

PERFECT VISION[®]
M A N U F A C T U R I N G



EpuVision S.A. de Argentina y Perfect Vision de EEUU, líder mundial en la fabricación y distribución de productos de alta calidad para la industria de las telecomunicaciones sellaron una alianza estratégica para la Argentina y el Cono Sur.

EpuVision S.A. es licenciataria de la marca Perfect Vision para la fabricación de cables coaxiales para la TV por cable y TV satelital; y a su vez es distribuidor exclusivo de todos los productos Perfect Vision para el territorio Argentino.

Nuestra empresa surge para satisfacer la demanda nacional de productos de alta tecnología para el mercado de la televisión, como así también poder brindar un servicio de excelencia a un mercado de alta complejidad y competencia.

Perfect Vision, nacida en los EEUU en el año 1979, posee una reconocida y excelente trayectoria en el desarrollo de tecnologías y servicios a clientes sofisticados, compuesta por profesionales que acompañan el crecimiento y desarrollo del mercado mundial.

Nuestro compromiso con Perfect Vision, clientes, proveedores, personal y la comunidad hacen de EpuVision una empresa de futuro, promoviendo la creación de valor a largo plazo y buscando la integración global en un mundo en constante progreso.



Epuvision
 Conexión superior

Diciembre 2014 | Año 19 | Nº 241

Prensario Internacional

www.prensario.net

Televisión • Broadband • New Media • Licensing

2014



PROTAGONISTAS

Raymundo Barros • Matías Bianchi Vilelli • Michael Hartman • Patricio Hernández • Carlos Martínez • Henry Martínez • Rodrigo Mazón

Alberto Pecegueiro • Emilio Rubio • Marcos Santana • Adrián Suar • Juan Carlos Urdaneta • Enrique Yamuni • Mario Zanotti

Edición Post-CAPER **CAPER 2014**

Informes: **CHILEMEDIASHOW**
 TECNOTELEVISIÓN 2014

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-1200B: TS satellite receiver
- WDT-1204: 4 channels satellite TS receiver
- WDT-1208: Multi-functional 8 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

PROTAGONISTAS DEL 2014

EN ORDEN ALFABÉTICO



RAYMUNDO BARROS | CTO, TV GLOBO

Raymundo Barros asumió la dirección de ingeniería de TV Globo tras la partida de Fernando Bittencourt, después de 44 años en la empresa. Barros continuó la estrategia de innovación de la Globo; entre los logros destacados del año, están

las primeras experiencias en transmisión 4K durante la Copa del Mundo FIFA 2014. También se están haciendo las primeras telenovelas con esta tecnología, y las primeras capturas en 8K para las novelas *A Grande Família*, *Tapas e Beijos* y *Joia Rara*.

MATÍAS BIANCHI VILLELLI | ARSAT

El lanzamiento en noviembre del primer satélite geoestacionario de telecomunicaciones Arsat-1 fue una de las principales noticias tecnológicas de Argentina en 2014. Su diseño y fabricación por parte del Invap en Argentina y la exitosa puesta en órbita permitirá la expansión y mejora

de calidad de servicios de telecomunicaciones, incluyendo la Televisión Digital Abierta (TDA). Fue un hito en el plan de telecomunicaciones del gobierno argentino, que continuará con el lanzamiento, en 2015 y 2017, de otros dos satélites, el Arsat-2 y Arsat-3.



MICHAEL HARTMAN | DIRECTV LATIN AMERICA



Bajo el liderazgo de Michael Hartman, DirecTV Latin America ha cambiado el mapa de la TV paga en la región. Tras haber estado en sus primeros años enfocada en el público de mayor poder adquisitivo, alcanzó masividad con la implementación de modalidades como el prepago; en los mercados más ma-

duros, el DTH supera actualmente al cable en participación. Con un cambio de tecnología, ha superado la piratería de cajas FTA y retomado el crecimiento en los diferentes territorios; junto a Nagra y otros operadores de la región, formó la Alianza antipiratería, persiguiendo el mismo objetivo.

PATRICIO HERNÁNDEZ | MEGA

Bajo su conducción como Director Ejecutivo desde diciembre 2013, Mega pasó al primer puesto de audiencia en Chile en 2014 y ha logrado impactar al mercado con las novelas turcas *Las Mil y Una Noches* y *Fatmagul*, —una decisión audaz desde

todos los ángulos—, la teleserie nacional *Pitucas sin Lucas* y el noticiero *Ahora Noticias*. Antes se desempeñó, a lo largo de treinta años, como periodista y productor en Canal 13 y TVN, y lideró el lanzamiento de CNN Chile.





CARLOS MARTÍNEZ | FOX INTERNATIONAL CHANNELS LATIN AMERICA

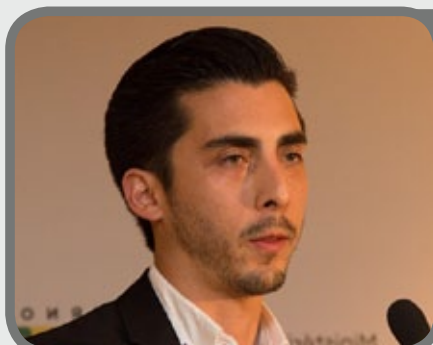
Entre los avances de Fox International Channels Latin America en 2014 están la integración de los canales premium como Fox+, el éxito de series propias como *Cumbia Ninja*, la fluida integración con el mercado latino en Estados Unidos a través de MundoFox, el desarrollo de

la plataforma OTT para múltiples pantallas, el fortalecimiento de Fox Sports en el ámbito de los eventos deportivos internacionales, y el lanzamiento de Piratería Cero, nueva y potente campaña de combate a la piratería en sus distintos frentes.

HENRY MARTÍNEZ | DISCOVERY COMMUNICATIONS

Como CEO de Discovery Communications para América Latina y el mercado latino de los Estados Unidos, Martínez ha mantenido la posición de liderazgo de la organización en materia de desarrollo de la televisión de alta definición (HDTV), la producción de contenidos originales

de alta calidad y el reposicionamiento de las señales que produce en función de los cambios en las preferencias de las audiencias en la región, así como el fortalecimiento de la presencia de la empresa en los mercados más importantes con oficinas locales y regionales.



RODRIGO MAZÓN | HULU LATINO

Mazón es Director de Contenidos y gerente general de Hulu Latino, que ha lanzado para el mercado hispano de Estados Unidos, junto a Univisión, la plataforma digital *Novelas Xpress*, con versiones abreviadas de telenovelas de gran audiencia en la TV lineal. Además,

ofrece contenidos de 70 productoras latinoamericanas, entre ellas Globo, Caracol, Venevisión, RCTV y TV Azteca, con más de un millón de usuarios únicos por mes y capitalizando el interés del numeroso público en la Unión Americana con lazos hacia América Latina.

ALBERTO PECEGUEIRO | GLOBOSAT

Bajo Pecegueiro, Globosat sigue siendo el principal programador de Latinoamérica e importante productor de contenidos multimedia, marcando el liderazgo en TV en Brasil con 33 señales —20 lineales, 3 exclusivos para HD, 9 PPV, uno internacional— y tres servicios VOD, habiendo

firmado este año un inédito convenio de coproducción con TV Globo por tres series, de la cuales la primera (*Animal*), se estrenó en agosto en GNT. Su OTT *Globosat Play* está disponible sin cargo para los suscriptores de siete de los principales sistemas de TV paga en Brasil.



EMILIO RUBIO | HBO LAG

En 2014, HBO se afianzó en el terreno de la programación premium original con realizaciones como las nuevas temporadas de *Game of Thrones* y *Veep* y la primera de *True Detective*, acompañada por realizaciones en América Latina como *Señor Ávila* en México y *El negocio* y *PSI* en Brasil, entre otras. El Latin American

Group de HBO sigue así siendo fuerte participante del movimiento de jerarquización de la TV paga como medio artístico con tantos méritos propios —y ventajas de formato— como la cinematografía. Eso, además de continuar afianzando el servicio *HBO Go* y su plataforma de TV Everywhere en la región.

MARCOS SANTANA | TELEMUNDO INTERNACIONAL



En 2014, Telemundo Internacional continuó con su estrategia de expansión, tanto en venta de programación y *scripts* en mercados internacionales, como en la realización de co-producciones con distintos países, el desarrollo de nuevos géneros y la ampliación de la cobertura

de la señal internacional de Telemundo a 19 países —con cinco más previstos para el futuro cercano— y desarrolló agresivamente las plataformas digitales, además de participar en decisiones como la conversión del canal de TV paga Mundo2 a NBC Universo.

ADRIÁN SUAR | EL TRECE/POL-KA



La productora Pol-Ka, creada por Adrián Suar, cumplió en 2014 veinte años de trayectoria y se posiciona como una de las productoras independientes más grandes de la región, con más de 450 horas anuales y un catálogo de 6.000 horas. Las ficciones de Suar combinan sin dificultades acción policial,

comedia y romance atrayendo a las audiencias tanto femenina como masculina en el mercado local y los internacionales, como ha sido el caso este año con *Guapas* y su nueva *Noche y Día*. Suar actúa además en películas cinematográficas —como *Dos+Dos*— y teatro: *Dos Pícaros Sinvergüenzas*.

JUAN CARLOS URDANETA | TURNER BROADCASTING SYSTEM LATINOAMÉRICA

Turner cumplió en 2014 veinte años de presencia en América Latina y, además de sus oficinas en Buenos Aires —centro de creatividad y producción, así como uplink de señales satelitales— ha sumado las instalaciones propias en Santiago de Chile, donde opera CNN Chile en sociedad con VTR y la emisora de

aire Chilevisión, que una vez más mantuvo la transmisión del Festival de Viña del Mar para el Grupo. En Brasil ha sido lanzado y avanza el canal Esporte Interativo, y en toda la región despliega una agresiva estrategia en Internet y redes sociales, adaptando la organización a los escenarios futuros previstos para el medio.



ENRIQUE YAMUNI | MEGACABLE



Enrique Yamuni Robles es director de la MSO de cable mexicana Megacable, de sostenido crecimiento entre las más grandes del país, siendo la mayor en términos individuales, y crecimiento destacado este año en acceso a Internet; también ofrece WiFi en amplias zonas con *hot spots* de sus filiales. Por otra parte, Me-

gacable adquirió este año las acciones de PCTV, que produce contenidos como TVCy distribuye señales satelitales locales e internacionales a centenares de cableoperadores afiliados en toda la República Mexicana, además de ofrecer servicios de producción. El potencial de ambas empresas es muy amplio.

MARIO ZANOTTI | MILLICOM



Millicom ha seguido desarrollando en 2014 una singular estrategia de penetración de TV, telefonía y datos en mercados que no parecen prioritarios para las otras telcos, como América Central, Bolivia, Paraguay y, como caso especial, Colombia, donde se ha asociado a EPN en UNE para mejor

competir con Claro. Otros tres aspectos distintivos son: la generación de canales propios, disponibles a otros operadores; la versatilidad de medios (cable, DTH según el caso), y la extensión al mercado transaccional, que incluye iniciativas de bancarización de sus usuarios

RIO 2



HOMELAND
NUEVA TEMPORADA



NOAH



BLACK SAILS
NUEVA TEMPORADA



HD+PREMIUM+PLAY FOX+

EL NUEVO PAQUETE PREMIUM DE FOX

▶ foxplay.com

FOX1
HD

FOX ACTION
HD

FOX comedy
HD

FOX MOVIES
HD

FOX family
HD

FOX CINÉMA

FOX Classics

FOXplay+

Producto sujeto a disponibilidad técnica y programática. Consultar costos y requisitos de contratación con la oficina de Televisión de pago. Fidelidad exclusiva para México. HOMELAND © 2012 Twentieth Century Fox Film Corporation. All rights reserved. RIO 2 © 2012 Twentieth Century Fox Film Corporation. All rights reserved. Black Sails © 2015 Starz Entertainment, LLC. Arwork © Starz Entertainment, LLC. Robocop © 2014 Metro-Goldwyn-Mayer Pictures Inc. and Columbia Pictures Industries, Inc. All rights reserved.



VENEZUELA: ANDA ELIGIÓ A LEO BURNETT COMO AGENCIA DEL AÑO 2014

Leo Burnett fue elegida Agencia del Año en la 56ª entrega de los Premios ANDA, otorgados por Asociación Nacional de Anunciantes de Venezuela, que se realizó el 14 de octubre en el centro cultural B.O.D de La Castellana, en Caracas. El evento contó con la conducción del periodista Nelson Bocaranda y la animadora de televisión Mariela Celis quienes entregaron 243 reconocimientos y rindieron homenaje a César Miguel Rondón por sus 25 años de vida profesional.

