner**, gerente de ventas para Latinoamérica, quien dijo a Prensario: 'Ha sido un buen año, seguimos innovando en productos y soluciones para operadores de TV analógica y digital'.

Para TV digital, está impulsando su nueva solución *Condor*, que se presentó en Andina Link Cartagena y ha mostrado excelente aceptación en esta edición de Costa Rica. Está enfocado en operaciones medianas y pequeñas, pero puede ser aprovechada total o parcialmente por los

grandes operadores también.

Particularmente en Centroamérica, Naguirner señaló que se siguen generando nuevos negocios y recientemente se instaló una nueva cabecera en Costa Rica, donde la marca es representada por Steren.

Para el próximo año, adelantó: 'Estamos preparando el lanzamiento de nuevos productos con valor agregado a la solución Condor, incluyendo nuevos decodificadores e interfaz gráfica, y un módulo de software para incluir acciones de marketing y publicidad a través de la EPG de los decodificadores'.



Mario Sánchez, de Steren, con Gustavo López Soto, Francisco Medina y Damian Naguirner, de Pico Digital

## LEVEL (3) AVANZA CON SUS SERVICIOS EN LATINOAMÉRICA



Alejandro Girardotti y José Sambade

Level (3) organizó un desayuno para la prensa especializada para hablarle de sus nuevos productos y las tendencias en el consumo de tráfico de internet. Estuvieron **Alejandro Girardotti**, Product Management Media, IP & VPN Latin America, y **José Sambade**, director de data products para Argentina y Chile. El desayuno fue antes de un foro que Level (3) tendrá sobre el *SDX, Software Define Everything*, que va a tener impacto en todo lo que es la nube en un tiempo cercano.

Pero antes que eso, están lanzando dos subproductos de sus soluciones de CDN (**Content Delivery Network**) y *VyVx* para el transporte de video, y uno más para la tendencia cloud, todos bien para la industria broadcast y los medios. Ya está lanzados en Estados Unidos y llegan por primera vez a Latinoamérica. **Level (3)** es uno de los principales carriers de Latinoamérica, con una red propia que llega a casi todos los países, con gran presencia de fibra y garantía en Brasil, Argentina, Chile y Colombia, conectados con todos los ISPs de la región.

El primer subproducto es sobre la parte de CDN, que tiene la función de acercar el contenido al usuario, optimizando el tráfico. Lo que se lanza es el **Cloud Content Exchange**, para un uso privado de la CDN. Es un storage en la nube para los que necesitan distribuir archivos pesados, por lo que es muy para la parte de Media. Es como un dropbox a gran escala para broadcasters, y se diseñó en coordinación con

**FIC (Fox Latin America).**

Otro subproducto que se lanza es un avance vertical en el servicio que se brinda de transporte de los canales, dando un paso más en la generación con los mismos, la parte de play out. Se trata de **Channel Origination**, que con un contenido subido más un playlist se le genera un canal al cliente. Se tiene la ventaja de contar con el CDN y el *VyVx* para el transporte y encoding. Ya en Estados Unidos muchos canales tercerizan etapas, y esto es una más.

Finalmente, el tercer subproducto entra en los servicios básicos de cloud, el **Cloud Connect**, con soluciones de mail en la nube. Se trata de ofrecer servicios carriers class a través de redes privadas como si fueran por la internet. Hay acuerdos para esto con **Amazon** y **Microsoft**.

Concluyen diciendo que la estrategia es construir la red, tener las soluciones en la nube y proveer cada vez más servicios a partir de eso, pero acomodándose a las necesidades del cliente.

## De Tarjetas Inteligentes a Multipantalla



Lo que ocurre cuando el contenido y la audiencia se conectan es una magia cotidiana. Más de 350 operadores de TV digital en más de 85 países confían en nosotros para sustentar esa magia, protegiendo su contenido y sus ingresos.

La cabecera de seguridad de contenido unificada **Conax Contego™** proporciona a los operadores de TV de paga una plataforma a prueba de futuro y flexible para introducir nuevos servicios. **Conax Contego™** es una solución de seguridad de contenido sofisticada, modular y totalmente escalable que soporta cualquier modelo de negocio para cualquier operación de TV y una multitud de dispositivos, tabletas, teléfonos inteligentes, CAM, PC/MAC y cajas digitales, con o sin tarjetas inteligentes. Todos los dispositivos son pre-integrados y fácilmente manejados a través de la interfaz de usuario altamente intuitiva incluida en **Conax Contego™**.

En Conax trabajamos duro para innovar de manera que los consumidores puedan experimentar la magia cotidiana, en cualquier dispositivo, en cualquier momento y en cualquier lugar. Así que, ¡deja que comience la magia!

securing content - sustaining magic

conax.com

Visite a Conax @ IBC, Estande 1.069



## CLAXSON: CRECE LA OFERTA EN VOD

**Macarena Dellazuana**, Digital Media & Production Senior Manager en **Claxson**, habló de las señales del grupo, que han tenido un buen año, con novedades en programación y avances en la parte tecnológica.

La oferta de Claxson hoy está centrada en el HotPack, que agrupa las marcas de entretenimiento para adultos **PlayboyTV**, **Venus**, **Sextreme**, **Private** y **Penthouse**. 'Es un formato que permite beneficios tanto para los suscriptores como para los operadores mejorando su propuesta y rentabilidad. Además, continuamos integrando nuevos clientes a la plataforma de TV Everywhere, **HotGo**, como producto de valor agregado a la suscripción al paquete dando acceso libre e ilimitado a los contenidos a través de cualquier dispositivo conectado a Internet. Muy valorado por los clientes por la posibilidad del consumo del contenido de manera más privada y segura'.

Agregó: 'Estamos muy enfocados en el análisis sobre las preferencias de consumo del público. En ese sentido el VOD es clave, permitiéndonos entender que, como y cuando los usuarios quieren consumir. Hacemos un seguimiento exhaustivo para brindar a los operadores las mejores soluciones de como incluir nuestro contenido en sus plataformas,

asesorándolos con datos concretos'.

Dijo sobre Venus: 'Comenzamos con una renovación total, desde nuevo logo, paquete gráfico on air hasta una migración tecnológica que permitió la digitalización de todos los títulos y en consecuencia mejora en la calidad. En lo que respecta a programación se desarrolló una nueva estructura considerando las nuevas formas de consumo de entretenimiento para adultos; priorizamos la flexibilidad, dinámica y la variedad facilitando a la audiencia encontrar lo que quieren ver'.

'Esto fue posible gracias a la minuciosa categorización de los contenidos, la incorporación de formatos cortos y la inclusión de mucho más contenido diario. Lanzamos la nueva web de Venus y el Twitter con gran éxito en sólo cuatro meses'. 'A su vez, hemos contratado a la porno star **Esperanza Gómez** como embajadora de la marca, con quien estamos finalizando su gira por Latinoamérica. Dado el éxito de esta actriz en la pantalla, hemos decidido continuar estrenando más capítulos del ciclo *Los Elegidos de Esperanza* y adquirimos los derechos de más películas que la tienen como protagonista y podrán verse en todas las plataformas donde la marca está presente: VOD, PPV y Hotgo'.



Macarena Dellazuana

Con respecto a **PlayboyTV**, comentó: 'Hemos incorporado a **Annalisa Santi**, la joven argentina que se hizo famosa en las redes. Annalisa estará al frente del ciclo *El Mundo de Playboy* a estrenarse en septiembre. Con ella estamos haciendo un excelente trabajo de comunicación en redes para promocionar su programa, donde la marca hoy es muy fuerte, permitiendo generar awareness de nuestros contenidos'.

Para lo que queda del año, dijo Dellazuana: 'Las novedades para el próximo año van a estar relacionadas con la oferta transaccional VOD. Nuevas marcas y nuevos productos que están en proceso de negociación y se concretarán en el corto plazo. Seguimos trabajando en nuestra oferta de televisión online, sobre todo a partir de la buena performance de **HotGo**, cuyos resultados están siendo favorables para nuestros clientes y desde ya para los suscriptores. Cerramos el año lanzando **HotGo** para todos los abonados de **DirecTV** y ya son 30 los clientes que cuentan con este producto de valor agregado'.

## TVE: NUEVA TEMPORADA DE ISABEL

INTERESANTE ESTUDIO SOBRE LA AUDIENCIA DEL CANAL

**Televisión Española** estará en Jornadas Internacionales 2014, donde presentará la nueva programación, acompañando a sus espectadores allá donde estén, y siempre a la vanguardia en tecnología. Estarán en Buenos Aires **Marta Abad**, directora de marketing, y **María Jesús Pérez**, subdirectora de ventas internacionales.

**TVE Internacional** estrena temporada con uno de sus mayores éxitos de ficción: *Isabel*. La serie protagonizada por **Michelle Jenner** y **Rodolfo Sancho**, toma el sufrimiento de Isabel y Fernando como reyes y padres. También llega la sexta y gran temporada de *Águila Roja* con más aventuras, intrigas y amor.

Hay nuevas miniseries de grandes historias

en formato de película para televisión. *Prim*, *el asesinato de la calle del Turco*, *Descalzo sobre la tierra roja* y *Volveremos* son algunos de los títulos de TVE para esta temporada. Otra novedad es el magazine de entretenimiento y actualidad *T con T*.

Junto a estos títulos, llegarán nuevos programas que ya han demostrado su éxito en el canal internacional y siempre reconocidos por los telespectadores. *Un país para comérselo* con Ana Duato, *Fabricando Made in Spain* y la esperada nueva edición de *Master Chef junior*.

El canal **24 horas** seguirá ofreciendo una visión de los hechos relevantes en América desde la perspectiva europea. Incluye contenido como *Informe Semanal*, un histórico



Isabel

programa de TVE con más de 41 años al aire.

Este año, la empresa española realizó un estudio de opinión sobre la señal internacional, donde se pudo ver que los espectadores de TVE dedican el 65% de su tiempo en TVE Internacional. Además, encontraron que la valoración de la cadena en América es superior al resto de los continentes, siendo el entretenimiento el género más valorado por los espectadores del canal.