Con 128 puntos acumulados, 12 estatuillas de oro, cinco de plata y cinco de bronce, la agencia Leo Burnett se posicionó como la agencia del año. El premio al anunciante del año fue asignado a Nestlé Venezuela, que cosechó con 76 puntos, cinco premios de oro, dos de plata y nueve de bronce.

La productora del año, categoría agregada este año por primera vez, fue Whiskey Films, tras lograr con 60 puntos, tres galardones de oro, cuatro de plata y cinco de bronce.

Por segundo año consecutivo, la categoría Gran Prix quedó desierta por decisión del ju-

rado presidido por Roberto "Boby" Coimbra, quien resaltó que ninguna producción estaba acompañada de 'una idea maravillosa'.

El premio otorgado por el consumidor quedó en manos de la agencia JMC Y&R con 98,7% de impacto emocional en los televidentes, determinado por Neurobiomarketing, por el comercial de Telefónica producto Movistar en la versión "Salutación".

El sistema científico "Neurobiomarketing", manejado por la empresa investigadora Estime, fue la innovación de este año. Este método registra las percepciones, emociones y otros valores ponderativos de 50 personas (audiencia seleccionada) que les genera la exposición de los comerciales de TV calificados con Oro.

LOS NOMINADOS

El shortlist de nominados para la entrega de premios estuvo integrado por Publicis Venezuela que tuvo 28 nominaciones. Leo Burnett tuvo 27 candidaturas, seguida por ARS DDB (18), 141 Coimbra (15) y Zea BBDO con 15 piezas nominadas. Los anunciantes que se



El equipo de Leo Burnett recibió el premio a la Agencia del Año

alzaron con más nominaciones fueron: Coca-Cola (22), Nestlé Venezuela (20), Zoom (13), Banesco (13) y Alfonso Rivas & CIA (12).

En el escalón correspondiente a las productoras, la lista está encabezada por Whisky Films con 16 menciones; en el segundo lugar, Tres Cinematografía (14), seguido de El Living (12), Soda Producciones (8) y 20 Segundos Producciones (7).

Este año participaron 331 piezas seleccionadas dentro de 56 categorías, escogidas por un grupo evaluador, conformado por aproximadamente 70 jurados postulado por Fevap, el Círculo de Creativos, Alianza Social de Venamcham, Cavecom-e, la Cámara de Agencias Digitales, además de los elegidos por agencias de publicidad no federadas y de profesionales expertos en ciertas competencias, provenientes de empresas afiliadas a ANDA.

SUN CHANNEL REALIZÓ SU UPFRONT 2015 EN VENEZUELA

BAJO EL CONCEPTO TOURISTAINMENT

Sun Channel, señal de TV paga dedicada al turismo, realizó en Venezuela la preventa publicitaria para presentar las novedades de su programación 2015, mediante un upfront al que denominó Touristainment.

Se trata del concepto que expresa la combinación perfecta entre Turismo y Entretenimiento que ofrece programación de Sun Channel en más de 20 países de la región, explicó Julio Osío, Prensario Internacional

gerente de Ventas del canal.

Durante el upfront, le preguntaron a las agencias y anunciantes invitados cuál es para ellos su combinación perfecta, para luego presentarles 'la combinación perfecta que trae Sun Channel para el 2015 bajo un nuevo concepto que demuestra que las fusiones exitosas son las que hacen crecer'.

Se adelantaron las producciones originales y los nuevos contenidos que podrán ser vistos el próximo año, entre los que se destacan los estrenos de Beach Guide, Sun



La agrupación Luzia, junto a las presentadoras de Sun Channel, brindó un show en el Upfront del canal

News, En Boga, Latin American Foodie y las características Sun Babes. Desde programas extremos, fiestas y vida nocturna, hasta divertidos viajes con mascotas.

Para cerrar la noche, Sun Channel presentó las actuaciones en vivo de la agrupación musical Luzia, que dio su show acompañado de las hosts Norma Isaba (Beach Guide), Andreina Veliz (In Site Latino y próximamente Nocturno), Ivanna Vale (Sun News), y Bibiana Vargas, (En Boga).

BROOKLYN 9-9 TEMPORADA 2

THE MILLERS TEMPORADA 2

THE MINDY PROJECT TEMPORADA 3

ANGIE TRIBECA NUEVA SERIE

CADA DÍA HACEMOS REÍR
A MÁS DE 43 MILLONES DE SUSCRIPTORES.

100%
HUMOR



TBS VERY FUNNY - TM & © 2013 SUPERSTATION, INC. UNA COMPAÑÍA TIME WARNER. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. * FUENTE: TBSIA SUBSCRIBER REPORTS AGOSTO 2014. BROOKLYN 9-9: 34/27/12, 8PM | THE MILLERS: 14/31/12, 8PM | THE MINDY PROJECT: 21/31/12, 8PM | ANGIE TRIBECA: 18/17/12, 8PM.

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

COLOMBIA / VENEZUELA / CHILE / BOLIVIA / PERÚ / ECUADOR

ARGENTINA / URUGUAY / PARAGUAY

BRASIL

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

Gustavo.Minaker@turner.com
Tel: (56-2) 367-2200

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

Anthony.Doyle@turner.com
Tel: (55-11) 5501-6791

FOX PRESENTÓ SUS NOVEDADES EN AMÉRICA LATINA PARA 2015

Fox International Channels (FIC) Latin America presentó en Cancún las novedades de contenidos y formatos de sus 37 señales en la región. Fox, NatGeo, FX, Fox Life, Fox Sports, Fox+ y la plataforma no lineal Fox Play, entre otras, exhibieron sus novedades en programación multiplataforma.

El evento contó con la presencia especial de Tim Shaw, ingeniero inglés presentador del programa *No Tan obvio* (Nat Geo) y el ilusionista canadiense Eric Leclerc de *Juegos Mentales* (Nat Geo), quienes realizaron una serie de demostraciones en vivo para los participantes y demostraron la combinación entre inteligencia y diversión que caracteriza a National Geographic Channel. Otras personalidades presentes fueron Marion Reimers (Central Fox) y Jean

Duverger (Fox para Todos, Fox Sports).

Tras presentar un balance del 2014, año en que sobresalieron series como la quinta temporada de *The Walking Dead* y *Lucky Ladies*, el Grupo presentó las novedades para 2015 entre las que se cuentan la ya confirmada tercera temporada de *Cumbia Ninja* y la nueva producción original *Escuela para Maridos* para Fox Life que contará con la sexóloga portorriqueña Alessandra Rampolla y el periodista argentino Alejandro Fantino.

También se anunciaron las nuevas temporadas de series internacionales consagradas como *The Walking Dead*, *The Strain*, *Black Sails* y *Homeland* entre otras, y eventos deportivos como la Fórmula 1, la Fórmula E, la WWE, la incorporación de la Bundesliga (Liga alemana



Lorenzo Orozco, SVP & Country Manager de México

de fútbol) y la transmisión exclusiva de todos los partidos de local del club León y Pachuca. 'Estamos felices por la asistencia y gran respuesta recibida por parte de nuestros clientes en México. En un entorno tan exigente y competitivo como el de la publicidad en Televisión y Digital, es gratificante que la calidad y apuesta de FIC Latin America sean reconocidas y bienvenidas ya que nuestra meta ha sido y es satisfacer las necesidades de afiliados, anunciantes y fanáticos siempre', remarcó Lorenzo Orozco, SVP & Gerente General de FIC México.

POR EMIRA SANABRIA, DESDE MIAMI

TNT Y HTV TRANSMITEN EL FESTIVAL DE VIÑA 2015 PARA LATINOAMÉRICA

Turner anunció que sus señales HTV y TNT transmitirán para toda Latinoamérica la edición 2015 del Festival de Viña del Mar, el evento de la música más importante de Chile, que este año se realizará del 22 al 27 de febrero, y que el público local podrá ver también por Chilevisión.

En noviembre, los conductores Rafael Aranedo y Carolina de Morás presentaron en Miami las novedades del Festival de la Canción para este año, con un evento que tuvo la presencia de la alcaldesa de Viña, Virginia Reginato, y el alcalde de Miami, Tomás Regalado.

Se anunciaron los shows de artistas internacionales como Luis Fonsi, Marc Antony, Alejandro Fernández, Romeo Santos, Yandel y Emmanuel, quienes se presentarán ante el público de la Quinta Vergara, junto a 12 nuevos talentos de la música que competirán en las tradicionales categorías de música folklórica e Internacional. El show será transmitido en vivo por Chilevisión para el público chileno, y en TV paga podrá verse

a través de las cadenas HTV y TNT para toda la región. Con resúmenes diarios cada noche, Viña continuará con su tradición y legado. 'No hay otro festival como el de Viña del Mar en el mundo. Son seis noches de música y emoción que reúne a 90.000 espectadores y es visto por más de 100 millones de personas en el mundo entero', expresó la Alcaldesa Reginato.

Por su parte, Carolina de Morás comentó que ésta será su segunda participación como animadora en este show que 'tiene 56 años de historia a lo largo de los cuales se han presentado más de 600 artistas'. Para Rafael Aranedo, el festival es 'orgullosamente masivo y popular y ha crecido en el tiempo gracias al impulso de la radio y la televisión, por lo que cuenta con grandes y reconocidos artistas que participan bajo este concepto'.

Al finalizar la presentación, el Alcalde de Miami, Tomás Regalado, entregó las llaves de la ciudad a la alcaldesa de Viña del Mar, y ambos invitaron al público de toda Latinoamérica y Miami en particular a disfrutar del festival el próximo mes de febrero.



Carolina de Morás, Virginia Reginato, Rafael Aranedo y Tomás Regalado



Carolina de Morás, Virginia Reginato, Alcaldesa de Viña del Mar y Rafael Aranedo



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

PARA FANS QUE SON FANS ESTÉN DONDE ESTÉN

E NOW

E ONLINELATINO

E ENTERTAINMENT TELEVISION

E HD

E ON DEMAND

ESTILO DE VIDA



cultura pop



moda



humor

alfombra roja



MÚSICA



DISCOVERY: AÑO DE CRECIMIENTO EN AUDIENCIA Y DISTRIBUCIÓN

Henry Martínez, EVP and Managing Director Latin America/U.S. Hispanic en Discovery Communications, destacó el buen año para las señales del grupo, que mostraron un gran crecimiento en audiencia en el tercer trimestre del año. 'Sin duda, estos resultados son gracias al esfuerzo de Carolina Lightcap, Head of Content para DLA/USH, y su equipo y reafirman la validez de nuestra estrategia

de contenidos'.

'También es importante mencionar que Discovery Channel, Animal Planet e Investigation Discovery fueron las únicas señales factuales de TV Paga en América Latina en mostrar crecimiento en ratings respecto al año anterior, a nivel pan-regional en el tercer trimestre del 2014 entre



Henry Martínez

adultos de 25-54 años', completó.

'Los mencionados éxitos de audiencia son un motivo más de celebración justo en el año en que nuestra empresa conmemora su vigésimo aniversario en la región. A lo largo de este tiempo he vivido momentos muy memorables como el aumento del equipo en Miami; el lanzamiento de varios canales, así como el establecimiento de sociedades exitosas y la apertura de oficinas en Latinoamérica, iniciando con nuestra primera sucursal en Puerto Madero, Buenos Aires y eventualmente en Brasil, México, y hace dos años en Colombia. Este año además expandimos nuestra oficina en Buenos Aires. Y también ha sido maravilloso poder visitar a nuestros colegas en Brasil, Argentina, México y Colombia para celebrar nuestros 20 años de forma conjunta', completó.

DISCOVERY NETWORKS REALIZÓ SU UPFRONT EN BUENOS AIRES

Con un evento para la prensa y los anunciantes, Discovery Networks realizó el Alvear Palace Hotel de Buenos Aires, su upfront 2014, donde también compartió el crecimiento de todas las señales.

Con la conducción del periodista Juan Pablo Varsky, la empresa adelantó los principales estrenos de contenidos para los próximos meses, destacando la segunda temporada de *Desafío Fashionista Latinoamérica* en Discovery Home & Health, un reality donde mujeres de diferentes países de la región compiten en busca del mejor look para diferentes ocasiones sociales. El programa, que se emite desde el miércoles 12 de noviembre en toda la región, tiene la participación de la modelo argentina Carolina "Pampita" Ardohain, quien compartió una charla para la prensa con la jefa de contenidos y gerente general de Discovery para el Cono Sur, Carolina Lightcap.

'Las iniciativas de producciones originales son muy importantes para nuestro portafolio de canales y, esta vez traemos *Desafío Fashionista Latinoamérica* en su segunda temporada, que se filmó en México y "Pampita" representó a Argentina como una de las juezas permanentes del programa. Cada episodio tiene participantes de diferentes países, incluyendo una argentina. La primera temporada funcionó muy bien en rating y estamos con mucha expectativa para esta parte', dijo Lightcap.