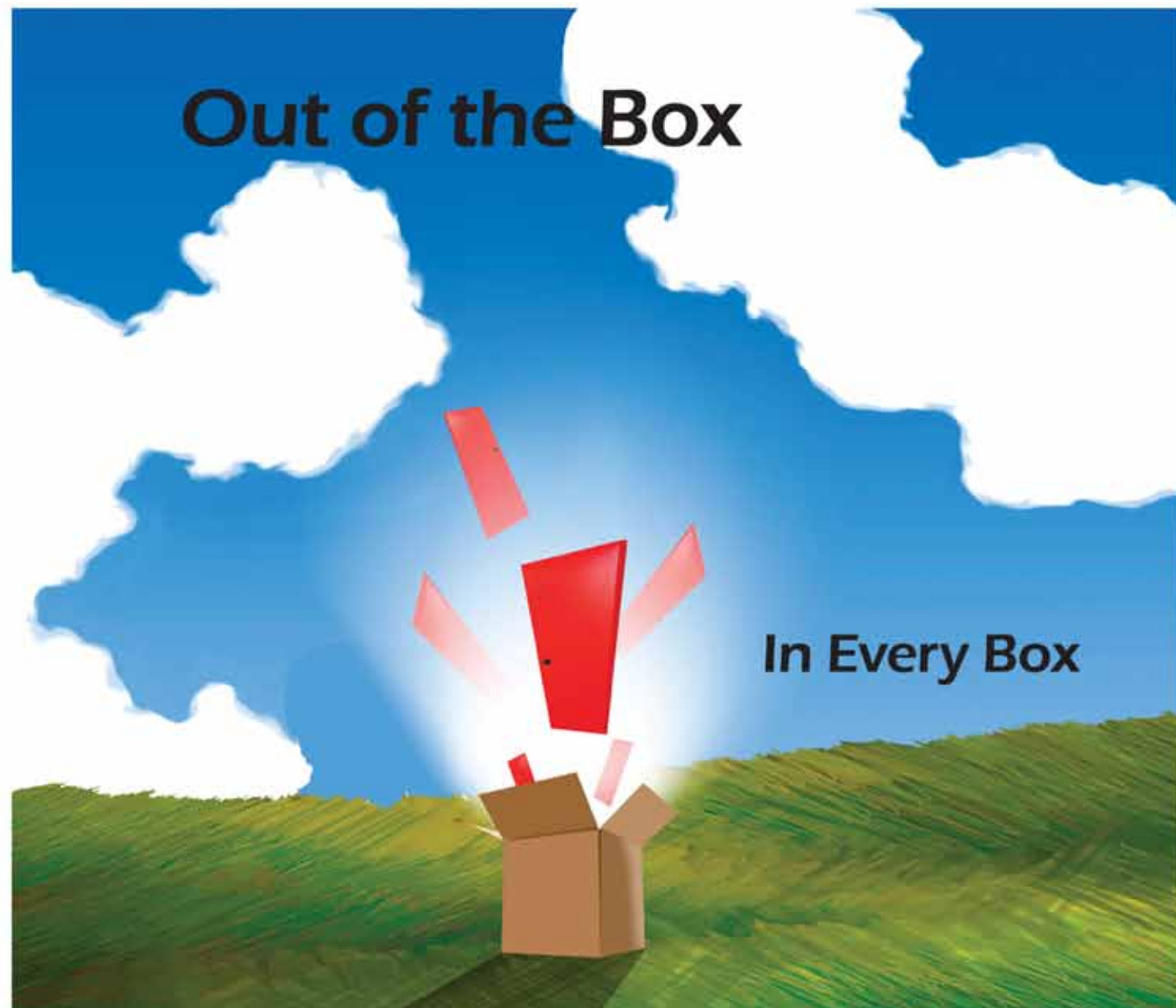


## GAME CHANGERS

Detrás de cada gran solución de ARRIS hay un equipo de expertos, todos trabajando hacia un objetivo común: el éxito de nuestros clientes. Es por esto que los proveedores de servicios alrededor del mundo nos confían sus activos más preciados: sus redes de video, voz y datos que son la columna vertebral de su negocio. En conjunto, el equipo de ARRIS ha estado innovando soluciones para la industria de las comunicaciones y entretenimiento durante más de 60 años - y solo estamos comenzando...

## LA GENTE DE ARRIS - INVENTANDO EL FUTURO

Visítenos en Jornadas Internacionales en el stand 57



**I** 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.**



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

ABTA 2014 Stand #D15

# Soluções, Produtos e Serviços End-to-End

## Integradores e Provedores de Soluções para a Indústria de Telecomunicações

Nossa oferta de produtos, serviços e tecnologia é projetada para você aproveitar a Internet, Banda Larga, Vídeo e Serviços Digitais de voz. A equipe WESCO de profissionais locais dedicados e experientes pode fornecer design, integração, instalação, treinamento e suporte para:

- OTT
- VOZ
- VÍDEO
- DADOS
- HFC
- FTTX
- VOD
- IPTV
- SEGURANÇA
- WIFI
- DATA CENTERS

Para obter mais informações, visite  
[www.wescobrasil.com.br](http://www.wescobrasil.com.br)



**WESCO**<sup>®</sup>

WESCO DO BRASIL EQUIPAMENTOS  
ELETRÔNICOS LTDA.

### Parceria com Fornecedores de Classe Mundial



wirewerks



Rua Alexandre Dumas, 1711 Sala 516, 5º andar, Ed. Birmann 11 04717-004 – São Paulo – SP – Brasil (+55) 11.2599.8302 ph

## PERFECT VISION: NUEVA LÍNEA DE CABLES MAXPIPE, FABRICADOS EN ARGENTINA

Fortaleciendo su presencia en Latinoamérica, **PerfectVision Manufacturing** ha puesto en operación en sociedad con la empresa **Epuvision** en Argentina la fabricación de cables drop **Maxpipe** los cuales cumplen con los más altos estándares de calidad y desempeño; con ello se cumple una meta mas para la región del cono sur.

Siguiendo con esa tendencia la apertura de la oficina **PerfectVision do Brasil** ha traído grandes oportunidades de negocio ya que al contar con almacén propio nuestros clientes no deben esperar por tiempo de entrega prolongados; la exigencia del

mercado Brasileño nos ha permitido entender sus exigencias lo cual lleva a mantener la calidad de nuestros productos teniendo clientes satisfechos.

Por último, la marca ha puesto su mirada en el crecimiento de los mercados de México y Centro América respaldado con su amplio portafolio de soluciones en tele-

comunicaciones; cable-satélite con soporte tanto de ventas como técnico. Con ellos, PerfectVision Manufacturing se consolida como líder en el mercado.



Joel Quiñones, con el equipo de Perfect en Costa Rica

## TII LLEGA A LATINOAMÉRICA

**Alex Berga** de **Tii Technologies** mencionó a **PRENSARIO** que la misión clara de la empresa por 50 años fue desarrollar y entregar soluciones innovadoras a empresas de servicios de telecomunicaciones. Empezaron como pioneros en dispositivos de iluminación y *surge protection*. Con el tiempo se ha expandido en

sus productos y soluciones hacia las necesidades de sus clientes.

Su línea de producto ha crecido para incluir Network Interface Devices, filtros DSL, productos de VoIP, soluciones data distribution, y lo último en fibra óptica.

Tii es también reconocida como una Minority Business Enterprise (MBE), definida por el National Minority Supplier Development Council, Inc. y adoptada por the New York y New Jersey Minority Development Council.



## SIGNAL TV CELEBRA 15 AÑOS EN EL MERCADO DE TV PAGA

En el año de su 15° aniversario como distribuidor de señales para el mercado de la TV paga, **Signal TV**, liderada por **Hortensia Espitaletta**, se presentó en la Expo Tepal 2014, en Andina Link y ahora en Jornadas, con mucho para celebrar.

Recordando sus inicios, cuando se lanzó al mercado con la señal **GEMS**, Espitaletta destacó el crecimiento de la empresa, que con el correr de los años fue incrementando su catálogo de distribución. Entre sus señales representadas y las que aún conserva están **Movie World**, **Momentum**, **Pramer**, **Sun Channel**, **CanalAdulto**, **SportPlus**, **Migente**, las del grupo **Globalmedia** (**TVAgro**, **Cable-noticias**, **Telenostalgia** y **Rumba TV**), además

de **AZ TV de Paga** (nuevo segmento internacional de Azteca), **TVE**, **24 Horas**, **Xtime**, **Cinema+**, **CineClick**, **CB24**, una de sus últimas incorporaciones.

‘Tras 15 años nos hemos posicionado en la industria de la televisión por suscripción con la ayuda de cada una de las señales que están o que han sido parte del portafolio, también con el aporte de cada una de las personas que sido parte del equipo humano siendo parte fundamental en el cumplimiento de metas y retos. Cada año ha permitido que Signal sea una empresa que ofrezca una propuesta sólida y variada en un mercado que tienen un alto índice de competitividad, con características variables y transformables

velozmente’, señaló Espitaletta.

‘Nos sentimos orgullosos de hacer parte de esta industria, de brindar un excelente servicio, y propender porque cada socio estratégico cumpla sus expectativas’, finalizó Hortensia Espitaletta, quien estará presente en Tepal para atender a todos sus clientes y seguir proyectando el crecimiento de Signal como en los último 15 años.



Hortensia Espitaletta



**Amphenol Argentina**  
Av. Callao 930 - 2B Plaza  
C1023AAP - Buenos Aires  
Argentina  
Tel.: +54 11 4816 4876

**TFC South America S.A.**  
Av. Sarmiento 786 - 9A  
H3500BJU - Resistencia  
Argentina  
Tel.: +54 362 442 1237

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

Innovation *in motion.*







- VOICE
- VIDEO
- DATA
- CONNECTIVITY SOLUTIONS



## Telecommunications and CATV Products

Supply Chain Management Experts

People You Can Depend On

eCommerce Solutions

Global Distribution Network

## Las grandes marcas que nos respaldan

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

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

Contactos:  
**Oscar Vidotto** Ovidotto@defangtech.com  
**Pablo Diaz** Pablo.diaz@defangtech.com

VISITENOS EN  
 EL CABLE-TEC  
**EXPO 14**  
 BOOTH #1402



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

+1 901 866 5116 | [www.ptsupply.com](http://www.ptsupply.com) | [export@ptsupply.com](mailto:export@ptsupply.com) | Your Supply Chain Partner

## GOSPELL SE CONSOLIDA EN EL CONO SUR

CON INTERSAT TIENE GRAN SOPORTE A NIVEL LOCAL EN ARGENTINA

Jorge Saldivar de InterSat destacó en el stand de Gospell en ABTA de Brasil y de cara a Jornadas y el crecimiento en el Cono Sur que la marca está consolidando decididamente su presencia en nuestra región. Está pasando no sólo en Sudamérica sino también en Centroamérica, con proyectos de ensamblar producto en varios países y tener grandes almacenes para contar con stocks a nivel local, y así atender a los pequeños pedidos de manera más rápida y consistente. Esto es muy útil también en mercados como los de Centroamérica.

InterSat ahora va a estar con Gospell en ATVC de Buenos Aires. En particular en la Argentina

hay un proyecto súper interesante de ensamblar producto para las cooperativas que están empezando con el servicio de televisión, como también para pequeños y medianos cableros que aún no digitalizaron.

Afirmó que Gospell 'está ganando terreno' por sus productos de calidad pero también por el servicio post-venta que está implementando. Dice que para la marca es lo mismo un pequeño cliente que uno grande, y ese soporte es lo que más valoran los operadores. Con InterSat tienen total soporte a nivel local



Jorge Saldivar, Juan Amarilla padre e hijo con Tim Zhou y Kolon Huang de Gospell

en Paraguay y Argentina, con gran apoyo de la fábrica madre a través de Tim Zhou, al punto que viajan dos veces por año a China.

## NAGRA: TRES LANZAMIENTOS DE OTT EN BRASIL

CON IONTV, TELEFÓNICA Y NET

Es una etapa importante para Nagra, pues para esta mitad de año está llevando a cabo tres lanzamientos comerciales en Brasil con su plataforma actual OpenTV 5. Se trata de un desarrollo empezado hace cuatro años, según destacó su director regional Thierry Martin, que pudo verse en su stand en ABTA en Sao Paulo.

IONTV, de Unotel, se lanzó en agosto. Tiene la EPG de Nagra personalizada para Ion, con la idea de tener mucha interactividad para llegar a los ISP como un mercado pionero al que apunta junto a TV4SP y Algar, pero esto lo hace muy high end. Ya hay varias fases futuras para desarrollar pues el OpenTV 5 es escalable, destacó Martin.

El segundo operador que lanza en OpenTV 5

es de Telefónica, se lo hizo en Chile y repetirá en Brasil para fin de año. Es un producto de mucho desarrollo interno que gustó mucho con servicios interactivos en IP que ofrecen con una nube de ellos, incluyendo un videoclub. El OpenTV 5 integró todo eso para proveer al mercado y continúa así fuerte la alianza con Telefónica.

El tercero es el de Net Serviços, que sale en gran estilo y con mucha complejidad—remarca Thierry—, pues no querían un nuevo middleware sino soportar todo el universo que el operador brasileño líder tiene. Ya usaba el OpenTV 2, pero se hicieron muchos cambios, se customizó para Net y se llegó a un nuevo OTT Now. Se hizo un upgrade completo de todo lo



Thierry Martin

que había en HD en STB para que tengan la misma capacidad que con el OpenTV 5. La UY la diseñó Net con un diseñador local y Nagra lo implementó. Ahora esperan recibir a los clientes de toda la región en IBC.

## iVISION

Emmanuel Wu recibió a Prensario en el stand de iVision de ABTA, y destacó que, más allá de su gran trayectoria como representante exclusivo de Zinwell en Brasil, espera empezar a atender la creciente demanda de otros países de América Latina, como pueden ser en Bolivia y América Central, entre otros. Destacó que una característica de su empresa es estar a la vanguardia y manejar soluciones y productos que todavía están lejos para el mercado. En su stand mostró una cámara y micrófono que tiene un alcance de 20 metros que podría causar sensación en muchas oficinas.



Emmanuel Wu

## ANTRONIX

Milton Ulua de Antronix estuvo con stand propio en ABTA de Sao Paulo. Esto es porque ya empezó a vender bien los splitters con Net y entonces era importante generar otro tipo de reconocimiento en los operadores brasileños para que los identifiquen como fabricantes. En particular Roberto Tabares de Net estuvo en el stand poco antes de Prensario y elogió los taps como para sumarlos también.