Además de los nuevos shows y temporadas de las series de Turbo, Animal Planet, ID y TLC, se destacó Discovery Kids con la versión regional de Hi5, el programa infantil integrado por cinco jóvenes que cantan y bailan y que en esta



El equipo de ventas publicitarias de Discovery Networks Latin America/US Hispanic, liderado por Nicolás Mc Cormack en el upfront

oportunidad, sus protagonistas serán de México, Colombia, Argentina y Brasil. El grupo estuvo en el upfront de la mano del personaje insignia del canal, "Doki". También sobresalió Discovery Channel con el programa *Por Arte de Magia*, protagonizado por el ilusionista argentino Juan Pablo "Jota" Cecchi, quien hizo un show de magia para los presentes.

Nicolás Mc Cormack, responsable del área de ventas publicitarias de Discovery --antes Gran TV, ahora integrado como un segmento inhouse--, expresó: 'Hace un año, en este mismo lugar, yo les contaba que estábamos viviendo una etapa de crecimiento en la Argentina. Hoy, esa etapa es una realidad, crecimos y crecimos mucho. Esto se ve reflejado en los niveles de audiencia de nuestros canales que son espectaculares, también en la mente de nuestros televidentes que recuerdan la programación y los horarios'.

Lightcap concluyó: 'Estamos celebrando los 20 años y tenemos el lema "BeOne" (somos uno), ya que hemos integrado a todo el grupo de ventas a nuestra estructura y formamos un gran equipo'.

LÍDER EN LA TV PAGA



A&E NETWORKS | LATIN AMERICA
A Joint Venture with Ole Communications

ESPN FORTALECE SU PORTAFOLIO MULTIPANTALLA EN 2015

UPFRONT 2015 EN BUENOS AIRES

ESPN presentó, en una nueva edición de su tradicional UpFront en el Alvear Palace de Buenos Aires, su propuesta de programación y oportunidades publicitarias para 2015 a afiliados, anunciantes, agencias de publicidad y de medios.

Luego de destacar que en este 2014 la cadena está festejando los 25 años de presencia en América Latina, **Guillermo Tabanera**, VP Senior y gerente general de **ESPN Media Networks Latin America**, resaltó que 'este fue un año excepcional para ESPN, porque superamos todas las metas y todas las métricas en todos los aspectos, y esto fue gracias al



Guillermo Tabanera (tercero) con Roberto Nóbile, subgerente general, Antonio Álvarez, gerente de programación, y Fernando Cravero, gerente de operaciones, de Cablevisión Argentina

apoyo de nuestros anunciantes y operadores afiliados'.

Y explicó que desde 1989, 'nuestra esencia, que nunca cambió, es producir contenidos deportivos, y nuestra misión es muy simple y elemental: entretener a través del deporte'. Lo que si cambió, señaló el ejecutivo, es el modo de consumir contenidos a partir de las nuevas tecnologías.

'En el futuro, el consumo de televisión y contenidos va a ser muy diferente, porque los desarrollos tecnológicos de nuevas ventanas ya comenzaron a cambiar la realidad del día a día de todos nosotros, a partir de la personalización de múltiples dispositivos conectados para consumir únicamente lo que nos interesa'.

En este marco, 'ESPN está en un momento único para ampliar y amplificar nuestro

alcance. La industria tiene un dinamismo apasionante, y esto nos obliga todos los años a invertir más, a hacer más, y a ofrecerles más', partiendo de la base de que 'el género deportivo está mejor posicionado que otros géneros para enfrentar estos nuevos desafíos y ESPN, como parte de la **Walt Disney Company**, estamos en la mejor posición para aprovechar esta ventaja'.

Luego de afirmar que 'el deporte en vivo nos agrega un valor único y diferencial que amplifica y es útil para las múltiples plataformas que existen y que existirán en el futuro', adelantó que 'para 2015 ya estamos preparados, con un portafolio de derechos muy amplio y variado, ofreciendo todo nuestro contenido en la máxima calidad posible'.

Es que entre las novedades que ofrecerá ESPN para el año próximo, Ta-boa-da señaló que 'todos nuestros canales van a estar disponibles en HD, y que en las plataformas online, todos los canales lineales y sus contenidos van a estar 100% autenticado, por lo que los suscriptores de TV paga van a poder seguir sus eventos preferidos en cualquier dis-

positivo en vivo o en el momento que lo deseen'.

En relación a **ESPN Play**, la aplicación online de la cadena que tiene más de 8.000 eventos en vivo por año y una amplia biblioteca de contenidos on demand, incorporará a partir del año que viene todos los canales lineales, ya que a **ESPN 3** se sumarán las señales **ESPN** y **ESPN +**, las tres en calidad HD, anunció **Federico Reyna**, responsable de Digital.

En cuanto a las ventas publicitarias, **Pablo Garau**, director de AdSales para Argentina, dijo a **Prensario** que 'este año, gracias a todos los eventos en vivo destacados que tuvimos y los éxitos de las producciones originales



Guillermo Tabanera y Quique Wolff

como *Pura Química* y *#Redes*, lo estamos terminando muy bien. Para el 2015, más allá de que estos éxitos continúan, lo mismo que las transmisiones de fútbol, tenis, golf, y todos los deportes, nuestro evento sobresaliente es el Mundial de Rugby'.

La idea de la cadena de cara a 2015 es 'seguir apostando a la fuerza de nuestras múltiples plataformas. Hoy en día ESPN Play tiene cada vez más consumidores conectados, y para el año que viene la cantidad de transmisiones en vivo, sumado a la presencia de todos los canales lineales en HD disponibles, será la punta de lanza de nuestro crecimiento'.

El ejecutivo afirmó que seguirán 'afianzando la estrategia de integración de marca en nuestros productos multiplataforma, que incluyen la presencia en redes sociales, donde somos punteros. Esto es fundamental porque las marcas hoy en día no comprar sólo spots televisivos cuando definen sus mix de medios, sino una integración trasversal en todas las plataformas posibles'.

Y concluyó: 'tenemos todo lo que el cliente necesita para lograr la efectividad publicitaria'.

El equipo de AdSales de ESPN escucha las necesidades de cada anunciante y en base a eso armamos una pauta genérica que puede tener presencia en todas las ventanas'.



ESPN Redes

MÁS EMOCIONANTE
 INNOVADOR DIFERENTE
 HISTORIAS ORIGINALES
 DIFERENTE
 INESPERADO CREATIVO



mucho más

MÁS CREATIVO INNOVADOR
 DIFERENTE HISTORIAS
 ORIGINALES
 CREATIVO MÁS INESPERADO
 MÁS EMOCIONANTE
 MÁS DIFERENTE

www.amctv.la

f AMCTVLatam

@amctv_la

GUSTAVO LÓPEZ
 VP, Head of Distribution
 Gustavo.Lopez@AMCNETWORKS.COM
 Tel: +1.305.648.5229 Cel: +1.305.615.0122

NHK WORLD ESTRENA SERIES SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO

NHK World anunció una programación especial para diciembre, que transmitirá en simultáneo con la conferencia internacional sobre el combate del calentamiento global COP20, que se realiza este mes en Perú.

La primera serie, *Abnormal Weather Hits the World*, se emite el sábado 6 y domingo 7

de diciembre en dos partes. Luego, desde el lunes 8 al viernes 12, estrena *Tackling Climate Change*, una serie de cinco partes donde habla de los fenómenos climáticos anormales que han estado azotando al planeta últimamente. Por último, el sábado 6 de diciembre, NHK World emite *Tibet's Mt. Kailash Pilgrimage*.

NHK WORLD



Abnormal Weather Hits the World y Tibet's Mt. Kailash Pilgrimage

ALTERNA' TV SUMA A ROBERTO PÉREZ EN DISTRIBUCIÓN

Alterna' TV anunció el nombramiento de **Roberto Pérez** como director general de mercadotecnia y distribución para Estados Unidos, Canadá y México.

El anuncio fue hecho por el nuevo CEO de la compañía, **Aymeric Genty**, quien continúa formando su equipo de ejecutivos de medios con el objetivo de incrementar y expandir la presencia de los canales asociados con Alterna' TV a nivel mundial, haciendo especial énfasis en los mercados de Norte y Sudamérica.

Pérez cuenta con casi diez años de experiencia en mercadotecnia y distribución trabajando en las empresas satelitales

y de cable más grandes en Estados Unidos, habiendo trabajado para DirecTV, Comcast y Cox Communications.

'Roberto se une al equipo de Alterna' TV y será de gran ayuda en el crecimiento de los servicios de nuestros canales asociados en Estados Unidos, Canadá y México. Su experiencia con dos de las mejores empresas de televisión por cable será de gran beneficio en el posicionamiento de nuestros canales y en la mejora del desempeño de los mismos una vez que aseguremos su retransmisión', dijo Genty.

ALTERNA' TV



Roberto Pérez



TV Agro
Te acerca al campo

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



INNOVADOR

CREATIVO

PROVOCADOR

PELÍCULAS

SERIES

FESTIVALES

GUSTAVO LÓPEZ
VP, Head of Distribution
E: Gustavo.Lopez@AMCNETWORKS.COM
Tel: +1.305.648.5229 Cel: +1.305.615.0122

www.sundancechannel.la
f t SundanceLA

sundance
CHANNEL.

AMC NETWORKS INCREMENTA DISTRIBUCIÓN EN MÉXICO

ACUERDO CON PCTV

AMC Networks anunció un acuerdo con PCTV para el lanzamiento de **Sundance Channel** y **AMC** en cientos de sistemas de cable de México.

Como parte de los nuevos acuerdos con PCTV, cuya gestión estuvo a cargo de **Gustavo López**, VP de distribución de **AMC Networks**, las señales **AMC**—denominada así tras el rebranding de **MGM Channel**— y **Sundance Channel** se lanzan como canales lineales 24 horas con servicio de VOD. Este convenio incluye **Megacable** en Guadalajara y **Telecable**, perteneciente al **Grupo Hevi**.

Los canales lineales y los servicios VOD para AMC y **Sundance Channel** también se lanzarán en todas las plataformas de televisión paga pertenecientes a **Televisa Telecom**. Estas incluyen la plataforma **DTH Sky México**, el cableoperador

más grande del país, y los sistemas de cable **Cablevisión**, **Cablemás**, **Cablevisión Monterrey** e **Izzy**. Otro acuerdo ha sido concretado también con IPTV, proveedor de **Total Play** en México DF para lanzar ambas marcas.

Eduardo Zulueta, director general de AMC Networks International Latin America & Iberia, expresó: 'Estos nuevos acuerdos con las plataformas de televisión paga más grande del país respaldan la creciente demanda de AMC, Sundance Channel y el gourmet en la región. Acabamos de duplicar la distribución de nuestras señales en México y tenemos ambiciosos planes de crecimiento para el resto de América Latina. Tenemos un fuerte compromiso con la región, fortalecido con el mejoramiento en nuestra oferta



Eduardo Zulueta, managing director, y **Elana Mandelup**, VP comunicaciones corporativas de AMC Networks

de señales globalmente reconocidas y relevantes a nivel local'.

TV EVERYWHERE

Sobre el desarrollo de contenidos para múltiples plataformas, el ejecutivo explicó: 'Vemos como una oportunidad todas las iniciativas de TV Everywhere u OTT que puedan desarrollar nuestros socios de afiliados. Nuestra visión es que la tecnología permite generar nuevos hábitos de consumo, que generan a su vez nuevas posibilidades de negocio. Vamos a poner a disposición el máximo número de contenidos posible para su explotación en TVE. Queremos que el abonado pueda ver lo que quiere, cuándo y cómo quiere', remarcó Zulueta.

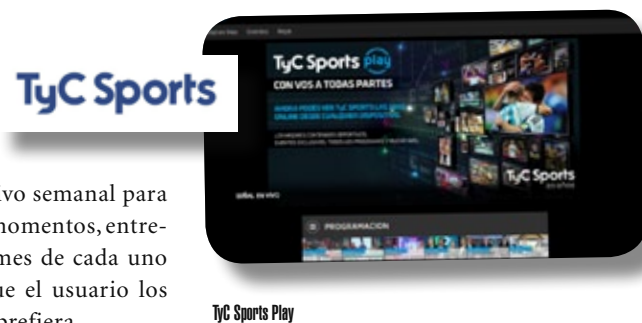
TYC SPORTS LANZÓ PLATAFORMA DE TV EVERYWHERE

TyC Sports lanzó su propia plataforma de TV Everywhere, **TyC Sports Play**, que permite el acceso a la programación completa de la señal deportiva de Argentina y eventos en vivo y en VOD.

Desde el viernes 28 de noviembre, los abonados de cualquier sistema de TV paga del país que tengan la señal en sus grillas pueden acceder en www.TyCSportsPlay.com y ver la programación completa de **TyC**

Sports, eventos exclusivos en vivo y videos del mundo del deporte "a la carta" desde cualquier dispositivo conectado.

Además, ofrece un archivo semanal para poder revivir los mejores momentos, entrevistas, compactos e informes de cada uno de los programas para que el usuario los disfrute cuando mejor lo prefiera.



UNIVERSAL ESTRENA THE LIBRARIANS EN AMÉRICA LATINA

Universal Channel estrenó el 8 de diciembre la serie dramática **The Librarians** en América Latina (y más de 100 países alrededor del mundo), tan sólo 24 horas después de su presentación en los Estados Unidos.

Producida por **Electric Entertainment**, la serie tiene como protagonistas a **Noah Wyle**, quien interpreta nuevamente su papel de Flynn Carsen de la trilogía cinematográfica **The Librarians**, y a **Rebecca Romijn**.

Romijn, acompañada por **Christian**

Kane, **Lindy Booth** y **John Kim** serán los protectores de los místicos tesoros del mundo, junto a **John Larroquette**, ganador de un premio Emmy, quien interpretará al reacio cuidador.

Bob Newhart y **Jane Curtin**, ganadores de premios Emmy, volverán a interpretar sus personajes de la trilogía cinematográfica en el inicio de la serie. **Matt Frewer** también interpretará un papel recurrente en la serie.

La serie, compuesta por 10 episodios, gira en torno a una antigua organización oculta debajo



The Librarians

de la Biblioteca Pública de Nueva York, la cual se dedica a proteger de la realidad mágica y secreta que rodea a un mundo que desconoce su existencia.

AZTECA ESTRENA PORTAFOLIO DE CANALES PARA TELEVISIÓN DE PAGA

AZ TV DE PAGA, LA UNIDAD DE NEGOCIO PARA SU DESARROLLO

La nueva unidad de negocio de Azteca enfocada al diseño y distribución de señales y contenidos para plataformas de paga sigue su proceso de consolidación. Una vez presentado a la industria el portafolio internacional de canales en la última Expo Tepal de Panamá, el 15 de septiembre se subieron al aire las señales renovadas, a la par que se estrenaban nuevos másters de transmisión y decodificadores para que los clientes las dispusieran en calidad HD.

Más calidad en contenidos y en tecnología han sido las prioridades marcadas de una unidad de negocio que busca en 2015 superar las expectativas de los diferentes targets de audiencia, ampliar su base de suscriptores, incursionar en nuevos territorios y ofrecer nuevas posibilidades publicitarias a sus clientes.

"Azteca es una gran productora de contenidos y estamos disfrutando los retos que plantea un mercado en constante evolución -explica **Fidela Navarro**, Directora de **AZ TV de Paga**- Todas las señales estrenan identidad, paquete gráfico, campaña y contenidos originales. Mostraremos lo mejor de Azteca y más de 1,800 horas de producción exclusiva para estos canales. **AZ Mundo** está enfocado a cubrir las expectativas de entretenimiento de cada miembro de la familia latina, **AZ Corazón** está dirigido al mercado femenino que gusta de las telenovelas y **AZ Clic** conecta con un público joven que disfruta de los espectáculos, el estilo de vida y la música. En 2015 lanzaremos **AZ Cinema**, un canal de cine mexicano, y un reforzado **AZ Noticias** en México".

En 2015 el objetivo es aumentar la distribución de los canales en países emergentes e incursionar en nuevos territorios como el estadounidense. "Tenemos claro, además, que nuestros socios quieren nuevos esquemas de negocio que sumen opciones para sus clientes, y por eso ofreceremos una selección de contenidos disponibles para VOD".

El portafolio completo de señales contempla la inserción de publicidad tradicional vía spoteo diferenciado por regiones, y por primera vez la opción de patrocinios completos de cada uno de los programas producidos en exclusiva para cada canal. Nuevos contenidos y estrategias de programación que refuerzan su promoción también en el mundo digital. El portal de AZTV de Paga ofrece toda la información que necesitan las audiencias y los clientes, y las redes sociales se han activado y organizado para desarrollar la interactividad entre contenidos y audiencia



azcorazón
LA VIDA QUE SUEÑAS

azclic!
CONECTA TU VIDA

azmundo
ES MÍO

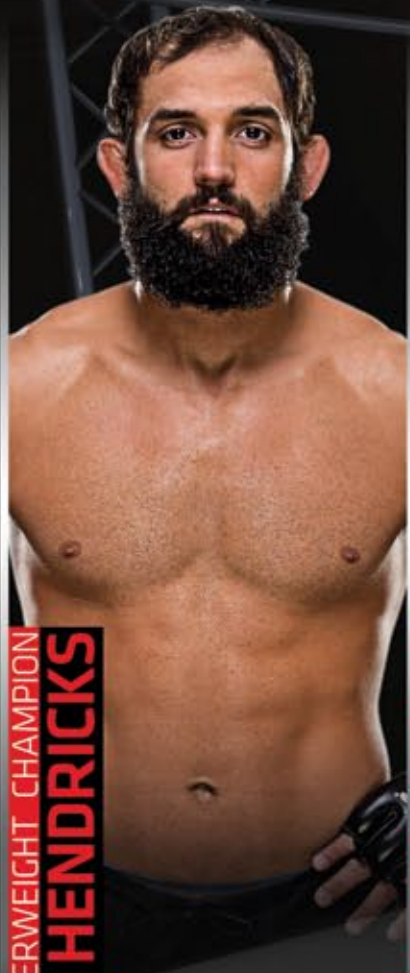
"Cerramos el año con la promoción de las señales y de los programas en una estrategia de *cross promotion* con la parte digital, y al mismo tiempo buscamos la sinergia con las plataformas que nos transmiten para promocionar los canales en sus centros de pago o atención al cliente y hacer campañas BTL en ciudades estratégicas para llegar al consumidor final", explica Jorge Gutiérrez, Gerente de Mercadotecnia de TV de Paga.

COMAREX es la distribuidora encargada de comercializar las señales en el mercado internacional, a cargo de **Marcel Vinay Melgar**

UFC NETWORK

SIENTE EL IMPACTO

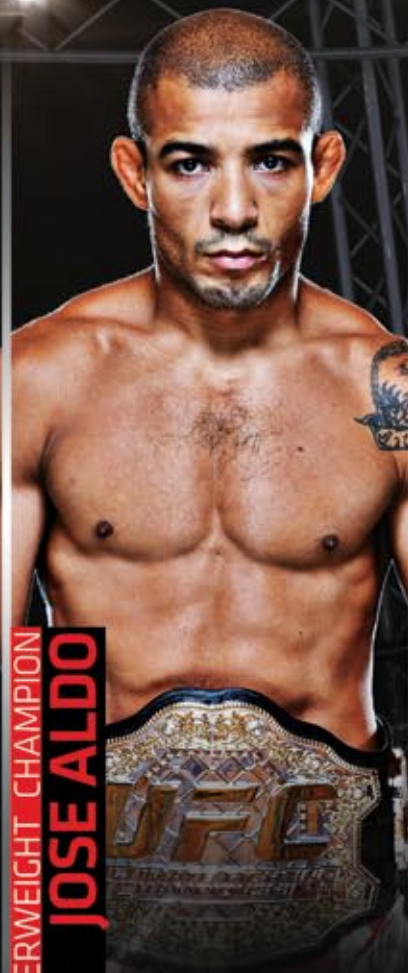
**24 HORAS
365 DÍAS
EN VIVO Y
EN EXCLUSIVA**



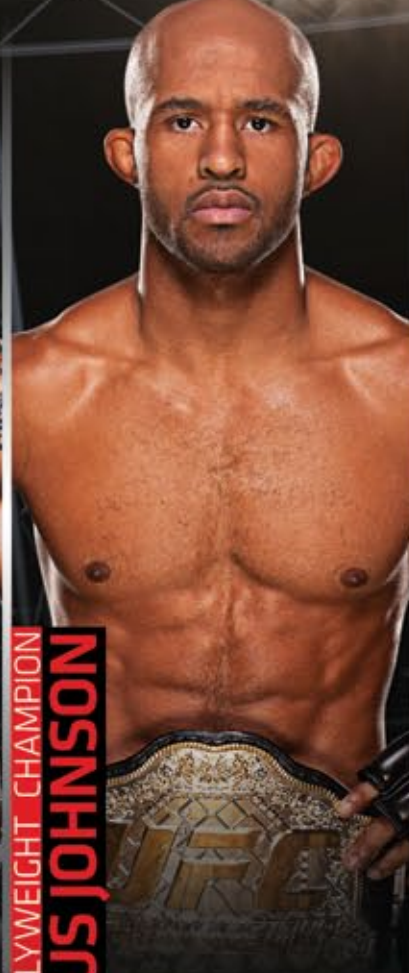
WELTERWEIGHT CHAMPION
JOHNNY HENDRICKS



BANTAMWEIGHT CHAMPION
T.J. DILLASHAW



FEATHERWEIGHT CHAMPION
JOSE ALDO



FLYWEIGHT CHAMPION
DEMETRIUS JOHNSON



LIGHT HEAVYWEIGHT CHAMPION
JON JONES



MIDDLEWEIGHT CHAMPION
CHRIS WEIDMAN



HEAVYWEIGHT CHAMPION
CAIN VELASQUEZ



WOMEN'S BANTAMWEIGHT CHAMPION
RONDA ROUSEY

**EL CANAL DEL DEPORTE
CON MAYOR CRECIMIENTO
EN EL MUNDO**

TELEVISANETWORKS.TV

Oficinas/Headquarters: FERNANDO MUÑIZ / Av. Vasco de Quiroga #2000 Edificio "C" 3er. Piso, Col. Santa Fe,
C. P. 01210 Del. Álvaro Obregón México, D. F. / fmunizb@televisa.com.mx / (52) (55) 5261 3215 y 04

CAPER 2014, REFERENTE EN EL CONO SUR

CAPER 2014
broadcast • cable • cine • satélite • iluminación • audio

Desde el punto de vista comercial, 2014 ha sido un año atípico para el mercado Broadcast. La macro economía y la política argentina vienen golpeando hace tiempo los negocios de los proveedores de tecnología en este país.

Mientras que el resto de la región muestra una economía saludable y en crecimiento, la Argentina se encuentra en un proceso de recesión con inflación que no ayuda a los negocios.

Si a esto le sumamos el clima político, con el arco opositor mirando a las futuras elecciones presidenciales, y con proyectos de ley que pretenden cambiar las relaciones de poder en los medios de comunicación; el número de visitantes y de negocios que generó Caper no parece reflejar del todo esa realidad.

El número de registros finales mostró 5573 visitantes y 1198 asistentes a workshops, pero por las consultas realizadas por nuestra edito-



Daniel Borovsky, gerente de operaciones y técnica de América TV, Diego Hernán Poggetti, gerente de sistemas, y Ricardo Deza, sub-gerente de compras

rial las posibilidades de negocios a futuro es muy incierta. En general fueron positivos los comentarios de los expositores tradicionales consultados por Prensario. Caper, en esta edición mostró más metros cuadrados sumando nuevos. Se destacó el público Broadcast, también el de estudiantes y hubo mucho más público general, para el cual algunos expositores tienen productos específicos, pero lo cierto es que, hoy por hoy, se están haciendo poco negocios en la industria.

Por un lado el gobierno ha desacelerado el despliegue de la TDA, hay algunos shelters terminados que no tienen aun un destino final y también se ha roto, en algunos casos la cadena de pagos. El tema de las DJAI del que sufren todos los integradores también afecta el desarrollo de nuevas instalaciones. En este contexto era difícil pensar una exposición con miles de visitantes, pero gracias a la organización de los seminarios académicos y de los workshops, la exposición no perdió la importancia de otros

años, sobre todo en el mercado internacional, con la presencia de clientes de países limítrofes.

Francisco de Marco, de FDM Broadcast dijo que el balance fue muy positivo con interés de clientes por proyectos para cotizar en toda la gama de productos. Fue su primer Caper tras la unión de Grass Valley-Miranda. Está sumando dos ingenieros, uno de soporte de IT y otro de post venta, y destacó una gran venta de 20 servidores T2 de Grass Valley a América, que es una de las más grandes de este tipo de productos realizada en Latinoamérica e incluso el mundo.

Alejandro Russo, de Technology Group destacó el público broadcast de la expo, que vino mucho de interior y de países como Bolivia y Chile. Ellos siguen fortaleciendo **Vislink** con su nueva adquisición **Pebble Beach** con sistemas de **Play Out**, y tras la ida de **Digital Rapids** tomaron a **Root 6** para transcodificado de archivos off line que creció como proveedor de Avid y lo tiene para desarrollarlo **Gerardo Staffa**. Sigue fuerte a nivel Cono Sur como siempre **Egatel**.