Milton Ulua en ABTA de Brasil

# TuVes HD DTH

Servicio mayorista de televisión satelital marca blanca para latinoamérica

DTH con tu propia marca

CAS con seguridad avanzada

DTV MPEG4 PVR DVBS2



Telepuerto TuVes.  
Zona Central, Chile.

TuVes HD

Erika Tapia Castillo

Gerente Comercial Mayorista

Tel (+56 2) 25940742 Anexo 1574

Email etapia@tuves.com

Skype erikatapiac

En la cima de las telecomunicaciones

# CHILEMEDIASHOW

TV Cable | Telecomunicaciones | Regulación | Piratería | Contenidos

## 2014 summit

organiza:  
**GRUPO ISOS**  
Internacional



18 y 19 de noviembre  
Hotel Intercontinental  
Santiago de Chile



PRESENTADORES GOLD:

AUSPICIAN:

APDYAN:



#10AñosChileMediaShow

PRISMA

PASSIVES

GAINMAKER

ARRIS

CONTINUUM

POWERVU

DEMODULATORS

STEREO ENCODERS



CISCO

### ¿A quien llamar?

Para los componentes críticos del sistema de red que no puedes conseguir en ningún lugar



Ellos Llaman a Tulsat

- Centros de reparación de talla mundial
- Rápido, confiable, sin demoras
- Expertos con el conocimiento
- Servicio personalizado

Ya sea que su sistema se encuentra a través de la ciudad o a través del país, Tulsat es su fuente de equipos de sistemas, reparación técnica, y el más rápido y confiable servicio preferido por los operadores de cable de todo el mundo.

- Equipos nuevos, de exceso y refabricados
- El más grande inventario de Scientific-Atlanta disponible
- Muchas líneas de productos disponibles

Como una de las empresas de ADDvantage Technologies Group, Tulsat es su punto de conexión a nuestro sistema nacional de productos, expertos y equipos el cual no escatima recursos.

Esto significa que usted no tiene que correr riesgos con su sistema.

Conectase con Tulsat.

# 1-918-251-2887

# Unlocking the potential of DOCSIS through D-CMTS

Cable industry deregulation is unfolding in the developing markets, giving providers there a unique opportunity to make some noise in the fixed broadband business. Distributed-CMTS is the technology that will make this happen.

By Jeff Heynen, Principal Analyst,  
Broadband Access and Pay TV, Infonetics Research



## Emerging & developing

Around the world, telco and cable operators are in a heated battle to expand their broadband subscriber bases. The race to grow their footprints is especially acute in emerging markets, such as China, Latin America, Eastern Europe, and Southeast Asia, where fixed broadband services, particularly DOCSIS services, haven't been widely available or have offered the bare minimum speeds sufficient for e-mail and simple web browsing but not for video streaming, video conferencing, gaming, and other latency-sensitive applications.

For telco and cable operators, fixed broadband services have to offer premium speeds, enough to differentiate themselves from mobile broadband offerings and consistently deliver the bandwidth-intensive video applications of today and tomorrow. To deliver these premium speeds, operators must push fiber all the way to the home or business, or as close to end users as economically possible.

For telcos, distributed solutions that push fiber deeper into their networks without having to run fiber to the home or business have been around for years. In many emerging markets, telcos are delivering fiber to basements and using VDSL2 or Ethernet as the final connection into subscribers' homes. But for cable providers (MSOs), pushing fiber deeper introduces complexity, as the traditional CMTS (cable modem termination system) is deployed in cable headends, along with edge QAMs and RF combiners designed to convert and multiplex RF video and data signals delivered to & from end users. This architecture has been in place for years and has clearly worked well, especially for cable operators in the mature markets of North America and Western Europe.

There are inefficiencies in this traditional architecture, including the conversion of RF signals to & from end users to digital and optical signals at the optical node and their reconversion

back to RF at the headend. Ideally, operators would prefer to convert once, either at the optical node or via a remote CMTS located either in a node or building, similar to the fiber architectures currently in telco networks.

In addition, the expected growth of Wi-Fi hotspots and small cells will put added bandwidth constraints on cable networks, especially if that traffic must be backhauled to a headend-based CMTS for MAC and PHY layer processing and routing, with distribution of a cluster of CMTS platforms closer to small cell and hotspot locations reducing backhaul costs. For business services, MSOs want to offer a fiberbased solution and a DOCSIS solution, depending on the size of the target business and its bandwidth/SLA requirements. By pushing the CMTS closer to end users, as part of an overall deep fiber rollout, MSOs can offer enterprises a wider tier of voice, data, and video services.

For cable operators in emerging markets, who historically have been limited to delivering analog video over one-way cable plant, regulatory restrictions are increasingly being eliminated, creating an opportunity to deliver broadband data and digital video over bi-directional networks.

In China, the country's provincial cable operators are being consolidated in a USD30 billion plan to create a nationwide next-generation broadband network. This project would enable CATV provision of broadband, voice, and cloud-based services, in addition to enhanced video services such as VOD. China's plan requires CATV providers to deliver a minimum of 20Mbps of bandwidth to each subscriber, though 30Mbps is preferable. These speeds are generally well above what telcos can currently offer the vast majority of their subscribers.

For most of China's CATV providers, however, the costs of deploying a traditional DOCSIS architecture using a headend-based CMTS are simply too high. What's more, traditional CMTS architecture doesn't leverage the abundant fiber in most large cities which would make it relatively inexpensive to deliver fiber to MTU/MDU basements or nodes and address hundreds of customers via a distributed architecture.

This same architecture is prevalent in regions as diverse as Thailand, Hong Kong, Singapore, and Eastern Europe, where fiber is available in metropolitan areas, ready to drop to MTUs to deliver broadband data services as well as existing video services.

**PERFECTVISION**  
MANUFACTURING

MEJORES SOLUCIONES,  
UNA MANERA MEJOR

Aproveche de Nuestro  
Diseño, Ingeniería y  
Capacidad de Fabricación.

[www.perfect-vision.com](http://www.perfect-vision.com)

Distribuya nuestra  
línea de productos.



@ Jornadas  
Booth #14-15

Joel Quinones  
Director International Sales - Latin America  
[Joel.Quinones@perfect-vision.com](mailto:Joel.Quinones@perfect-vision.com)  
+1.501.251.5967

Alex Robles  
Inside Sales - International  
[Alex.Robles@perfect-vision.com](mailto:Alex.Robles@perfect-vision.com)  
+1.501.955.0032

Horacio Orozco  
Territory Manager - Brazil  
[Horacio.Orozco@perfect-vision.com](mailto:Horacio.Orozco@perfect-vision.com)  
+55.11.98978.7114

Danilo Dasilva  
Office Manager - Brazil  
[Danilo.Dasilva@perfect-vision.com](mailto:Danilo.Dasilva@perfect-vision.com)  
+55.11.4564.9522  
+55.11.99113.4727

Fabian Meza  
Territory Manager - South America  
[Fabian.Meza@perfect-vision.com](mailto:Fabian.Meza@perfect-vision.com)  
+54.9.3794.28.8020

Gerardo Zamorano  
Territory Manager - Mexico  
[Gerardo.zamorano@perfect-vision.com](mailto:Gerardo.zamorano@perfect-vision.com)  
+52.1.55.19496971

## Distributed CMTS platforms

Rather than deploying traditional, headend-based CMTSs, designed to support tens of thousands of subscribers, operators in these emerging markets are opting for a distributed CMTS architecture, taking advantage of fiber runs to nodes or basements and then delivering traditional DOCSIS 2.0 or DOCSIS 3.0 services to end users. These distributed CMTS platforms typically deliver either 8 or 16 bonded downstream channels, 4 upstream channels, and support for up to 384 subscribers per platform. The maximum downstream speed is 800Mbps, with the maximum upstream at 160Mbps. Distributed CMTS (D-CMTS) is ideal for operators in emerging markets for a number of reasons. First, headend space is very limited and typically reserved for video processing and playout platforms. In many cases, there is no rack space for a traditional CMTS. Operators can deploy D-CMTS platforms throughout their network and scale their data services for hundreds of subscribers at a time, rather than committing to headend-based CMTS, which typically supports 16K subscribers or more.

Operators can target neighborhoods and regions where broadband speeds are limited, boosting take-up rates and quickly building a loyal subscriber base. They can also deploy voice and data services without disrupting existing RF-based analog or digital video services.

Because the D-CMTS platforms adhere to the global DOCSIS standard, there is an established and knowledgeable vendor community, ensuring a long life for these platforms. The same is true for the GPON technologies used to backhaul traffic from individual D-CMTS platforms. D-CMTS platforms also have very low power consumption; combined with passive optical technologies for network uplinks, the D-CMTS architecture is one of the most energy-efficient for delivering voice and data services today. D-CMTS provides a new level of architectural flexibility for cable operators, which is critical in emerging markets where operators are either overbuilding or expanding in green-field scenarios. Operators can either replace existing optical nodes with D-CMTS or build new networks without having to invest in costly optical nodes, so the pricy endeavor of having to split nodes based on increased subscriber or service growth can be avoided. What's more, operators can install the D-CMTS in multiple locations, including outdoor cabinets, pole mountings, and optical cable mountings. This flexibility helps to reduce construction and engineering costs by giving providers multiple site options depending on network status and the location of potential service areas.

## Trial and deployment

The benefits of D-CMTS architecture seem apparent to emerging market operators. Lab and field trials are already being conducted by many operators, with revenue-generating deployments was happened since 2013. Operators, including Thailand's TRUE, China's Guangzhou Digital Media, Wasu Digital, Shenzhen Topway, are deploying D-CMTS platforms, and some operators already have existing DOCSIS services. Whether D-CMTS is in place or on the way, quick, efficient, and cost-effective network expansion are critical.

Many of these operators are interested in the D-CMTS architecture because they are true MSOs. In other words, they have both cable and telco plant, so the same architectural principles they have followed in expanding their telco networks (deep fiber plus Ethernet or xDSL to subscribers) is exactly what they want to pursue for their cable plant. In this case, the only option to do so costeffectively is D-CMTS.

Nowhere is this more prevalent than in Thailand, where TRUE has expanded its presence through organic growth and acquisitions of both smaller telco and cable TV providers. As of Q2 2013, TRUE had approximately 1.4 million DSL subscribers and 200,000 cable subscribers. Since 2009, TRUE has been expanding its remote DSLAM footprint to deliver VDSL2 services to subscribers ahead of competition from 3G providers.

TRUE has also been quietly rolling out a GPON network aimed at delivering 100Mbps of bandwidth to subscribers in and around Bangkok. Earlier this year, TRUE announced a plan to install DOCSIS 3.0 equipment to cover 4 million homes in 61 provinces. Between the upgrades from ADSL to VDSL2 and DOCSIS 2.0 to 3.0, TRUE intends to migrate 50% of its broadband subscriber base to premium broadband services by the end of 2013. For its cable plant, part of the upgrade will be completed using D-CMTS platforms. As the operator has spent extensively to push fiber closer to both consumer and enterprise customers, D-CMTS makes sense as a complement to headend and hub-based CMTS upgrades. In areas where subscriber densities are expected to be lower, D-CMTS platforms can be deployed to replace existing optical nodes.

## The future for D-CMTS

Currently, emerging markets are the focus for D-CMTS deployments, but North American and Western European cable operators are facing the longterm threat of exhausting spectrum on their hybrid fibercoax (HFC) networks. There are many architectural debates going on regarding the future of the cable



access network; many revolve around the concept of the remote PHY. Basically, cable operators are considering pushing the PHY layer of the CMTS out to existing optical nodes, which should enable the same benefits outlined afore. In addition, these operators are already successfully delivering enterprise and Wi-Fi services beyond the more traditional consumer voice, data, and video. Thus, the need to transform their existing optical nodes into more intelligent, distributed CMTS platforms is even more pressing.

The coming rollouts of CCAP (converged cable access platforms) and DOCSIS 3.1 will provide shortterm solutions to the pending bandwidth crunch, but with operators looking to reduce their service group sizes down from 500 subscribers to 100, and in some cases 50, delivering downstream QAM and DOCSIS channels from a headend-based CMTS makes little sense. At that point, any space savings gained by upgrading to CCAP will be practically eliminated as even more rack space will be devoted to additional CCAP platforms.

A potential and attractive answer is to distribute the media conversion capabilities of the CCAP to the optical node, creating a far more distributed CCAP (D-CCAP) architecture.