Jorge Moya, de OM Systems, junto a **Juan Carlos Madeo, de IplusB**, destacaron el nuevo año de cooperación y stand conjunto en Caper, lo que lleva 4 años. En particular de OM destacó la apuesta con **Ross** y de **Harmonic**, que tuvo a su staff regional y mostró una gran promoción de sus productos.

Julio Fava, de Digital Center destacó mucho el éxito de haber tomado la parte Pro-video de **Canon** desde hace 2 años, tras mucho tiempo de haber estado enfocado sólo al broadcast de más alto rango. Así pasó a competir con **Aja** y **Blackmagic**, pues trajo dos cámaras de Cinema Digital. También con esta línea de productos puede capturar gente que parte de fotografía y



Mauricio Franco de Telefe y Facundo Favelukes de BVS



Ricardo Solari, presidente de Caper, con la directora de Industrias Culturales de la Ciudad, Mora Schillama, y la gerente operativa del Distrito Audiovisual, Florencia

migra a video. También hubo lugar para otras marcas como **Hybrid**, **Structure** y **Cobalt**, demostrando que no es sólo Canon.

Vale la mención para **Ralph Messana, de Newtek**, que Prensario vio en el stand de **Carbi** donde mostró dos productos nuevos. Su **Talk Show**, que trae software de Microsoft y permiten integrar Skype con un canal de televisión, y el **Tricaster Mini**, que es el más portable de la historia de Tricaster y que está teniendo gran suceso de ventas.



El equipo de IplusB con Iñigo Berazadi y Diego Padilla de Educ.

Por su parte **Sony**, de la mano de **Viditec** aprovechó la feria para realizar el lanzamiento de su cámara 4K más accesible hasta el momento y toda su nueva línea de productos pensada, justamente, para flujos de trabajo 4K.

Panasonic, otro de los stands destacados también aprovechó la gran afluencia de público de la feria para presentar su nueva línea de cámaras y para destacar los proyectos de fabricación local que está desarrollando en el país. **Imagine Comunicatios** y **Gets Air**, estuvieron con stand independiente por primera vez en la feria y contaron con la presencia de sus principales directivos regionales para apoyar el proyecto que llevan adelante en la región.

BVS fue otra de las empresas que llevó adelante varias acciones con el objeto de acompañar clientes y representados, **Facundo Favelukes** destacó el apoyo de las marcas y la cantidad de proyectos realizados en el año.

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 / +54 (11) 4778-7556

● CARTELERA

Equipo Harmonic con Alvaro Martín			
Fernando Monetti y Nicolás Bloise		Domingo Simonetta y Sergio Bourignon de TSL	
Frank Lima, Irving Ramirez de Teletream y Domingo Simonetta		Emanuele Porfiri de Etere	
Fernando Monetti y Nicolás Bloise		Carlos Contreras, Roy Ciampi y Maximiliano Romero de Intervideo Chile	
Fernando Muller y Rodrigo Araujo de Eltv Brasil		Claudio Medeiros, Raúl Rivera y Mariano Aragón de Ateme	
Allisson Henrique y Marcello Costa de Playlist		Allisson Henrique y Marcello Costa de Playlist	
José Carrillo de AVP		Gio Punzó y Cristian Kardashian	
Avi Sharir y Sergio Rataus de Orad		Adrián Corna de Panasonic	
Adrián Corna de Panasonic		Adrián Corna de Panasonic	
Keiko Watson de Shotoku		Liliana y Norberto Isikawa con Yukio de Fujifilm	
Max Noach y Martín Honorato		Mariano Cuerda y Juanchy Mejía de Interra	
Mariano Cuerda y Juanchy Mejía de Interra		Mariano Cuerda y Juanchy Mejía de Interra	
Olga Marelló y Marcos Lewin de Digiwave		Sergio Rentería y Alejandro Perelman	
Wilson Zeferino y Robert Breitenstein de Arri		Emilio Gañán de Nevision	
Emilio Gañán de Nevision		Emilio Gañán de Nevision	



FDM BROADCAST: GRAN APUESTA TRAS LA UNIÓN GV-MIRANDA

Francisco de Marco hizo un balance muy positivo de Caper. Más allá que estuvo el primer día, el segundo ya tuvo una de las mejores performances de concurrencia que se tuvieron en los últimos años. Dijo De Marco que a ellos los satisfizo no sólo cotizar proyectos interesantes sino la seriedad y desde donde se hacían.

Los meses previos a Caper fueron importantes por la confirmación de la distribución de la nueva **Grass Valley** tras la incorporación de Miranda por parte del grupo Belden. De Marco remarcó que tienen la camiseta puesta de GV desde hace mucho tiempo y se mostró muy contento por el port-



folio de productos que tiene, que es único en cuanto a sus posibilidades de atender todas las necesidades tanto broadcast como telecom.

‘La gente nueva de GV involucrada a este crecimiento se sumó enseguida y parece que hubiéramos estado juntos por años con una relación muy fluida’, remarcó.

En cuanto a los clientes, dijo que la mayoría ya está enterada de los cambios y los productos que se han ido sumando y que en materia de soporte sabía que podía asumir el desafío como ha ido trabajando en todos los últimos años con soporte de diferentes marcas. De todas maneras es importante la apuesta al mercado y que se



Francisco de Marco y Wellington Dassi de Grass Valley

están incorporando dos ingenieros a su staff: uno para soporte IT y otro para post venta.

Respecto al futuro inmediato en Argentina, dijo que si bien los años electorales son siempre diferentes, hay gente que va a invertir más allá que otros esperen a ver que sucede. Estamos en una era digital importante y ellos están totalmente preparados para afrontar esta etapa con la unión de ambas empresas GV-Miranda. Entre las ventas destacó las de 20 T2 de Grass Valley a América, que es una de las más grandes que se hayan hecho para Latinoamérica.

MACH ELECTRONICS: TRASCENDENTE PROYECTO EN URUGUAY

CON ANTEL EN 38 CIUDADES

Mach Electronics volvió a tener una gran presencia en Caper junto a todas sus marcas representadas. **PRENSARIO** se reunió con **Nicolás Bloise**, quien destacó que los acompañaron **RFS**, fabricante de antenas de transmisión, **Bird Technologies** con sus sensores de potencias, **Screen Service**, **Cobham** con sus enlaces de cámaras para transmisión outdoor, **Advantech** con sus conocidas antenas wireless, **Funke** como fabricante de antenas receptoras indoor y outdoor, y **Progira**.

Remarcó: ‘Vendemos productos y proyectos, pero nos orientamos sobre todo a los segundos. En ese sentido el más importante fue un proyecto en Uruguay de TV digital para 38 ciudades con **Antel**, que va a dar servicios a la TNU y a los servicios privados con nuevas licencias. Fuimos allí con una integración de Screen Service, RFS, Bird Technologies y una solución de una compañía brasilera de

monitoreo de red. En total equipamos 300 transmisoras’.

Fue un año de trabajo, en el que montamos una compañía en Uruguay con un warehouse en Montevideo y contratamos compañías locales para el despliegue. Sirvió de mucho la experiencia que habíamos tenido con la **TDA** y **Arsat** en Argentina, a los que le fabricamos unos transmisores para la norma. Con ese know how tuvimos charlas técnicas solventes y le ganamos el proyecto a una compañía española y a dos uruguayas asociadas con americanas.

Se recibieron embarques de nueve países, incluida Argentina. Todas nuestras marcas encuadran en un tipo de Ecosistema, dentro de la cual hay partners que nos acompañan hace mucho como RFS, redondeando para la TV digital un portfolio Premium. Ahora buscamos más proyectos en la región en mercados como



Nicolás Bloise con todas las marcas representadas

Chile y Bolivia. Ya participamos con **Innav** en Venezuela con sistemas de antenas, y buscamos proyectos en el exterior para aprovechar oportunidades sin deshacernos de proyectos clave en nuestros mercados habituales’.

Y agregó sobre el mercado local: ‘Esto es importante pues ahora el mercado argentino está complejo; escuché que siguen hablando del 2019 para el apagón, y creo que hay que adelantarlo, pues eso dinamizaría la inversión local. Hoy tenemos transmisores que rinden un 45%, y las redes que están instaladas consumen 3 veces más energía que la que deberían. El 2019 la IPTV podría comerse el mercado pues en 5 años la cosa podría cambiar en forma asombrosa y con contenido de video on demand en el celular. No se puede atrasar tanto’.

TyC Sports play

CON VOS A TODAS PARTES

AHORA PODÉS VER TyC SPORTS LAS 24HS ONLINE DESDE CUALQUIER DISPOSITIVO.

LOS MEJORES CONTENIDOS DEPORTIVOS, EVENTOS EXCLUSIVOS, TODOS LOS PROGRAMAS Y MUCHO MÁS.



Ingresa en tycsportsplay.com

TyC Sports

SVC: PROTAGONISMO EN CAPER

POLIFACÉTICO STAND Y GRAN FIESTA DE AGASAJO A LAS MARCAS

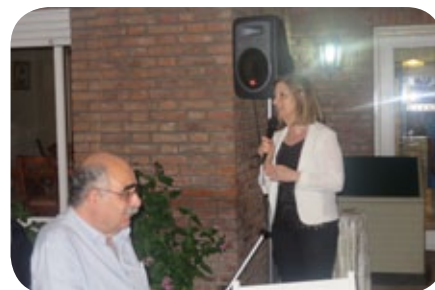


Domingo Simonetta con el Teatro de Avid

SVC como todos los años tuvo total protagonismo en Caper con su gran fiesta de agasajo para sus marcas, que termina siendo para muchos la fiesta oficial de CAPER y que nadie se quiere perder. Esta vez Domingo Simonetta y Norma Trinchitella volvieron a abrir su casa de Boulogne, tras varios años de elegir salones en restaurantes y hoteles. El resultado fue de una total calidez y camaradería en el amplio jardín, que se vio potenciada con el espectáculo del gran ilusionista Michel, que sorprendió totalmente a todos los invitados con sus trucos para adivinar por escrito números, lugares y marcas de reloj.

Pero junto con ese acierto, SVC tuvo su tradicional apuesta en su stand, que también estuvo amenizada por la 'nueva división' de tortas, que produjo todo el tiempo postres para los ejecutivos y que parecía estar comandada por Mariano Simonetta que tiene estudios en el tema.

Dentro del stand lo más destacado fue el Teatro de Avid, que Domingo Simonetta destacó especialmente a Prensario y donde hubo muestras y seminarios permanentes para los clientes en un amplio espacio. También fueron de excepción y con un paso adelante la exposición que tuvieron JVC, Ikegami y Ne-vion, que presentó una nueva línea de Crédito que llega a 8 años. Bexel tuvo un lugar aparte especial por primera vez y se notaron mucho las nuevas representaciones de Axon, que se ganó este año con Alfredo Cabrera, TSL con Sergio Bourgignon en una apuesta decidida al mercado, Stirlitz en video Login y Teradek. Eso además de Glookast con Edel García, Orad con gran espacio doble y marcas habituales como Telestream, Etere y Masstech, entre otras.



Domingo Simonetta y Norma Trinchitella en la Fiesta



El mago Michel con María Calle Guevara, de Prensario

PRIMESTREAM: PRESENTE EN ARGENTINA CON BVS

Claudio Lisman, presidente de Primestream, comentó sobre su nueva presencia consecutiva en Caper: 'Vengo pues tenemos oportunidades, apoyar al partner local, y demostrar que estamos presentes en las buenas y en las malas. Es una forma de respaldar el compromiso con el mercado de Argentina. Con BVS ya trabajamos hace cuatro o cinco años, estoy muy feliz por el nivel de soporte que brindan y el respaldo que hacen a nuestros sistemas.

El camino de trabajo sigue por la innovación y la arquitectura abierta, sin atar a los clientes a un flujo, que lo armamos junto con el usuario. Para nosotros fue un muy buen año a nivel internacional, con el advenimiento de las arquitecturas abiertas, pues la gente ya no comprar cajas. Nuestros mercados principales fueron Estados Unidos, Brasil con AD Digital, e India con más de 100 canales que están usando nuestra tecnología. En Brasil ganamos un proyecto para el gobierno de Paraná, nos expandimos con TV Scola y hacemos proyectos para TV Gazetta. Además con

Cisco estamos por desplegar varias ciudades con su sistema interno de televisión.

En Argentina, su sistema Xchangese implementó en Disney y otro también importante con la gobernación de Santa Fe. De la parte coyuntural, dice que apoya totalmente la convergencia y no avanzar en eso es dejar al país atrás. A mayor oferta mejor servicio, beneficiando a toda la industria con el recambio tecnológico que tendrán que hacer las telefónicas. Con el triple play el transporte de 8K es más factible si se despliegan las nuevas tecnologías.

Otras implementaciones fueron CBS News de Washington con todo el sistema de noticias. También con GoITV el manejo de contenido y emisión, para mejorar y traer eficiencias al área de producción, catalogar los 10 años de fútbol y llevarlo luego a plataformas OTT.

Sobre la pasada IBC, Lisman vio como novedoso nuevos Corex que permitirán que los archivos de alta definición sean menos pesados en la parte de transporte y almacenamiento. Sobre la ultra



Claudio Lisman y Abel Tamayo

alta definición, dijo que la gente que ya compró su televisor en HD está contenta, y la base crítica de HD ya compró y cambió en dos años por un LCD en 2k. Para que esa masa crítica vuelva a cambiar por un 4k, es prematuro. 'Creo que el 8k vendrá en cuatro años, pero no se tiene que dar en en pantallas, sino en el transporte, sería el recambio ideal para esos plasmas o LCD actuales.'

Finalmente, en lo personal continúa trabajando con la OEA para contribuir a la transparencia en la transmisión de sus asambleas. La última fue en Paraguay y la próxima será en junio de 2015.





TECHNOLOGY GROUP: PEBBLE BEACH DE VISLINK Y ROOTS6 EN CAPER

Alejandro Russo de Technology Group destacó la presencia de empresas que tuvo en su stand de Caper, donde vio como positiva la concurrencia de mucha gente del interior, y también de otros países como Bolivia y Chile.

De las marcas, está fortaleciendo la relación tradicional con Vislink, que presentó su nueva marca de sistemas de PlayOut Pebble Beach, con distintos productos adecuados para niveles de usuarios High y Middle end.

Además, en el marco del término del acuerdo con Digital Rapids por su compra por parte de Imagine, es interesante la nueva

representación de Roots6, empresa con sede en Londres de transcoding the archivos offline que creció en su momento de la mano de Avid como proveedor habitual de ellos. Gerardo Staffa, que estaba con DR, se hará cargo de esta nueva marca para desarrollar su entrada en Latinoamérica.

También es importante el trabajo habitual con Ensemble, que trajo nuevos productos como el NXT450 y un mini router con encoding y decoding, y con Egatel, que está



Alejandro Russo, Andrew Larsen de Vislink, César Valentini y Martín Lamas

creciendo con Cristian Russo en diferentes mercados del Cono Sur como Uruguay, Chile, Paraguay con Millicom y Bolivia.

Como otra novedad está Filecatalyst, empresa de transferencia ultra rápida de archivos

para niveles de envío no frecuentes actualmente. Su tecnología es usada por TV Globo entre otros broadcasters y por varias empresas de exploración petrolera.



Alejandro y Cristian Russo de Egatel



John Tkaczewski de Filecatalyst y Alejandro Russo



Gerardo Staffa de Roots6

CINECENTER/CANON: AVANZANDO SOBRE EL SEGMENTO PRO-AUDIO

Julio Fava, titular de CineCenter y tradicional representante de Canon en Argentina, destacó a Prensario que fue una Caper 'muy activa' con días muy buenos por el nivel de gente. En su stand en particular la concurrencia fue excelente, y fue por un motivo: antes se trabajaba exclusivamente la parte broadcast de Canon, pero hace dos años que se viene sumando el sector de Pro-audio, más low profile.

Este año se trajeron además dos cámaras de Cinema Digital, que incluso pueden competir ya no sólo con Sony y JVC sino también con Aja y BlackMagic en un rango de USD 4000, que incluso con la lente pueden no superar los

USD 5000. Esto aún recomendando siempre un lente Frame.

Con esta nueva estrategia se va sumando venta y servicio, para lo cual su gente se capacitó en Panamá. También es notorio que se suman clientes de fotografía que quieren empezar a migrar a video.

Fava también destacó una presentación que se hizo junto a Viditec y Patricio Rabuffetti en Non Stop, donde a una cámara F55 de Sony se le sumó su lente Cinestyle con drive CN7x17, que es gran noticia para directores de fotografía y va dentro de una tendencia de sus nuevos lentes.

De todas maneras y en este panorama alen-



Julio Fava y Walter Brasesco en su stand

tador que va más allá de la situación del país, el stand de Caper de Fava corroboró que no tienen solamente productos Canon, con otras marcas como los estudios virtuales Hybrid, Cobalt y Accuweather, entre otras marcas.

SONY

Sistemas de Cámaras HD



HSC-300R Power HAD.FX

- Cámara HD/SD portátil
- 3 Sensores CCD Power HAD FX de 2/3" que permiten el funcionamiento con cable triaxial digital o fibra híbrida
- Excelente calidad de imagen para la producción en HD
- Funcionamiento con lentes de gran tamaño

HSC-100R Power HAD.FX

- Cámara HD/SD portátil
- 3 Sensores CCD Power HAD FX de 2/3" que permiten el funcionamiento con cable triaxial digital o fibra híbrida
- Subconversor de alta calidad integrado para excelentes imágenes SD

HXC-D70

- Cámara de estudio SD / HD
- 3 Sensores CMOS Exmor de 2/3" Full HD
- Subconversor de SD

Humberto 1° 2889 - Buenos Aires, Argentina
Tel: +54 11 4122 1200 / Fax +54 11 4308 5493
info@viditec.com.ar

Viditec



- | | | | | | |
|----------------|----------------|-------------------------|-------------|------------------|--------------------|
| HITACHI | CISCO | harmonic | EVS | evertz | primestream |
| Quantum | PHANTOM | CHYRONHEGO | ARRI | Clear-Com | Libec |
| TVlogic | ZEISS | Blackmagicdesign | AJA | EATON | datavideo |

LADE PROFESIONAL: PANTALLA INTERACTIVA HD

Lade Profesional ocupó un lugar central en el hall más grande Caper con un televisor interactivo de 60 pulgadas que llamaba la atención de todos los visitantes. **Rafael Siciliano** comentó que lo instaló porque 'el ojo humano distingue de manera significativa la alta definición recién a partir de las 42 pulgadas'. Comentó la experiencia de ver la final del Mundial de Fútbol de Brasil en UHD con un televisor de 105 pulgadas.

Más allá de la buena concurrencia que tuvo Lade en sí misma, Siciliano no dejó de ser crítico con la forma en que se realiza la expo,



Miguel Smirnoff, Rafael Siciliano y Rodolfo

sosteniendo que se debe terminar con el formato tradicional. 'Caper tiene que cambiar, aunque haya que mantener una estructura que sólo sirve para hacer exposiciones hay que innovar, reducir el tamaño y sumar a los nuevos jugadores'.

AQB: CÓCTEL PARA CLIENTES EN CAPER

AQB volvió a tener una activa participación con equipo completo y todas sus marcas en Caper, donde tal vez uno de los momentos más cálidos fue un completo cóctel con vino y picada auspiciado por **Aspera**, que tenía a **Pedro Silvestre**. Allí



El cóctel de AQB, con el equipo de Disney

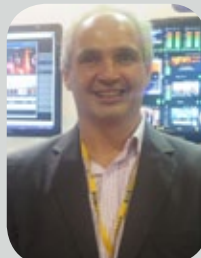
PRENSARIO pudo encontrarse con varios clientes muy relevantes como los de **Disney**, **Turner** y los canales digitales estatales de la plataforma **Educ.ar**. **Claudio Stasi** remarcó la buena concurrencia no sólo a su stand sino a toda la muestra. Entre las marcas que están reporteadas por separado vale destacar también a **Cinegy** y a **Digimetrics**, una novedad en esta Expo.

3 WAY AVANZA EN LO INTERNACIONAL

Guillermo Mazzuco destacó el buen resultado de Caper pese a los inconvenientes y la lluvia que hubo. **3Way** participó con su stand habitual súper bien ubicado junto a la entrada y también del Invap, como parte de su trabajo de Marca a nivel internacional que está en pleno desarrollo y se ve también en la NAB, para donde están confirmados el año que viene.

El plan internacional, bajo el slogan Compliance at a glance (Cumplimiento de un vistazo) va bien y crece con **Cocatel** en Honduras, algo en México con **Comtelsat**, en Brasil con **Opic** (Cipo), en Chile con **Ríos**, **Daniel Cadavieco** en Venezuela y otras ventas en Perú, Bolivia, Paraguay y Uruguay. El 40% de su venta

ya es internacional. Entre sus diferenciales como competencia de **Volicon** para toda la región en loudness control, videologin y su nuevo multiviewer (producto estrella de este año), aparece el manejo de adecuados anchos de banda y estar preparados para la convergencia, la atención personalizada y que los productos hacen lo que dicen, remarcó Guillermo. Eso además del trabajo en ISDBT que no es común en empresas europeas y sobre todo americanas.



Guillermo Mazzuco

TLT: PARA TODO PÚBLICO

Marcelo López Colomar destacó que en Caper hubo público de todo tipo en gran concurrencia, incluso con un incremento de los estudiantes para los que ellos también tienen productos y además saben que serán sus clientes del futuro. Fue muy positivo más allá de notarse una pequeña recesión. De los países limítrofes sobre todo hubo gente de Chile y Bolivia.

TLT estuvo promoviendo las valijas HPRC de Italia para usos múltiples como transporte de cámaras y otros equipos profesionales y semi pro. Son de muy buena calidad.

Está además el trabajo habitual con **Manfrotto** para trípodes y soportes, pero se está dando más lugar a la parte de iluminación. Hay además una nueva línea de cargadores de baterías Swit y de Roland se destacó la cantidad de consultas.



Marcelo López Colomar y Daniel Caretti de Uno Medios

LIVE MEDIA/ LIVE U: GoPro

LiveU y **Live Media** se destacaron en su stand de Caper con la primera motocicleta **GoPro** que permite hacer uplinks de video por redes celulares en calidad profesional, que ya se usó en el país en el recital de Miley Cyrus y el partido de Boca con Cerro Porteño.



Cristian Kardashian y Gio Punzo con la moto



OM/IPLUSB

PRENSARIO pudo entrevistar al mismo tiempo a **Jorge Moya** de **OM Systems** y a **Juan Carlos Madeo** de **IplusB**, que destacaron el nuevo año de cooperación y stand conjunto en Caper, como vienen haciendo en los últimos 4 años. El lay out abierto, con mesas que promovieron las reuniones más unos sillones modernos para los seminarios dieron muy buen resultado. Dijeron que surgieron varios proyectos importantes para seguir.

En particular de **OM** destacó la apuesta con **Ross** que es de excepción y de **Harmonic**, que tuvo a su staff regional y mostró una agresiva promoción comercial de sus productos que dio buen resultado.



Jorge Moya de OM Systems y Juan Carlos Madeo de IplusB

MIXSA

Pablo Miño de **Mixsa** destacó a PRENSARIO la muy buena expo que tuvieron en Caper, con un balance positivo en las consultas de sus marcas, en particular en el rubro de conectores, con interés de muchos proveedores de señales. También la parte de antenas de TDT generó muchas consultas incluso desde el sector docente pues se dan muchos cursos sobre el tema.

Una parte fuerte de consultas también fue la de los micros BNC de Amphenol. Hay mucha vigencia siempre en los productos de **Pico Digital**, **Amphemol**, **Cambridge** y **Cromacom** como compañía nacional bien conceptuada en el mercado.



Pablo y Jorge Miño

RAICOM

Bernardo Jurkiewicz destacó la presencia en Sielco en su stand como transmisores de Italia que se entregan con un año de garantía. Es probable que retome su rol de venta regional, a partir de ventas que está haciendo a Bolivia y donde tomaría un distribuidor.



Bernardo y Javier Jurkiewicz

CYBERCOM APUESTA A LA FIBRA ÓPTICA

Adrián di Santo destacó que fue una buena edición de Caper, con una valiosa presencia de clientes. Además por el interés que mostraron para ver los cambios que presentan las nuevas tecnologías como las redes de alta velocidad. Ante eso los carriers tienen que tomar la decisión de mejorar todas sus operaciones del interior y **Cybercom** puede acompañar ese proceso. Ellos apuestan a la fibra óptica con marcas líderes muy pertinentes como **Furukawa** y **Transition**.

Agregó que el año en general fue similar al pasado y fue bueno que los operadores los siguieron acompañando.



Adrián Di Santo y Sivina Ginart

EDIT SHARE

Diego Buenaño destacó el trabajo que se viene haciendo con **EditShare** en la región desde NAB 2013, habiendo ya armado una red regional con **Escape**, **Viewhouse** y **Carlos Miranda** en México; en Colombia con **VCR**, en Ecuador con **Electrolab**, Chile con **VideoCorp** y nombrando uno nuevo en Brasil.



Diego Buenaño

ZER DIGITAL: CHILE Y PERÚ



Julio Miraval y Héctor de Andreis

Zer Digital, la empresa de **Julio Miraval**, acaba de sumar a **Héctor de Andreis** para el trabajo ya no sólo en Chile sino también en otros países. Está dando un salto de calidad con el argumento que cosas que se están haciendo en Chile, con 12 años de experiencia, pueden responder a una necesidad de otros países, como el caso concreto de Perú. En este último país se parte desde cero, pero con la experiencia a su vez de **De Andreis** y el apoyo de muchas marcas. Ya se usará a un ingeniero de pre-venta.