Editor: Jason [jason.patterson@huawei.com](mailto:jason.patterson@huawei.com)

**PREMIUM  
QUALITY**  
MADE IN ARGENTINA

## Máxima eficiencia y calidad

CNA aporta las mejores combinaciones, promociones y soluciones para las instalaciones de sus clientes.

**Ahora por cada 50 metros de cable  
CNA-RG6 incluimos 2 conectores  
CNA-COMP6M GRATIS.**



**AHORA CON  
TU PEDIDO**  
Descubre como  
conseguir también  
Herramientas  
**GRATIS**  
Solicite información  
de ésta y otras ofertas

### ENTREGA DE CONECTORES Y HERRAMIENTAS POR PEDIDO

METROS	CONECTORES	HERRAMIENTAS
50	2	-
305	12	-
1.000	40	-
3.000	120	-
5.000	200	-
10.000	400	50% DESCUENTO
15.000	600	50% DESCUENTO
30.000	1.200	70% DESCUENTO
50.000	2.000	1 HERRAMIENTA GRATIS
100.000	4.000	2 HERRAMIENTAS GRATIS



[www.cablenetwork.net](http://www.cablenetwork.net)

Equipados para el futuro



## QUANNA.TV: TRANSFORMANDO LA INDUSTRIA DE TECNOLOGÍA REGIONAL

POR PABLO LÓPEZ, CEO DE QUANNA.TV

La industria de la tecnología vive una dinámica muy especial con un nivel de competitividad cada día más agresivo, la exigencia de nuevas herramientas para mantener a los canales fidelizados y capacitados, resultan altamente atractivas, tal es el caso de **Quanna.TV**.

La única plataforma de TV que permite a las multinacionales de tecnología proveer una comunicación activa, multi dispositivo para brindar un acompañamiento efectivo en el lugar que cada canal lo necesite.

La posibilidad de tener una herramienta de vídeo sobre demanda, capaz de asistir a cualquier canal en una cuenta, y que a su vez brinde información o capacite, establece un nuevo parámetro para comercializar tecnología de manera efectiva.

Quanna.TV es una plataforma que permite a las compañías de tecnología a nivel global,

disponibilizar vídeos multilingüaje, con sólidas herramientas de análisis para calcular correctamente el retorno de inversión.

Quanna.TV genera comunidad y fideliza de forma efectiva a los canales de comercialización acompañándolos en su escritorio o en una venta en un cliente, dentro de su teléfono celular.

Quanna.TV es el aliado más innovador de la industria tecnológica mundial, permite que cada empresa tenga su propio canal televisivo, que puede ser reproducido en pantallas gigantes en las oficinas de sus canales, para capturar la atención de sus clientes, como también puede ser utilizado para capacitar en forma dinámica a toda una región, en el momento que cada técnico puede y desea recibir su capacitación.

Quanna.TV conjuga en un solo producto



todas las aristas del marketing moderno, acerca el conocimiento a los canales y permite que las marcas respondan al cambio, casi en tiempo real.

También permite compartir eventos en vivo, localmente, brindando mayor permeabilidad al mensaje de cada ejecutivo de la firma.

Llevamos el evento de cada marca, a la pantalla o televisor de cada canal, de cada implementador, de cada cliente.

Quanna.TV es la mejor herramienta para dar eficiencia al marketing moderno en el mercado de tecnología actual.

### Olvídense de la Molestia de Licencias

...con el Revolucionario Transcodificador VersActivePro de ATX

**Sin Licencias**

Patentada

H.264 4:3 GTT MPEG-2  
IPTV SD/HD 2+4

**VERSACTIVE PRO**

**Características Principales:**

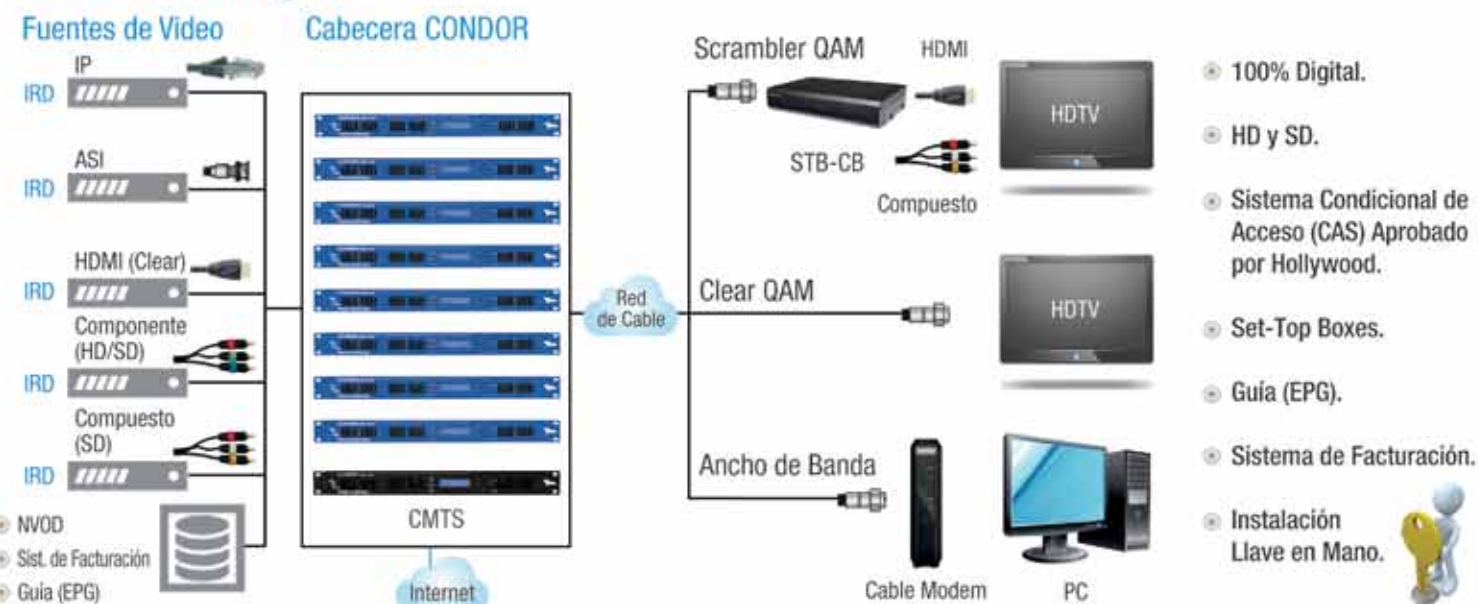
- Sin Licencias = Sin Complicaciones
- Excepcionalmente Económico
- Gestionable en Grupo
- Múltiples Tipos de Redundancia
- Calidad de Video Profesional

**ATX**

+506-8850-2379 bcastro@atxnetworks.com www.atxnetworks.com/VersActivePro\_c



### Cabecera Digital con la Solución **CONDOR**



Visite nuestra página para más información sobre la Solución **CONDOR** y todos nuestros productos.  
**WWW.PICODIGITAL.COM**  
 sales@picodigital.com

Llámenos al **(+1) 858-546-5050**



## DISCAMP ARGENTINA: CERTIFICACIÓN ISO

**Discamp Argentina** ha logrado nuevamente, luego de un gran esfuerzo, la Certificación del Sistema de Gestión de la Calidad. Posterior a la etapa de evaluación, fuimos reconocidos y aprobados, por cumplir con la norma IRAM - ISO 9001:2008, cuyo alcance es: *Comercialización de accesorios para cables, elementos de seguridad y herramientas profesionales para la industria. Fraccionamiento de vainas termocontraíbles*, destacó a **Prensario Gabriela Campos**, quien agregó que: 'Recibimos el Certificado en el auditorio de la Casa Central de IRAM'.

Esta nueva certificación se suma a la alcanzada en el pasado Julio, cuando habían logrado la Certificación del Sistema de Gestión; ISO 9001:2008.

Discamp es una empresa especializada en artículos de Accesorios para Cables, Seguridad Industrial, Herramientas Profesionales, Indumentaria Industrial y Embalaje. Recientemente incorporaron una nueva división:

Conductores Eléctricos.

'Estamos dedicados a brindar productos a todo el rubro eléctrico, automotriz, telecomunicaciones, cable operador, minero, petrolero y a toda la Industria en general. Ofrecemos un trato personalizado por un equipo de representantes de ventas especializado que brinda respuestas y soluciones inmediatas a sus necesidades', destacó Campos.

La empresa creada en 2003, participó recientemente de los Encuentros Regionales en Paraná y ha tenido un gran recibimiento en la industria. Si bien, ya tiene una trayectoria importante en la televisión por suscripción y en el sector cooperativo, la participación en estos eventos refuerza la presencia de la marca en el interior y estrecha la relación con los clientes.

'Apostamos por tener variedad de productos y con alta calidad apostando a la fabricación Nacional, hoy ese es nuestro distintivo y nuestro fuerte, ya que hemos logrado concebir produc-



Silvia Lionetto, Horacio Alberto Magan y Gabriela Campos

tos de calidad que muchas veces son mejores que muchos importados', remarcó Campos.

'La primer división desarrollada fue la de Accesorios para Cables de baja y media tensión. Gracias a este hecho se abrieron varios mercados con clientes que solicitaron productos nuevos. Nos ayudó para abastecernos y desarrollar nuevas secciones: Actualmente contamos con seis', resumió Campos.

## ROAD SHOW SONY

### PRESENTA NUEVA CÁMARA PXW-X500

Como parte de su trabajo en la región **Sony Professional Solutions of Latin America** (PSLA), estuvo haciendo una serie de presentaciones en las oficinas de Viditec, en Buenos Aires. El objetivo del roadshow fue presentar las novedades post NAB de la empresa y resaltar los productos destacados que se presentan en la IBC.



La nueva cámara PXW-X500

Dentro de esta serie de eventos se mostraron los nuevos flujos de trabajo para 4K, con todas las soluciones que ofrece la empresa, desde la captura hasta el playout y se vieron las soluciones que llevo la empresa japonesa a Brasil, para la cobertura de la copa del mundo.

Una de las grandes novedades que se presentó en el roadshow y se pudo ver en la reciente SET Expo 2014, fue la la nueva cámara de hombro **PXW-X500** de memoria de estado sólido, con grabación multiformato, además de estándar XDCAM 422.

**Alejandro Reyes**, gerente de producto de PSLA, resaltó: 'Esta cámara refleja más de 30 años de desarrollo en bloques ópticos de Sony con captura a 120p con CCD, dando oportunidad a los usuarios de explotar al máximo la capacidad de producción tanto en deportes como siguiendo un tornado o viendo una planta crecer'.

Siguiendo la línea de su predecesora, la PMW-500, el nuevo modelo ofrece calidad de imagen superior con tres nuevos y sofisticados sensores de imagen CCD de 2/3", que por su diseño, se convierte en una excelente herramienta de adquisición en una plataforma



Daniel Testani durante el RadShow en las oficinas de Viditec

1080P progresiva, para una amplia gama de aplicaciones de producción HD, como novelas de TV, producciones en vivo, noticias y producciones deportivas.

Entre las características de la nueva PXW-X500, se destacan la grabación multiformato, alta sensibilidad y alta relación señal/ruido con lentes HD de montura B4, función de cámara lenta y rápida de hasta 120p, y módulo inalámbrico incorporado que facilita la transferencia de contenido proxy.

Además, la cámara también posee entrada de señales externas, grabación simultánea en dos tarjetas SxS, operación de cámara de estudio con adaptadores CA-FB70 o CA-TX70, y la función GPS, que graba automáticamente datos en archivos MXF y Log cuando está activada.



**GC-1808M**  
8-CH RF RECEIVER WITH MULTIMUXING & SCRAMBLING  
"Up to 8 channels of DVB-S/S2 QPSK/8PSK (or DVB-C QAM) demodulating input;"  
Supports PID mapping  
Multiplexing up to 512 programs  
Supports up to 4 Simul-crypt CAS(s) and scrambling up to 256 programs  
TS-over-IP output and one ASI output(s)  
Real-time bit rate statistics and program information analysis  
Web management and remote monitoring and control  
Front panel control and LCD display

**GQ-3680**  
MODULAR EDGE QAM MODULATOR WITH SCRAMBLER ENCODER  
1RU modular design, supporting up to three pluggable QAM modules  
Support multiplexing, pass-through, scrambling, PSI/SI processing, and modulation  
Dual copper or optical interface per QAM module, independent or 1+1 redundancy  
16 QAM output channels per module, up to 48 QAM output channels  
Up to 64 programs per QAM output channel  
Up to 4 CAS Simul-Crypt  
ITU-T J.83 Annex A/B/C compliant  
Support UDP/ARP/ICMP/IGMP protocols  
Support MPTS for the broadcasting mode  
Web network management and SNMP for remote monitoring and control



**GM-2730 SERIES**  
UNIVERSAL INTERFACE ADAPTER  
Multiple adaptor options: ASI to IP, IP to ASI, E3/D53 to IP and IP to E3/D53  
Flexible configurations with module authorization management system  
Support multiple types of interfaces for adapting  
Changeable input/output interfaces benefit from flexible base unit design  
Up to 24 multiplexing channels and multiplexing up to 512 programs  
Supports 4 simul-crypt CAS(s), scrambling up to 256 programs  
Web-based management and SNMP remote monitoring and control

**GM-8000A**  
IP-BASED TS MULTIPLEXER & SCRAMBLER  
Supports multi-channel multiplexing and scrambling  
Built-in 24 scramblers and supporting up to four simul-crypt CAS  
Processing up to 250 input TS, 16/24 output TS, 1000 DTV programs  
One GbE for MPEG TS-over-IP input and one GbE for MPEG TS-over-IP output  
Web-based management and SNMP remote monitoring and control  
Front panel control and LCD display



**GC-1818**  
4-CH RF RECEIVER WITH QUAD-CI  
Up to 4 channels of DVB-S/S2 (or DVB-C) RF input  
Up to 4 channels TS (independent/cascading) de-scrambling  
Customized processing modes and output settings for input TS  
Real-time bit rate statistics and program information analysis  
Supports 32~48 programs de-scrambling  
Supports ASI and GbE (UDP, 7x188byte) outputs in MPTS/SPTS modes  
Maximum de-scrambling output bit rate: 280 Mbps  
Support UDP/ARP/ICMP/IGMP protocols

## VIDEOSWITCH INAUGURÓ NUEVAS OFICINAS EN BUENOS AIRES

**Videoswitch** mudó sus oficinas del barrio de Congreso de Buenos Aires, al distrito tecnológico de la misma ciudad, e inauguró las nuevas instalaciones con un evento esta semana.

La empresa comandada por **Roberto Maury** trabaja desde 1987 en el diseño, desarrollo, fabricación y comercialización de equipos de video y audio profesionales destinados a canales de cable, canales de aire y productoras. En todos estos años, **Videoswitch** ha desarrollado, gracias a su grupo de ingenieros, soluciones a medida para el mercado latinoamericano, con el concepto de brindar la mejor relación entre calidad y precio, garantizando apoyo técnico y asesoramiento, local.

Desde el 2002, la empresa comenzó a expandirse a toda Latinoamérica, asistiendo a las principales ferias internacionales de la industria, hoy sus productos están funcionando en la gran mayoría de los países de la región.

Roberto Maury destacó a **Prensario** la necesi-



El brindis inaugural

dad de esta mudanza: 'Estábamos instalados en un barrio muy céntrico, dentro de un ambiente ruidoso, con distracciones, falta de espacio, entre otros problemas y necesitábamos un lugar más amplio que le permitiera a nuestros ingenieros trabajar de forma cómoda para poder desarrollar su creatividad. Normalmente, la gente no ve a los ingenieros como creativos, pero en nuestra línea de trabajo para desarrollar el tipo de equipamiento que hacemos y con los menores recursos posibles, hay que ser muy creativos, y queríamos brindarle a nuestros investigadores ese ambiente donde se puedan desarrollar'.

Hoy las nuevas oficinas ubicadas en el polo tecnológico de la ciudad, además de contar con mayor espacio, cuentan con todas las herramientas necesarias para cumplir esa visión que tiene Maury del negocio. Durante el evento, anunciaron que se seguirán expandiendo al predio contiguo, que será acondicionado para expandir el área de armado y gabinetaría.

A la inauguración asistieron clientes, como Alejandro Flores del INVAP y funcionarios del gobierno, como Florencia Cambre, que asistieron a la empresa en lo referido a los incentivos para las empresas de tecnología.

En la recorrida ofrecida a la prensa, Maury mostró el nuevo equipamiento en el que se encuentran trabajando, un multiplexor de cuatro salidas, con fuentes y controles redun-



Roberto Maury, CEO de Videoswitch



Santiago Gonzales, Roberto Maury y Florencia Cambre, en las nuevas oficinas de Videoswitch, en el Polo Tecnológico de la Ciudad de Buenos Aires

dantes, que están desarrollando especialmente a medida de las necesidades del INVAP. 'En los próximos días ya tendremos terminado el primero de los tres equipos que estamos confeccionando. Se trata de una tecnología innovadora, en una unidad de rack estamos montando lo que a la competencia, en algunos casos les lleva hasta más de doce racks. No es solo ahorro de espacio, es ahorro de energía y pensar en verde de forma responsable con el medioambiente', resumió Maury.

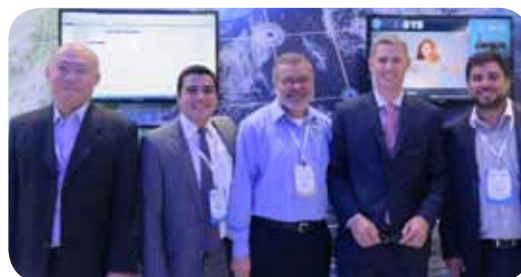
## NETWORK BROADCAST: SOLUCIÓN ÚNICA PARA ISP'S EN BRASIL

PARA QUE PUEDAN DAR OTT CON Y SIN LICENCIA DE VIDEO

**Network Broadcast** lleva 9 años de trabajo en Brasil y, según comentó su director general a **Prensario**, primero apostaron mucho al cable pero hace hace dos años están direccionando los esfuerzos en IPTV y OTT. Esto es pues en el mercado se generó un segmento muy interesante de ISPs y permite un crecimiento grande de las ventas a más de 6.000 de esas empresas que se considera existen en el mercado. Para tenderla se cuenta con dos ingenieros de ventas para atender el norte y el sur del país que son Leandro Funcia Colletti y Judson Vieira.

Un dato interesante es que de esas 6.000 sólo un 10% cuenta con licencia para dar internet, por lo que ellos están desarrollando nuevos

modelos de negocios y facturación, por ejemplo a través de la tv paga y una consultoría para poder ayudar al proceso de inversión de esas empresas. Consiste en poner un dispositivo en la tv de los clientes y tener un STB con aplicaciones que toma los contenidos de video de un servidor de otros proveedores que autorizan para brindar video sin licencia pero sin ir en contra de la ley. Esta solución no existe en otro lado y es especial para Brasil por este segmento de ISPs que se ha desarrollado en el mercado. Así los operadores pueden arrancar en la OTT sin competir con los proveedores de tv lineal. El cliente puede tener perfectamente



El equipo de Network en el stand de Tecsys en SET

DirecTV y sumar con la entrada HDMI a este dispositivo. El desarrollo del software es en Argentina y la producción de los dispositivos se venía haciendo en China, pero ya se van a producir localmente en Brasil.

# Fortaleza su Red

## Oportunidad de negocio para operadores de cable pequeñas celdas de red de retorno LTE

Aproveche la oportunidad de ofrecer una red de retorno para el tráfico de redes móvil.

Con el crecimiento explosivo de ancho de banda móvil, la puerta de enlace de banda ancha Lindsay proporciona la solución perfecta para redes de retorno LTE, en zonas urbanas o donde los MNO necesitan capacidad. Las características de la puerta de enlace de Lindsay incluyen:

- > Rack/wall mount for indoor small-cell deployments
- > AC-powered or plant-powered (40~90v)
- > Fiber or Ethernet connection to small cell
- > DOCSIS or optical backhaul (including PON) options

To learn how Lindsay solutions can empower your network:

Email us at [contactus@lindsaybroadbandinc.com](mailto:contactus@lindsaybroadbandinc.com)

Call us at 800-465-7046

Visit us at [www.lindsaybroadbandinc.com](http://www.lindsaybroadbandinc.com)

Lindsay Broadband Inc.  
2035-2 Fisher Drive  
Peterborough Ontario  
Canada K9J 6X6

[contactus@lindsaybroadbandinc.com](mailto:contactus@lindsaybroadbandinc.com)  
(705) 742-1350  
(800) 465-7046  
(705) 742-7669 FAX

**LINDSAY**  
BROADBAND  
TOUGH TECHNOLOGY



## RED INTERCABLE LANZA *DIBOX ONE* Y *DIBOX IPTV*

### PARA SERVICIOS DIGITALES

Red Intercable, empresa que nuclea a más de 300 empresas Pymes de Argentina, anunció el lanzamiento de dos nuevos productos para cableoperadores y visitantes de Jornadas Internacionales, *Dibox One* y *Dibox IPTV*.

Con el lanzamiento de *Dibox One*, su más reciente avance en materia de contenidos a la carta, Red Intercable suma 32 nuevos canales a la plataforma de televisión digital *Dibox*. Con esta incorporación, la oferta del paquete de señales digitales lineales en HD y SD se ve sustancialmente incrementada lo que se inscribe, en la tendencia global de brindar al abonado mayor disponibilidad de contenidos.

Para los cableoperadores *Dibox*, esta implementación resulta posible por un lado, gracias a la versatilidad y escalabilidad de la plataforma digital de Red y, por otro, merced a la baja inversión necesaria e importante financiación en pesos y cuotas fijas que ofrece la empresa.

Con contenidos de máxima calidad pro-

vistos por los mejores proveedores de programación, en su etapa de lanzamiento, *Dibox One* estará accesible para los abonados *Dibox* de 100 localidades.

El sistema es de muy fácil acceso. A través de la grilla en pantalla, el televidente podrá encontrar 32 canales de excelente calidad con una amplia variedad de géneros, además de un canal de promociones y sugerencias de uso que lo ayudarán a familiarizarse con el nuevo servicio: los abonados podrán seleccionar los contenidos utilizando el control remoto, o bien, a través del catálogo web de acceso exclusivo para clientes.

Además, en Jornadas se exhibirán los avances de *Dibox IPTV*, que permite a los usuarios ingresar a un novedoso entorno web a través de una caja híbrida de última generación.

De este modo, Red Intercable incursiona en los servicios OTT y se posiciona en el mercado



para evolucionar hacia otros dispositivos que continuarán ampliando la oferta de servicios.

*Dibox IPTV* ofrece un portal a medida con contenidos de entretenimiento, variedades, consumo, información, juegos, clima, canales locales y otras funcionalidades, aplicaciones y widgets pensadas a medida de los nuevos hábitos de consumo.

Entre los aspectos destacados que diferencian al producto, sobresale la posibilidad de incluir canales locales y regionales desde la propia cabecera, ofreciendo de esta manera a los abonados un incuestionable valor adicional al servicio de cable. A su vez, significa para el cableoperador pyme una ventaja competitiva significativa y certidumbre en la estrategia de crecimiento de sus empresas.



### Plataforma de Pruebas Masivas para Cable Módems y EMTAs

- Banco automático para pruebas y diagnóstico en lotes de hasta 48 modems 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

## DIRECTV ADQUIERE TECNOLOGÍA HANSEN PARA OPERACIONES EN LATAM

DirecTV cerró un acuerdo con Hansen Technologies para la utilización de tecnología ICC Customer Care and Billing durante siete años en su división PanAmericana.

A partir del acuerdo, Hansen proveerá a todas las operaciones de DirecTV en la región, con una herramienta para la gestión de los procesos de cobro relacionados a los servicios de TV paga. También dará soporte en consultoría, que trabajará a través del equipo de profesionales con base en Buenos Aires.

Antonio Pages, director IT de DirecTV PanAmericana afirmó: 'La solución ICC Pay TV de Hansen Technologies es un producto

único que encaja con nuestro negocio y propuesta de servicio en la región. El producto da soporte a nuestra dirección estratégica y nos permite avanzar con más innovación en experiencia de entretenimiento. Nos complace

continuar la relación con Hansen ICC y esperamos generar beneficio mutuo, el cual creemos saldrá de este arreglo.'