Además, destacó la realización de **Tecne** en mayo, pues más allá de los clientes grandes hay otros que empiezan a tener visibilidad.



DISCAMP

Lis. de la torre 1294 • C1440ECN • Cdad. Aut. de Bs. As. • Rep. Argentina

Tel./Fax: [54-11] 4687-5251 / 4687-7574

ventas@discamp.com • info@discamp.com

visite nuestra web. www.discamp.com



Accesorios para Cables

- Tubos termocontraíbles.
- Empalmes y terminales de baja y media tensión.
- Spaghetti: polyester barnizado vidrio, spaghetti vidrio siliconado, vidrio caucho siliconas.
- Precintos universales de NYLON.
- Precintos 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.



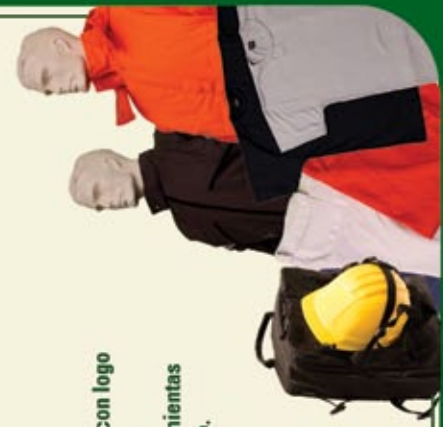
Conductores Eléctricos

- 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 grafa. (Varias marcas)
- Mamelucos.
- Ropa de abrigo.
- Chombas, remeras, (con logo bordado o estampa).
- Diseño de portaherramientas y mochilas de trabajo.



Seguridad Industrial

- Protección para el cráneo.
- Protección respiratoria.
- Protección facial.
- Protección para manos.
- 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 amarillito 60m. Color verde para tendido subterráneos en 50 y 100 metros.
- Accesorio Tiracintas/ Traccionador.
- Cintas Pasacables de plástico y Nylon.



Embalaje



Indumentaria Industrial



Herramientas Profesionales



Accesorios para Cables

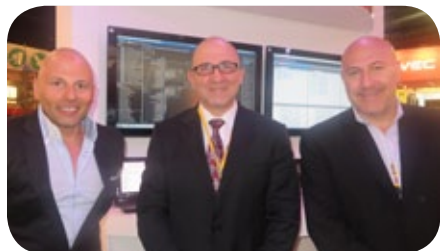


Conductores Eléctricos



Seguridad Industrial

IMAGINE COMMUNICATIONS



Manuel Martínez, Pablo Gargiulo y Nahuel Villegas

Imagine Communications tuvo en Caper por primera vez su stand individual tras haber terminado su relación comercial de tantos años con Viditec. Nahuel Villegas expresó a PENSARIO que este cambio está incluido entre muchos otros que están teniendo en la empresa y la reducción de los márgenes. En la expo, se destacó la presencia estelar de Pablo Gargiulo, que es el presidente de las ventas globales de Imagine con sede en Prisco Texas, exitoso ejecutivo argentino que volvió por Caper al país para tener contacto con el mercado. También estuvo con rol regional Alejandro Blanco, que es Business Development dedicado especialmente a telcos y reportándole directamente a Villegas en Miami. Es un ejemplo de cómo están atacando por todos lados al mercado.

VIZRT

Vizrt volvió a estar presente en Caper con Viditec, donde Alejandro Couto y Eduardo Mancz dijeron tras el día fuerte que estaban gratamente sorprendidos por la convocatoria. Pasaron por su apartado Telefe, Arter y clientes de Rosario y Córdoba que probablemente se implementen con equipos Vizrt este año. También pasó gente de Chile muy fuerte y Paraguay donde se intentará pues el mercado está más maduro para el paso al HD. Destacaron el crecimiento continuo en la región que se da en Chile, Colombia, México y Brasil, al punto que están incorporando más gente en la región.

En el stand se mostró el Sistema gráfico integrado con el Tricaster de Newtek, y un producto nuevo para multipantalla, el Viz Multiplay, presentado en NAB e IBC este año.



Alejandro Couto y Eduardo Mancz

GLOOKAST

Edel García destacó a PENSARIO que más allá de ser una empresa de origen brasileño, Glookast es totalmente internacional con base en las oficinas regionales de USA y en Portugal, donde hay un equipo de desarrollo de 8 personas. 'Están enfocados en la automatización de la ingesta, en los flujos de trabajo de archivos MXF, donde son muy ágiles en agregar nuevos flujos y Edel está seguro que pueden marcar una diferencia en muchos territorios.

El mejor ejemplo es TV Globo, con el que se hizo un flujo de trabajo que no existe en ningún otro lugar. Cuando graban una novela en escenarios naturales, ellos han podido unirles la ingesta de lo que se toma en estudios con la parte de camcorderes de exteriores. Querían mover esa media con la metadata apropiada y se les diseñó el sistema, controlando la súper resolución y transcodificación off line.

Ya tiene nuevos acuerdos con resellers en México como Artec, en Colombia con Videotec, en Chile con VGL y en Argentina con SVC. Ahora el objetivo es expandirse en Europa y replicar estas soluciones únicas.



Edel García

DIGIMATRICS



Phillip Eade

Digimetrics estuvo por primera vez en Caper junto a AQB, y a Phillip Eade le impresionó bien el nivel de profesionalidad de los clientes que asistieron. Con sede en Oklahoma, USA, están comenzando en otros mercados como Brasil (con Stirling) y Colombia. Tienen su Test Media File y van a potenciar sus ventas y duplicar el número de resellers en estas latitudes.

ASPERA

Pedro Silvestre de Aspera tuvo en Caper dos distribuidores, SVC y AQB, con el que auspició un cóctel para clientes. Está creciendo con ambos en Argentina e incluso en Uruguay, abriendo cuentas importantes.

Silvestre lleva un año y medio con la compañía, cuando entró como gran incorporación dedicada para Latinoamérica y estuvo recorriendo estadios de tv de toda la región. Así logró redondear un crecimiento del 100% respecto al año anterior, que espera repetir en 2015. La compañía está muy fuerte, dominando el mercado de estaciones de servidores y comprando divisiones como la de IBM Enterprise. Los principales mercados fueron México y Brasil, pero se destacó Chile donde con VGL pudieron penetrar gran número de clientes.



Pedro Silvestre y Claudio Stasi de AQB

EMAM

Emam llegó por primera vez a Caper dentro de las nuevas compañías de vanguardia que está proponiendo iplusB, para soluciones en internet de MAM. Su solución es escalable y fácil de usar. En México trabajan con Teletec.



David Miller

Breaking news, not backs

Soluciones de enlaces celulares

H.264 Encoder | 1080p | 3G/4G LTE | iOS Monitoreo & Control | HD-SDI



RESELLER OFICIAL
SVC.com.ar
www.svc.com.ar • info@svc.com.ar • +5411-5218-8000



XEUS MEDIA



Edelweiss Oliver Vique

Edelweiss Oliver Vique está trayendo ahora a nuestros mercados a **Xeus Media**, empresa americana que lanzó en octubre del año pasado. Trabajan con software de workflows clásicos con programación metida en la nube. Tiene gran proyección en la región, arma la red de acuerdos en todos los países y en Argentina es pertinente **IplusB**.

BEXEL



Sergio Castillo y Ernesto de la Torre

Bexel tuvo una presencia fuerte en Caper, tomándole un espacio a **SVC** para mostrar esta nueva etapa de la compañía, parte del **Vitec Group** pero con manejo independiente.

Aquí vale destacar que están destinando recursos a la región y que a la contratación de **Sergio Castillo** como figura fuerte de ventas ya se le sumó **Ernesto de la Torre** con sede en México. La idea es estar presente en todos los eventos de la región y ganarse un espacio propio.

TELESTREAM

Frank Lima de **Telestream** destacó a **PRENSARIO** el buen presente de la marca en la región, donde las ventas de Brasil crecen sin control y tuvieron un uso del producto cercano

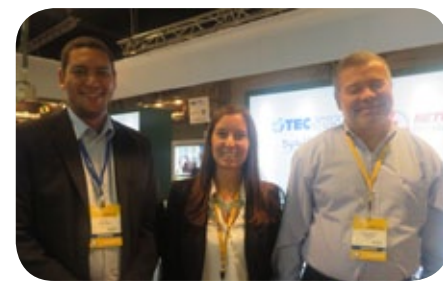


Frank Lima

al 70% con el mundial. En Colombia tiene también ventas aunque dice que necesita más trabajo, lo mismo Ecuador, va bien México y lo mismo Argentina siempre con **SVC**.

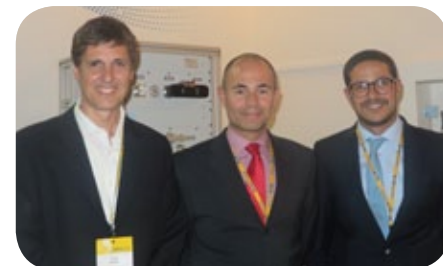
TECSYS

Carlos Ferreira de **Tecsys** expresó sobre sus primeros meses en **Tecsys** que este 2014 fue un año de inversión, de presentarse a los clientes internacionales y homologar equipos. El año próximo la idea es estar en los principales mercados como **NAB**, **SET**, **IBC**, **TECNO TV** (están en Colombia con **Daniel Amaya**) y **Caper**. La experiencia que tienen en Brasil les da la posibilidad de replicar soluciones al exterior. En este proceso es interesante la alianza con **Network Broadcast**.



Bruno Ferreira, Mariel Andersen de Network Broadcast y Carlos Ferreira de Tecsys

SPINNER



Fabio Baudo, Guillermo Alvarez y Yuri Silva

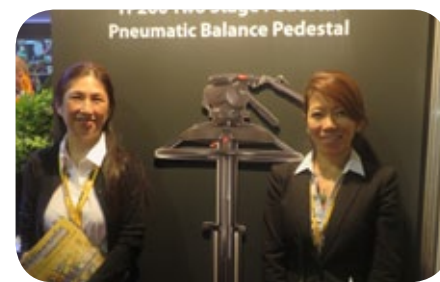
Guillermo Álvarez de **Spinner** justificó su presencia en **Caper** por su compromiso con los clientes del mercado argentino, no sólo por lo que pueden vender sino por lo que han vendido en el pasado. 'Ahora el mercado está más calmado pero queremos seguir teniendo sus noticias', expresó.

Como nuevos productos presentaron su nueva línea de filtros y combinadores refrigerados por aire, por lo que no necesitan ningún otro sistema para eso.

CINEGY

Sebastián Romano de **Cinegy** presentó en **Caper** la versión 10 de su sistema de layout, enfocado a las noticias. Son constantes las innovaciones que presenta la compañía alemana que viene teniendo una presencia permanente en la región.

SHOTOKU



Liliana Isikawa y Keiko Watson

Liliana Isikawa y **Keiko Watson** destacaron a **PRENSARIO** la venta de 15 pedestales de **Shotoku** realizada a **América TV**, que fueron los TP 200, y tras más al grupo **Artear**. Argentina es el primer país de Latinoamérica que los vende.

ETERE



Emanuelle Porfiri

Es la quinta edición de **Caper** a la que asiste **Emanuelle Porfiri** con **SVC**, y trabaja con la marca en toda Latinoamérica, teniendo otros integradores importantes como **Sistemas Digitales** en México o **Brasvideo** en Brasil, donde están incrementando las ventas especialmente. En Colombia también hay un proyecto interesante para concretar. En Argentina hubo una buena concreción en San Luis.

NEWTEK



Ralph Messana

Vale la mención para **Ralph Messana** de **Newtek**, que **PRENSARIO** vio en el stand de **Carbi** donde mostró dos productos nuevos. Su **Talk Show**, que trae software de Microsoft y permiten integrar skype con un canal de televisión, y el **Tricaster Mini**, que es el más portable de la historia de **Tricaster** y que está teniendo gran suceso de ventas.

Dentro de su año, espera cerrar el 2014 con un crecimiento del 10 o 15% respecto al año anterior, donde se destaca Colombia con **José Rojano** con un interesante proyecto con el Gobierno Nacional que le permitió crecer un 50% y colocar 300 **Tricasters**.

VIDIEXCO CRECE COMO DISTRIBUIDOR DE SONY

SIN DEJAR SU ROL DE INTEGRADOR REGIONAL

José Cadavieco Jr., presidente de **Vidixco**, comentó que el 2014 fue 'un año mucho mejor de lo pronosticado, y el mejor desde la fundación de la empresa', que este mes cumple diez años, con un crecimiento considerable respecto al anterior. 'Pensamos que iba a haber un alza por la copa del mundo, pero la mayoría de las ventas no vinieron por eso', afirmó.