La unidad PanAmericana es la más grande de DirecTV Latin America, que provee TV paga satelital a más de 6 millones de suscriptores en nueve territorios, incluyendo Argentina, Colombia, Chile, Ecuador, Perú, Puerto Rico, Venezuela, el Caribbean y Uruguay.

La solución ICC es utilizada para gestionar el acceso a modelos de suscripción en DTH en SD, HD, pre y post pago, así como también para proveer ofertas empaquetadas, que pueden combinar TV y banda ancha.

'Nos complace que DirecTV haya elegido el software y servicio de Hansen como un elemento clave para dar asistencia a sus planes que están en continuo crecimiento en toda la región. Con nuestras soluciones específicamente dirigidas y proveyendo servicios a la industria de TV paga digital y nuestra inversión global continua para dar soporte y servicios de alta calidad, creemos que estamos en la mejor posición para mejorar las oportunidades de TV paga presentes en los mercados en desarrollo de Latinoamérica', concluyó Andrew Hansen, CEO de Hansen.



# 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

## REPORTV CONSOLIDA SU GUÍA PARA MÓVILES EN LATINOAMÉRICA

ReportTV, la empresa que se dedica a la recopilación, administración y distribución de los contenidos de programación de los canales de TV que tiene más de 20 años en la industria, estará presente en esta edición de Jornadas Internacionales, impulsando su nuevo producto para OTT, *Reportv Play*, y sus guías interactivas que ya son utilizadas por más de 250 cableoperadores de habla hispana en Latinoamérica.

El nuevo *Reportv Play* ya se lanzó para **Telecentro** conformando *Telecentro Play*. Este producto es una plataforma web diseñada para agrupar, en un único sitio, todos los catálogos de los servicios OTT ofrecidos por las distintas señales de cable tales como **Movicity Play, Fox Play, TNT GO** entre otras. Con *Reportv Play*, el televidente tendrá acceso total a todos los contenidos online que se encuentren en los catálogos, para poder visualizarlos en el momento que desee, en el lugar que elija y a través de cualquier dispositivo. Ade-

más, le ofrecerá al usuario final la posibilidad de filtrar los contenidos por señal, por categoría o por título. Y a diferencia de otras plataformas, también informa el momento en que las películas, series o programas de los catálogos de OTT se transmitan en la programación lineal de cada señal.

Este año ha sido de gran dinamismo para la empresa, desde la consolidación de su producto para plataformas móviles, que ya está disponible para Android e iOS, hasta los desarrollos que presentó durante el Mundial de Fútbol Brasil 2014, y la última novedad, la renovación de su sitio web que, además de comunicar mejor las actividades y servicios de la empresa, brinda una mejor experiencia de usuario.

*Reportv Mobile* es el producto que la empresa ha estado promoviendo en todas las ferias, incluyendo Andina Link en Costa Rica, donde estuvo representada por **Manolo Arnanz**, director de ventas internacionales. El producto ya está en



Manolo Arnanz, en Andina Link

Google Play y Apple Store para toda la región. Lanzado en diciembre, el producto es accesible desde el 95% de las líneas de celulares y tabletas y brinda una completa información del contenido de los canales de televisión.

‘Estamos seguros que el fenómeno de la segunda pantalla es el paso siguiente en el camino de la interactividad del usuario con los contenidos televisivos, apostamos a eso y con *Reportv Mobile* buscamos dar soluciones. Al alcance de todos queremos ser la primera opción para la búsqueda de información del contenido de la televisión’, desde la compañía.

Además, durante el Mundial de Fútbol tuvo a disposición de los usuarios un micro-sitio gratuito que reunía toda la información de los acontecimientos relacionados con torneo, con acceso a imágenes, sinopsis de los partidos y detalles de las transmisiones.

## ACE REPRESENTA A SMC NETWORK EN LATINOAMÉRICA

ACE volvió a Andina Link Centroamérica, mostrando como cada año su apoyo a los pequeños y medianos operadores de la región en los proyectos para el 2015.



**José Flores**, internacional account manager de ACE, afirmó que la marca está ‘creciendo en la región’. Como novedad, destacó que



este año comenzó a representar a **SMC Network** para Latinoamérica en la distribución de cablemodems 2.0 y 3.0, para apoyar la reestructuración y upgrade digital y HD de los operadores.

## CONAX: OPCIONES OTT PARA LOS PEQUEÑOS OPERADORES

**José Cedeño**, director de ventas Latinoamérica de **Conax**, dio una conferencia en Andina Link Centroamérica sobre las alternativas que tienen los pequeños y medianos operadores que buscan llegar al OTT.

Mostró cifras de Netflix, que confirman que teniendo en cuenta el costo por usuario, no resulta tan rentable como parece a simple vista. Dijo que, en el auge de estos servicios, no hay que perder de vista a aquellos segmentos de población que todavía son reticentes a adaptarse a tecnologías nuevas, familiarizarse con aplicaciones complejas o descargar de

internet. Otras complicaciones de los OTTs tienen que ver con la publicidad, que se hace difícil de implementar, aunque hay herramientas que pueden ayudar a definir los hábitos del cliente. A su vez, están las generaciones futuras, que ya tendrán otras formas de ver contenidos.

Conax ofrece soluciones para que los operadores lancen su propio OTT, reducir el CHURN, es decir que los abonados no se vayan a la competencia;



José Cedeño, de Conax

servicios avanzados para ser implementados en cualquier momento y lugar.

‘Se puede competir si se mantiene buena relación con el programador y se ofrece contenido actual y relevante. El operador gana con el soporte local’, dijo Cedeño y concluyó: ‘Es posible lanzar este tipo de servicios, pero hay que hacerlo por pasos; lo más recomendable es iniciar con streaming simple de contenido local’.

- Geolocalización
- Monitoreo
- Portal Cautivo

» Consulte por financiación

- Control de contenidos
- Mejor velocidad de respuesta
- Ahorros en Ancho de Banda

- Fuente redundante
- Placas intercambiables
- Licenciamiento por software



Gestión & Provisioning de Servicios



www.flowdat.com



Cache de Contenidos



CMTS Docsis 3.0

17, 18, 19 Sep  
HILTON Bs.As

Visítenos  
**JORNADAS Stand 23**  
**INTERNACIONALES**

TEL.: +54 341 4248123  
www.interlink.com.ar



# VTR DE CHILE ADQUIERE HERRAMIENTA QoE DE INTRAWAY

## SOLUCIÓN *QUALITY OF EXPERIENCE* (QoE)

VTR, el principal operador de TV paga y telecomunicaciones de Chile controlado por Liberty Global, adquirió la tecnología *Quality of Experience* (QoE) para monitoreo de calidad de Intraday.

QoE de Intraday permite llevar un control de calidad sobre el servicio que llega al cliente para evaluar el desempeño de los diferentes planes de negocios.



Leandro Rzezak, CEO de Intraday

Esta solución permite la entrega de reportes cuantitativos detallando la percepción de varios servicios de Internet durante su uso diario, así como servicios de OTT de distintos proveedores.

‘VTR está constantemente investigando nuevos productos para mejorar sus servicios, adquiriendo tecnología de avanzada. Con la solución QoE de Intraday, VTR puede evaluar continuamente los diferentes servicios de Internet ofrecidos en todo el país y determinar en tiempo real los potenciales problemas en el servicio de la red completa’, dijo Ricardo Simpson, COO de Intraday.

‘Aunque todas las herramientas de monitoreo interno controlan el equipamiento a través de la red, no había hasta hoy una herramienta que proveyera información del extremo del cliente, por lo que los problemas asociados con el uso no podían ser detectados por nuestros sistemas de monitoreo’, dijo Marcelo Grandjean, manager de servicios convergentes, Internet y telefonía de VTR.

‘Sin embargo, con QoE de Intraday ahora podemos tener una visibilidad de extremo a extremo que nos permita recoger datos desde el punto de vista de los clientes y nos da una perspectiva detallada del desempeño y tendencia de los usos más comunes de Internet. Además, permite evaluar nuevos servicios antes de lanzarlos en el mercado, para entender el comportamiento de estos servicios 24 horas por día. La medición y el conocimiento de cómo funciona el servicio antes de su lanzamiento comercial nos ha ayudado a refinar los parámetros de las redes, lo cual no es sencillo a nivel de un laboratorio, dada su repetición y complejidad’, concluyó Grandjean.

**LatinoTCA.com**

**CONTAMOS CON TODOS LOS PRODUCTOS PARA SU PROYECTO**

- FTTX
- RED HFC
- TV DIGITAL
- INTERNET
- EOC

**20 AÑOS OFRECIENDO SOLUCIONES EN REDES DE FIBRA Y HFC**

Tel: 5273-2226 • e-mail: [info@latinotca.com.ar](mailto:info@latinotca.com.ar)  
[www.latinotca.com.ar](http://www.latinotca.com.ar)

PERU • ARGENTINA • COLOMBIA • CHILE • ECUADOR • PARAGUAY • USA



# DISCAMP

Lis. de la torre 1294 • C1440ECN • Cdad. Aut. de Bs. As. • Rep. Argentina  
 Tel./Fax: (54-11) 4687-5261 / 4687-7574  
[ventas@discamp.com](mailto:ventas@discamp.com) • [info@discamp.com](mailto:info@discamp.com)  
 visite nuestra web. [www.discamp.com](http://www.discamp.com)

### Accesorios para Cables

- Tubos termocontráctiles.
- Empalmes y terminales de baja y media tensión.
- Spaghetti: poliester barnizado vidrio, spaghetti vidrio silicomado, vidrio caucho siliconas.
- Precintos universales de NYLON.
- Precinto de acero con vaina protectora.
- Precinto de hojalata.
- Varios modelos precintos de seguridad.
- Fijaciones nylon: grampas - tarugos - pitones.
- Cinta aisladoras, cintas industriales.
- Cinta helicoidal negra y natural.
- Cinta autosoldables.
- Masillas de relleno.
- Fleje de ACERO, hebillas, sunchadoras.
- Borneras.
- Portaherramientas y mochilas a medidas.

### Conductores Eléctricos

- Coaxiales (75 ohms Telecomunicaciones / 50 ohms. Comunicaciones / 75.ohms TV - CCTV - CATV).
- Telefonía (Interior / Intercomunicación. Planta externa).
- Energía Baja Tensión (Unipolares/ Subterráneos).
- Control.
- Instrumentación.
- Bus de Datos.
- Redes LAN (UTP categoría 5e y 6 / FTP categoría 5e).
- Cables especiales bajo diseño.

### Indumentaria Industrial

- Calzado de Seguridad.
- Calzado Línea de Uniforme.
- Pantalón y camisa de graña. (Varias marcas)
- Mamelucos.
- Ropa de abrigo.
- Chombas, remeras, (con logo bordado o estampado).
- Diseño de portaherramientas y mochilas de trabajo.

### Seguridad Industrial

- Protección para el cráneo.
- Protección respiratoria.
- Protección para manos.
- Protección para ojos.
- Seguridad vial.
- Protección lumbar
- Guantes dieléctricos certificados etc.

### Sondas pasacables de fibra de vidrio.

- Para tendido de cables de comunicación y cables energéticos.
- De 6, 9 y 11 mm. de diámetro.
- De 25 a 300 metros de largo.
- Accesorios para sondas pasacables.
- Cinta pasacable helicoidal: de poliéster Ø 4 - Ø 5 y Ø 7 mm. reduce la fricción en un 50%. Color naranja 40m. Color verde amarillo 60m. Color verde para tendido subterráneos en 50 y 100 metros.
- Accesorio Tracintas/ Traccionador.
- Cintas Pasacables de plástico y Nylon.



Embalaje



Indumentaria Industrial



Herramientas Profesionales



Accesorios para Cables



Conductores Eléctricos



Seguridad Industrial

**dibox One** el nuevo producto  
en materia de servicios digitales de **Red Intercable**



**dibox One suma una alternativa de contenidos que permite al cableoperador:**

Incrementar sustancialmente la oferta de señales digitales SD y HD con 32 nuevas posiciones.

Planificar su crecimiento con una mínima inversión y tener financiamiento en cuotas fijas y en pesos.

Posicionarse para incursionar en un entorno IPTV.

Incentivar el consumo de contenidos lineales Premium.

**dibox One, un servicio con dinámica de futuro.**

**diboxone**

**Wire•Tech**

**PROVEEDOR INTEGRAL**

Representante exclusivo

**Prysmian**  
Group

**OPPC**

**ASKA**  
Communication Corp

**Cablematic**  
CABLE INTERNACIONAL S.A.

**MOTOROLA**

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.
- Distribución de Internet

**Fabricante argentino de cables coaxiales flexibles**  
**Cables .500 - .750 TFC**

Casa Central:  
Domingo French 831 - Villa Martelli - Pcia. de Buenos Aires  
Tel.: +54 11 4709 6650 - ventas@wiretechsa.com.ar

Sucursal Córdoba:  
Boulevard Los Granaderos 2722, Córdoba  
Tel.: +54 0351 598 0084 - wtsucursalcordoba@arnet.com.ar

[www.wiretechsa.com.ar](http://www.wiretechsa.com.ar)

## ARCOM: HERRAMIENTAS PARA MANTENIMIENTO DE REDES HFC

Arcom Labs lleva 30 años de trayectoria en el mercado de TV paga, donde promueve con éxito sus filtros sobre todo, para los pequeños y medianos operadores de la región, que avanzan necesariamente hacia la digitalización. Es ahí donde Arcom pone el foco con sus nuevas soluciones para el mantenimiento de redes HFC.

Gabriel Larios, VP de ventas internacionales de Arcom, acude a todas las ferias de la industria, donde lleva los sistemas QAM Snare y Hunter para el mantenimiento de redes HFC digitales.

Desde 2013, se integró la ingeniera María Alejandra Galindo a la empresa para colaborar en el desarrollo de estos sistemas. Ella está a cargo de México, Panamá y el Caribe. Estas herramientas ya tienen éxito en México con Megacable, y Panamá con Cable Onda. Si



bien son soluciones amigables para los técnicos, en otros países como Perú, representa inversiones a futuro, pero venimos a mostrar la tecnología de avanzada que pueden tener más adelante', añadió.

Hunter provee las herramientas que demuestran ser las más rápidas en la identificación y localización de problemas de la red HFC, a la vez que permite el monitoreo inteligente sin falsas alarmas. 'Es la única herramienta que encuentra CPD y da la distancia a la fuente', afirmó Larios. Por su parte, QAM Snare es la única herramienta con sensibilidad que permite ser probada en redes para LTE.

Ambos ahorran tiempo en la búsqueda y corrección de problemas, lo que se traduce



Emerson Sampaio, de Megacable México; Gabriel Larios, de Arcom; Dale Bassen, de VTR Chile; y Miguel Angel Fernandez, de Cablevision Argentina

en ahorro de costos y recursos. 'Estamos creciendo, buscamos llegar a los operadores y que sepan que existen elementos para fortalecer sus redes', dijo y adelantó que se están haciendo pruebas en Chile y están en conversaciones con Cablevisión y Cablemás de México, con algunos de Colombia y presencia en Europa.

Ya estuvo en la reciente Tepal de Panamá, y en la feria ANGA de Alemania, donde lanzó la nueva versión QAM Snare Isolator Plus, que funcionará con Wi-Fi.



PROVISION • ACTIVATE • MANAGE

### MÁS DE 18 MILLONES DE SERVICIOS DE VOZ Y DATOS DE ALTA VELOCIDAD APROVISIONADOS EN AMÉRICA LATINA!

- Flexibilidad Para Soportar Las Configuraciones Específicas de Todos Sus CPEs
- Escalable, Confiable y Listo Para IPv6
- 99.999% de Fiabilidad Que le Ayudará a Asegurar QoS y QoE

**¿INTERESADO?**  
Aprenda cómo operadores de todo el mundo están aprovechando nuestro software para ser exitosos, contacte a nuestro equipo de Latinoamérica:

LATAM Northe	Hector Villalvazo	+52 55 8000 0244
LATAM Sur	Juan Pablo Navia	+57 3143316593
LATAM Preventas	Otto Heredia	+57 3144702416

Email: [sales@incognito.com](mailto:sales@incognito.com) Web: [www.incognito.com](http://www.incognito.com)

# TU SOCIO GLOBAL EN CONTROLES REMOTOS Y ACCESORIOS.



UEI diseña, desarrolla y entrega soluciones innovadoras que habilitan a los consumidores controlar sus dispositivos de entretenimiento, reproductores de multimedia y sistemas para el hogar - todos ellos a nivel mundial.



PARA MÁS INFORMACIÓN EN CÓMO PODEMOS SER SOCIOS, VISITE: VISIT: [WWW.UEI.COM/LATAM](http://WWW.UEI.COM/LATAM)

## LINDSAY: RED DE RETORNO DE PEQUEÑAS CELDAS; EL CASO PARA EL CABLE

POR DAVID ATMAN, PRESIDENTE DE LINDSAY BROADBAND

Los Operadores Móviles Virtuales (OMV) están buscando incrementar la capacidad y extender la llegada de sus redes. Una forma es con "microcells". Estos nodos de acceso de baja energía tienen un alcance de entre diez y cientos de metros, contra decenas de kilómetros para una macrocelda típica desde una torre celular.

Los cableoperadores están bien posicionados para satisfacer las necesidades de los OMV's, habiéndose convertido en expertos en el backhauling del tráfico OMV desde las macroceldas. El despliegue continuo de puntos de acceso Wi-Fi les da mayor credibilidad en el acceso inalámbrico. La arquitectura HFC ubicua de la industria también ayuda a operadores de redes móviles a resolver uno de sus más grandes preocupaciones de celdas pequeñas: encontrar sitios adecuados.

La planta física de la industria del cable ofrece a los OMV un ilimitado número de locaciones que, con el correcto tipo de puertas de enlace, puede manejar redes de retornos de pequeñas celdas a través de DOCSIS o fibra. Pero el cable no es la única respuesta a este desafío.

Los proveedores de tecnología inalámbrica han estado poniendo la mirada en esta oportunidad por muchos años. Las soluciones incluyen sistemas Line-of-Sight (LOS) con microondas o "millimeter wave regions"; las tecnologías non-LOS que funcionan en frecuencias portadoras menores a 6 GHz; satélites de transmisión LOS; y nueva tecnología que utiliza espectro sin licencia en los denominados espacios blancos de TV.

La industria móvil está en una curva empinada de despliegue. De acuerdo a Informa

Telecoms & Media, para principios de 2013 los OMV's habían instalado globalmente casi 11 millones de pequeñas celdas. La firma espera que ese número pueda llegar a 92 millones en 2016.

Un driver son las constantes mejoras en las redes de la industria móvil. Pequeñas celdas complementan las tecnologías 2G y 3G, pero son parte integral de la arquitectura 4G/LTE. Algunas mejoras de 4G están completas, y en otras aun se está trabajando. Los esfuerzos actuales para combinar 3G, 4G/LTE y tecnología Wi-fi en una pequeña unidad de celda simple pueden bajar la velocidad de despliegue.

Durante el despliegue de pequeñas celdas (ya sean híbridas o no) los MNOs deben tomar en cuenta numerosos factores, tales como la mejor locación de la pequeña celda para alcanzar el máximo de penetración y cómo alimentarlos, donde la forma tradicional de alimentación puede no estar disponible. Mientras los MNOs tratan de impulsar sus radios a locaciones más granulares en intersecciones, autopistas o parques, la alimentación parece ser uno de los principales obstáculos a superar.

Mientras la industria móvil testea las pequeñas celdas multi-modo y continúa buscando formas de profundizar la penetración general de pequeñas celdas, es un buen momento para que los cableoperadores vuelvan a presentar su caso. Aquí, algunas consideraciones:

El cable puede competir. Las soluciones de



redes de retorno inalámbricas pueden tener una ventaja, pero el cable es un contendiente viable.

Los operadores deben jugar sus fortalezas, que incluyen una extensa presencia física, fibra y velocidades DOCSIS 3.0, fuente de energía conveniente desde la planta HFC y las unidades de negocios de servicios ya comprometidas en el tráfico backhauling desde las macroceldas.

Mientras los OMV's están tratando de especificar y validar las pequeñas celdas multi-modo, también tienen demandas particulares sobre el backhaul de las pequeñas celdas. En Lindsay, nuestra habilidad de integrar los componentes ya aprobados nos permite ayudar a los cableoperadores a moverse rápidamente mientras este mercado se desarrolla.

En Lindsay, nuestra fortaleza es la habilidad para reforzar e integrar cable módems, convertidores de media, unidades ópticas de networking PON (ONUs) y demarcación NIDs con SLAs de diferentes fabricantes dentro de recintos que trabajan tanto en interiores como en exteriores.

Estos gateways de DOCSIS y fibra están diseñados para ayudar a la industria a impulsar sus



## ClicBlue

La solución integral IPTV/OTT de SAFEVIEW® con el motor de ingresos que necesitás

## LATINOAMERICANA TCA CRECE EN LA REGIÓN

Latinoamericana TCA continúa expandiendo su presencia en los principales países de la región, incluyendo Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Paraguay con su oferta de productos para redes HFC (fibra óptica y coaxiales), tecnología EoC (Ethernet sobre coaxial), Internet y TV digital. Representando marcas como CASA System, Pico Macom, Cablematic, Wellav, Seikoh Giken, Taihan y marcas de tecnología emergente tales como KT (EoC).

Este año, la empresa se aboca a impulsar el

segmento FTTH y al desarrollo de proyectos ad hoc para clientes que están expandiendo sus redes de fibra directa al hogar. En ese sentido desarrolló cajas terminales, ODFs, fibras drop con especificaciones especiales y cajas de empalme para los principales operadores de América Latina.

Este año TCA ha invertido en el impulso de marcas que representa en los mercados, participando de las principales exhibiciones de América Latina. Además de Andina Link Car-

tagena, Andicom Colombia, Ferintel Ecuador y APTC Perú, estuvo en Encuentros Regionales, y estará en Jornadas Internacionales Argentina, Chile Media Show y Caper.

También ha brindado seminarios de actualización sobre tecnologías EoC y FTTH con la participación de profesionales como es el ingeniero Juan Garcia Bish.



Leo Rodríguez y Andrea Baena

SAFEVIEW Argentina  
T.: (+5411) 5430.0392/93/95/96  
D.: Av. de Mayo 749 - Piso 2 - Of.5

SAFEVIEW España (oficinas centrales)  
Calle Burgohondo, nº 4 - C.P.: 28023 Madrid  
Tel. (+34) 914 200 220



www.safeview.es

## TELEFE INTERNACIONAL ESTRENÓ VIUDAS E HIJOS DEL ROCK AND ROLL

Telefe Internacional emite en vivo y en directo con la transmisión de Telefe en TV abierta para Argentina, la nueva producción de **Underground Viudas e Hijos del rock and Roll**, desde el lunes 18 de agosto a las 21.15.

Con la producción de **Sebastián Ortega** (*Graduados, LaLola*) la comedia narra una historia de amor y amistad de un grupo de chicos que se conoció en un verano en los años 90' y que tras separarse algunos de ellos, se vuelven a encontrar 20 años después. Roby (Lalo Mir), el padre de Miranda (Paola Barrientos) es un locutor ícono referente del rock nacional que influyó a toda una generación de jóvenes a través de la Z Rock, la radio que armó con su socio Pipo (Mex



Urtizberea).

La historia comienza cuando, al enterarse de la muerte de su padre, Miranda se reencuentra con el pasado del que había huido: Sandra (Julieta Ortega), su antigua mejor amiga, Vera (Celeste Cid), la hija no reconocida de Roby, y con Diego, aquel amor de verano que se había truncado.

Miranda ya no es aquella chica que Diego había conocido. Alejada del mundo en el que se había criado, Miranda se casó con Segundo (Juan Minujin) un joven proveniente de una familia tradicional. Por su lado, Diego mantiene la esencia de su juventud y una amistad con Rama (Fernán Miras) a lo largo de los años. Al ver frustrada la relación con Miranda, ter-



Viudas, la nueva tira de Telefe

mina aceptando casarse con Susana (Griselda Siciliani).

La música será el nexo de unión entre Miranda y Diego, el elemento sanador para ella que la conectará con su esencia y terminará por despejar sus enojos, heridas y dolores con el pasado y su padre.

Protagonizada por Damian de Santo, Paola Barrientos, Celeste Cid, Julieta Ortega, Juan Minujin, Lalo Mir, Griselda Siciliani, Mex Urtizberea, Fernan Mirás, Antonio Birabent, Ludovico di Santo, Maria Leal, Luis Machin, Veronica Llinás, Georgina Barbarossa, Marcelo Mazzarello, Hugo Arana, Violeta Urtizberea, Maju Lozano, Darío Lopilato, Nicolas Francella, Darío Barassi, Eliseo Barriónuevo, Agustina Prinsich y gran elenco.

## THEPLATFORM: PUBLICACIÓN Y GESTIÓN DE VIDEO ONLINE

ThePlatform, el proveedor de soluciones para publicación y gestión de video online, estuvo presente en la reciente edición de Andina Link Centroamérica, donde su director de ventas para Latinoamérica, **Jouari Santiago**, dio una presentación sobre 'La transformación radical en la distribución de contenidos'.



Jouari Santiago en Andina Link, Costa Rica

Dijo Santiago que en cuestiones de contenido bajo demanda, no importa quién lo entregue,

sino que llegue al consumidor. Las audiencias tienen el control y empujan a los operadores a invertir en nuevas formas de distribuir ese contenido para ser visto lo antes posible.

'El desafío no está en la tecnología, sino en la negociación. Cualquier modelo debe tener siempre el control de la publicidad y adoptar el modelo que más beneficie al operador y al programador', remarcó el ejecutivo.

En este sentido, ThePlatform ofrece a las

compañías de medios una plataforma de video online que les permite la gestión, monetización y sindicalización de miles de millones de visualizaciones de video por año. Los servicios son versátiles para el diseño y soporte de streaming en PCs, dispositivos móviles y televisores. Entre sus principales clientes, están Fox Sports, CBS Interactive, NBC Sports, NatGeo, A&E, Syfy, History y Bio, entre muchos otros.

La empresa estará presente en Buenos Aires, en el marco de Jornadas Internacionales, donde recibirá a sus clientes en un espacio especial del Hilton.

## POWER&TEL.: 'NUESTRO FUERTE ES EL STOCK'

Power&Tel. estuvo presente en Andina Link Centroamérica, donde fue representada por Miguel Cabrera y Ernesto Rivera, en compañía de Pedro Leal, una de sus marcas representadas.



Los ejecutivos destacaron que la empresa sigue fuerte en toda la región, donde

se caracteriza por el gran stock de productos de numerosas marcas para TV por cable, telecomunicaciones, infraestructura y equipamiento de testeo.

La posibilidad de contar con oficinas para el mercado interno de Estados Unidos, aportan una gran disponibilidad de todos sus



Pedro Leal, de Clearfield; con Miguel Cabrera y Ernesto Rivera, de Power&Tel, en Andina Link Costa Rica

productos, lo que se convierte en el fuerte de la empresa para toda Latinoamérica.

# Reportv PLAY

## Lo que tu afiliado necesita cuándo quiera y dónde quiera fácil, completo... distinto

- Plataforma 100% customizable al Look & Feel de cada cliente.
- Catálogos completos de todos los canales de tv everywhere.
- Vínculo de los contenidos con la programación lineal de cada canal
- Navegación sencilla con filtro por categorías, géneros y canales.



23<sup>ra</sup>  
EDICIÓN ANUAL

EXPOSICION INTERNACIONAL DE EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS  
PARA RADIO, TELEVISIÓN, CABLE, CINE, SATÉLITE, ILUMINACIÓN & AUDIO

# CAPER 2014

broadcast • cable • cine • satélite • iluminación • audio

- Seminarios
- Conferencias
- Workshops
- Master Classes
- Mesas Redondas

MIE JUE VIE  
**29 30 31 OCT**  
BUENOS AIRES • ARGENTINA

TELEVISIÓN  
CABLECINE  
SATÉLITE RADIO  
ILUMINACIÓN  
AUDIO

[www.caper.org](http://www.caper.org)



Tel/Fax: (54 11) 4374-9715 / (54 11) 4374-9202 - E-Mail: [consultas@caper.org](mailto:consultas@caper.org)

SONY



PXW-X160



PXW-X180



- Camcorders con 3 sensores de 1/3" Full HD Exmor CMOS y memoria de estado sólido
- Lentes Serie G zoom HD 25x
- Graban en formato XAVC Intra/Long GOP, además de MPEG2, AVCHD, y DV
- Con función de filtro ND Dual para mayor flexibilidad
- Ideales para aplicaciones broadcast y profesionales

## PXW-X180



Wi-Fi/NFC (Near Field Communication)  
con Content Browser Mobile™  
para funciones de control remoto y transmisión de archivos



XDCAM

XAVC

MPEG HD422

AVCHD  
Progressive

G  
Sony Lens G

Exmor  
3 CMOS Sensors

Wi-Fi  
CERTIFIED

Humberto 1° 2889 - Buenos Aires, Argentina  
Tel: +54 11 4122 1200 / Fax +54 11 4308 5493  
[info@viditec.com.ar](mailto:info@viditec.com.ar)

Viditec



@ViditecSA



viditecavp

viditec.com





VISTA WEB A TRAVÉS DEL MÓVIL



CAMBIAR LA FORMA DE HACER MANTENIMIENTO A SU RED



Hunter usa la Tecnología de Radar para encontrar exactamente la causa y la localización del problema, ya sea CPD analógico o CPD digital. También se detectan Ingresos, Ruido de Impulso y Laser Clipping.

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

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

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

**ARCOM DIGITAL**  
www.arcomlabs.com

# EXPO COMUTV 2014: ESCENARIO DE CONSOLIDACIÓN DE CAMBIOS

DEL 7 AL 9 DE OCTUBRE EN MEDELLÍN

La Expo ComuTV tendrá en este 2014 su primera edición desde la entrada en vigencia de la nueva reglamentación que cambió el escenario para la televisión comunitaria en Colombia, sancionada a fines del año pasado por la **Autoridad Nacional de Televisión (ANTV)** generando oportunidades pero también muchos reclamos de gran parte del sector.

Pero las novedades este año no pasan sólo por el lado regulatorio, sino también por el organizativo. La realización en junio-julio del Mundial Brasil 2014, un megaevento de trascendencia internacional, obligó a concentrar todas las convenciones de la industria en América Latina para que no coincidan con el torneo de fútbol, y con un septiembre cargado de ferias, la **Cooperativa Multiactiva de Televisión Comunitaria (ComuTV)** y **SRV Eventos** decidieron dejar el mes tradicional de la feria para pasarla a octubre, entre el 7 y el 9, lo que obligó a cambiar el centro de convenciones de Medellín en el que se realiza, pasando de Plaza Mayor del centro al Aburra Sur de Itagüí.

Volviendo a la actualidad del sector, la de octubre será la primera expo convención que ComuTV realice con la nueva reglamentación vigente, y con importantes cambios en el mapa de la TV comunitaria. Las condiciones más exigentes que la resolución 0433 de la ANTV impuso, por un lado favoreció a aquellos sistemas comunitarios que ya tenían consolidadas sus operaciones, como fue el caso de **Viboral TV** liderada por **William Galindo**, pero por el otro llevó a muchos operadores a decidir dejar de ser comunitarios para pasarse a la TV por suscripción comercial.

Desde la edición 2013 de ComuTV, muchos de estos sistemas comenzaron a adoptar el modelo propuesto por licenciatarios de la nueva concesiones de TV paga entregadas por la ANTV, como **Cablemás** y **DSC**, que para **Andina Link Cartagena** en febrero pasado ya habían cerrado más de un centenar de acuerdos.

Este escenario de cambios regulatorios, como ya ocurrió con la edición anterior, lejos de perjudicar la Expo, la potencia, porque es el principal espacio de discusión para la TV comunitaria,



Sergio Restrepo, responsable de ComuTV

donde los sistemas (los más de 700 que existen en el país), pueden fijar posiciones y compartir experiencias, ya sea que hayan decidido mantenerse como comunitarios o volcarse a la TV por suscripción, estén asociados a ComuTV o no, como **Viboral TV**, que el año pasado decidió dejar de pertenecer a la Cooperativa, o **Antela La Estrella**, que siempre participa de la feria pero sin ser parte de la gremial.

Y lo mismo sucede con la expo comercial, donde los expositores ofrecen soluciones para evolucionar a todos ellos. Mientras que el año pasado, cuando todavía no estaba definida la nueva regulación, los comunitarios habían decidido pausar las compras de tecnología y señales hasta tanto se defina el nuevo escenario, para este 2014 se espera que las inversiones se intensifiquen porque 'todos necesitan actualizarse para seguir siendo competitivos'.

Por eso, más allá del cambio de sede, la expo comercial mantendrá el número de stands de las dos últimas ediciones (las más grandes desde 2008, cuando se hizo la primera ComuTV), con 80 expositores divididos en los dos pisos destinados para ellos en el Centro de Convenciones Aburra Sur.

Señales internacionales (**Fox, Televisa, DHE, HispanTV, Telesur, EWTN y Cristovisión**, más **Discovery, Turner, Viacom, ESPN & Disney** a través de distribuidores locales como **TeleVVD** y **DCS**), señales locales con presencia regional (**Global Media, Signal, Max Media, MiGente y Cinema+**, **Win Sports, Agrotendencia**), canales públicos colombianos y proveedores de tecnología (**LatinoamericanaTCA, Network Broadcast, Siditel y SBA**), entre otros, atenderán los tres días de 10 hasta pasadas las 18.

## SOLUCIÓN INTEGRAL EN TELECOMUNICACIONES

CORPORACION PERUANA DE TELECOMUNICACIONES S.R.L.

# CORPETEL.COM



DE TODO PARA CATV, VIA SATELITE & REDES HFC

- Antenas Parabólicas de fibra de Vidrio para Banda C y Banda KU (somos fabricantes) Homologadas por el MTC.



LO MEJOR EN EQUIPOS OPTICOS  
FTD NETWORKS

Transmisores Ópticos

Nodos Ópticos

Amplificadores Mini Bridgers,

Line Extender

Plataformas Ópticas

ODF 12, 24, 48 y 96 hilos

Mufa 12, 24, 48 y 96 hilos



Equipos para HEADEND

- Moduladores PCM 55 SAW
- Combinadores Pasivos PHC - 24G (Pico Macom)
- Receptores Satelitales MPG4
- POWER SUPPLY 14 Amp.



visitanos en [www.corpetel.com.pe](http://www.corpetel.com.pe)



Oficina Comercial: Av. Nicolas de Pierola 1717 Dpto. 502 Telf.: 428 3002 / 428 3971  
Tienda: Jr. Paruro 1401 Tda. 108 RPM #315274 Nextel: 817\*3978



## Queremos ser parte de su empresa.

Tenemos todo para convertirnos en el área de logística de su empresa. Su éxito es nuestro negocio. En **Aerodoc** aplicamos **ingeniería** a la logística para garantizarles a nuestros clientes un beneficio económico y una entrega rápida y segura de sus bienes de capital y de uso. Contamos con **licencias propias de importación**, lo que nos permite ofrecer un servicio puerta a puerta real. Hacemos la puesta a punto y el embalaje en **depósitos propios**, para proteger el equipamiento de nuestros clientes. Monitoreamos todo el proceso y podemos controlar tiempos de entrega y costos totales, y ofrecer un **SLA** de tiempo de tránsito garantizado.

Oficinas, depósitos y agentes propios en diferentes países de Latinoamérica -incluyendo Argentina y Brasil- nos permiten tener la **flexibilidad** para adaptarnos a los procesos de cada mercado, y **trabajar cerca** de cada uno de nuestros clientes. En **Aerodoc** podemos satisfacer sus necesidades de **distribución**, tanto a nivel operativo como cultural. Si su empresa no tiene un área de logística, podemos convertirnos en ella. Si la tiene, podemos darle todo el soporte que ésta necesite.



.. Oficina Central  
 1790 NW 82nd Ave.  
 Miami - FL 33126 USA  
 + 1 305 640 0763

.. Atención al Cliente  
 + 1 800 566 7983

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



YOUR BEST DEAL BEGINS WITH ACE!  
**913-888-5100**



Line Extenders



Trunk Amplifiers



Magnavox, Motorola & SA, 1 Gig, 870 & 750MHz



Headend, Encoders, Modulators, Receivers, Transport Systems



Converters - New & Refurbished DCX, DCH, & DCT's.



Modems - New and Refurbished Magnavox, Motorola, SMC & ADB SA EMTA, VOIP & WIRELESS