RED DE 300 REVENDADORES

'Tenemos más de 300 resellers que son socios y promueven nuestras marcas representadas. **Vidixco** como distribuidor maestro de **Sony** y **Vitec Videocom** (**Vinten**, **Sachtler**, **Oconnor**, **LitePanels**, **Anton Bauer**, **Teradek** & **Autoscript**) ha crecido considerablemente en los últimos cuatro años, otorgando a nuestros revendedores y representantes el valor agregado del acceso al producto y la disponibilidad de un amplio inventario desde nuestra bodega de Miami y oficinas en Orlando (**Celebration**), remarcó el ejecutivo.

Y añadió: 'Hemos logrado segmentar a nuestros "partners" por producto/marca, por territorio y por mercado atendido, logrando lo que nosotros consideramos como la red de revendedores más especializada y

solida de la región'.

Vidixco no atiende a usuarios finales, sino que prefiere ofrecer la mayor cantidad de herramientas posibles, desde el punto de vista de mercadeo, ingeniería y ventas a sus revendedores, que a la final 'son los que dan la cara localmente y conocen las verdaderas necesidades de los usuarios finales'. Por otro lado, señaló: 'No vendemos productos que no podamos soportar localmente, directa o indirectamente'.

TAMBIÉN COMO INTEGRADORES

'Seguimos con nuestro rol de integradores, pero ahí también con otros socios muy importantes que nos han ayudado en la región para ofrecer soluciones integrales como **Cobalt**, **Wohler**, **Estructure** y **Clearcom**, entre otros no menos importantes'.

'Tenemos departamentos de ingeniería en Orlando, Madrid y Caracas. Se han hecho integraciones en casi toda Latinoamérica. Para el año que viene la idea es concentrarnos más en el Caribe y expandir un poco más la parte de **OEM**, con productos desarrollados por o para nosotros, con garantía, repuestos y paquetes más accesibles o ventajosos para nuestros territorios', completó **Cadavieco**.



'Es difícil transmitir la idea de facilitador y no de invasor, y para eso tengo que agradecer a la red de distribuidores de **Sony**, que fue la primera en apoyar el concepto de **Videointegrators Export Company** (**Vidixco**), y que diez años después siguen siendo excelentes clientes y amigos'.

Completó sobre su presencia fuerte en **Caper** para un distribuidor regional: 'Este año en Argentina estamos apoyando a **Digital Center** junto a otros partners locales en la relación con las otras marcas. A **Caper** trajimos a cuatro personas de logística, ingeniería y ventas, lo que muestra compromiso con nuestros partner y la región. Más allá de los problemas de Argentina, en los tiempos malos es donde más se agradece la presencia y soporte. Nuestra filosofía y forma de pensar es positiva'.

SOFTWARE DEFINED TELEVISION

Los días del hardware televisivo propietario han terminado. Software estándar ejecutado sobre equipos IT básicos en máquinas virtuales o en la nube, así es como se hace.

Descubre los beneficios operativos y de costes al cambiar a soluciones basadas en software como las que ofrece **Cinegy**: ingestión, edición, archivo, emisión, producción, monitoreo, noticias, transcodificación y otros flujos de trabajo.

Escalable, asequible y rápido de implementar.

Miles de canales de televisión ya han migrado y cientos se suman cada día a nuestra visión del futuro de la televisión basada en software.

¿Necesitas más razones? 4K, migración de SDI a IP, streaming y emisión multicanal incluidos sin costo adicional.

Prueba antes de comprar: ¡descarga tu versión de prueba ahora!

Para más información entra en: www.cinegy.com o llámanos.
Las Américas - llama Cinegy USA: +1 202-621-2350
Europa, Oriente Medio, África y Asia - llama Cinegy Europa: +49-89-2388 5360

AVID PRESENTÓ SU NUEVA ESTRATEGIA DE NEGOCIO EN CAPER

Avid mostró, durante Caper 2014, la visión de futuro de la empresa para la industria audiovisual, en presentaciones donde los asistentes pudieron comprobar cómo funciona la plataforma que en esta oportunidad se mostró mucho más abierta y flexible.

Durante los tres días de show, en el espacio destinado en el stand de SVC, los asistentes a la feria tuvieron oportunidad de asistir a las demos de video y audio orientadas a mostrar las últimas novedades presentadas por la empresa, entre ellas se destacaron: edición en 4K nativa, Colaboración remota con Media Composer 1 Cloud; Redefiniendo la post producción con Pro Tools S6; VENUE 1 S3L-X y VENUE versión 4.5.

Ariel Sardiñas destacó a PENSARIO que siempre es bueno poder demostrar las innovaciones de las marcas en las ferias. 'Pero este año quisimos hacer algo distinto, quisimos replicar lo que se hace en shows más importantes como NAB o IBC, pero aquí en Buenos Aires, por



El teatro de demostración montado por Avid para Caper 2014

eso destinamos este espacio tan amplio a la exposición y el dictado de demostraciones y charlas abiertas'.

Dentro de las últimas innovaciones que se presentaron se destacó la plataforma Avid MediaCentral, pero como destacara José Calles, 'es muy importante la independencia de resoluciones en todo lo ancho de la plataforma y la siguiente fase del Avid Connectivity Toolkit'. Estas innovaciones se enfocan en ayudar a las organizaciones y profesionales de los medios



José Calles y Ariel Sardiñas, de Avid, con Diego Villalba del Artear (centro)

a conectar con sus audiencias de formas más poderosas, eficientes y lucrativas.

Durante la feria Avid también se mostraron productos y soluciones para flujos de trabajo de broadcast, producción y periodismo, como MediaCentral; UX, Media; Director Media Composer; la familia de productos iNews, ISIS y AirSpeed.

En lo que se refiere a audio Pro Tools no podía estar ausente y se presentó su más reciente versión S6, junto con el sistema de sonido en vivo VENUE S3L-X y la familia de software Pro Tools. 'Todas las soluciones presentadas son parte del concepto de Avid Everywhere, la visión que permite a las empresas y profesionales de medios de comunicación crear, colaborar, gestionar, almacenar, distribuir y monetizar de manera más eficiente, sencilla y eficaz' remarcó Sardiñas.

PROVYS

Jiri Jañiga de Provys volvió a estar presente en Caper y dijo que sigue trabajando muy bien con la gente de iPlusB tanto en Argentina como en Perú. De México dijo que no está creciendo tanto y que más movimiento ve en Colombia y Chile.



Jiri Jañiga

VIDITEC SORTEÓ UNA ACTION CAM DE SONY

Durante la expo Caper de Buenos Aires, Viditec sorteó una cámara compacta Action Cam modelo HDR AS 100V de Sony entre más de 500 inscriptos.

El ganador fue Axel Fritzler, locutor profesional que trabaja en un estudio de televisión dentro de Tecnópolis. 'Estoy asombrado de cómo funciona y de la calidad de la grabación. Nunca había tenido una cámara tan pequeña que rindiera tan bien y la integración de tantas funciones, como Wi-fi y GPS. Tengo muchísimas ganas de comprarme todos los accesorios y de probar la funda para grabar debajo del agua', destacó Fritzler.

La Action Cam es un producto que Viditec viene comercializando desde principio de año y para su lanzamiento auspició la Copa Sony Action Cam, del Campeonato Argentino de Motocross en San Carlos de Bariloche, en el que compitieron



Axel Fritzler, ganador de la cámara Sony

140 motos y hubo unos 4.000 espectadores.

Entre sus funciones, se destaca la capacidad de grabar videos con calidad profesional en XAVC-S de 60p/50Mbps: La grabación XAVC-S con calidad profesional y una alta velocidad de transferencia de datos de 50 Mbps permite a la HDR-AS100V capturar la acción rápida con imágenes fluidas. La HDR-AS100V también puede grabar con sonido a alta velocidad en 24p a 120 fps y 240 fps. Además, los usuarios pueden grabar videos mp4 HD fáciles de compartir, ideales para la web.

VIDEOSWITCH: DESARROLLO Y SOPORTE LOCAL

En Caper 2014, Santiago González de VideoSwitch destacó a PENSARIO: 'La exposición fue exitosa. En líneas generales siempre nos sirven las exposiciones porque nos dan la oportunidad de vernos cara a cara con los clientes, se podría decir que los tenemos a todos juntos durante tres días y eso es bueno. Comercialmente nos fue bien, se cerraron algunas operaciones que ya venían encaminadas y se comenzaron muchas otras. El balance fue positivo'.

Este año la muestra se destacó por la presencia de visitantes internacionales y en el stand de Videoswitch, esto se pudo ver reflejado: 'Recibimos visitas nacionales e internacionales. Principalmente del norte y centro de la Argentina, y del exterior nos visitaron varios clientes de Chile,

Uruguay, Perú y Bolivia'.

'Muchos clientes están buscando una forma de cumplir con las nuevas normas de transmisión de alertas sobre catástrofes a través de las redes Broadcast EWBS (Emergency Warning Broadcast System), nuestra EPG y nuestro Multiplexor están listos para cumplir con este nuevo requisito ISDBT. Esto se impuso por lo pronto en Perú y seguramente le seguirán otros países con riesgo de catástrofes naturales'.

Dentro de las novedades que presentó la empresa se destacó el DMUX-2000i, que además de poder verse en el stand, también estaba disponible en el stand del INVAP y en el Shelter de ARSAT. Se trata de un Multiplexor para la norma ISDB-Tb y es el corazón de una estación transmisora digital.



Roberto Maury junto a los expositores, que armaron el shelter presentado por Arsat

'En líneas generales nuestros equipos cuentan con una ventaja importante en la región, y es que al ser desarrollados y fabricados aquí cuentan con soporte local idioma español nativo (e Inglés para el que lo requiera) y por supuesto no hay necesidad de realizar una importación para adquirirlo, esto nos está dando una ventaja clara sobre el mercado Chino y sobre equipos mucho más caros, que generalmente suelen necesitar soluciones especiales que no puede dárselas cualquiera', resumió González, y finalizó sosteniendo que: 'Creo que en cuanto a costo beneficio Videoswitch en una muy buena opción'.

ADOBE LANZÓ NUEVAS APLICACIONES PARA SOFTWARE DE VIDEO

Gustavo Brunser, de Adobe América Latina, estuvo en Caper donde la marca presentó nuevas versiones de las aplicaciones de video que ya habían sido lanzadas en la IBC. Se trata de actualizaciones que mejoran y traen nuevas funcionalidades. El ejecutivo afirmó que el 2014 fue un año que superó todas las expectativas a nivel mundial, destacando la

película Perdida, con gran éxito en todo el mundo, que fue editada en Premiere, como muchos otros títulos.

Brunser comentó que los broadcasters más importantes de la región, entre ellos Telefe, Globo y CDF, ya migraron a Adobe. 'La marca ha sabido escuchar al cliente para mejorar sus productos. Recibimos el feedback y crea-

mos soluciones en consecuencia y mejoramos las propuestas', expresó.

Por último, comentó que la marca está en varios proyectos para el 2015 y busca expandir el equipo para video en Latinoamérica.



Dave Helmly y Gustavo Brunser

AXON

Alfredo Cabrera de Axon comentó que están muy bien instalados en México y Brasil y espera avanzar en los demás países con planes agresivos. Entre ellos estuvo el cambio de distribuidor a SVC en Caper, pues FDM al tomar a Miranda colisionaba.



Alfredo Cabrera

TREASURE

Una base de datos no es un vertedero de contenidos; es una mina de oro que debe ser explotada.

Sin importar qué tipo de contenido manejes: noticias, reality, drama o simplemente un gestor de contenidos empresarial, Cinegy Archive es la solución que estás buscando.

Escalable, asequible y rápido de implementar.

Para más información entra en: www.cinegy.com o llámanos:
Las Américas - llama Cinegy USA: +1 202-621-2350
Europa, Oriente Medio, África y Asia- llama Cinegy Europa: +49-89-2388 5360

Descubre los beneficios operativos y de costes al cambiar a soluciones basadas en software como las que ofrece Cinegy: archivo, ingesta, edición, emisión, producción, monitoreo, noticias, transcodificación y otros flujos de trabajo.

Prueba antes de comprar:
¡descarga tu versión de prueba ahora!

ARRIS: EL SALTO DEL DVR AL DVR EN LA NUBE (N-DVR)

UN ENSAYO SOBRE SOLUCIONES EN LA NUBE

La televisión ha recorrido un largo camino para llegar a su versión actual, pero su transformación no se detiene. Gracias al desarrollo de la tecnología, este popular invento sigue sufriendo cambios decisivos y nuevos desafíos se suman a su evolución. Uno de estos cambios corresponde a la forma en que acostumbrábamos ver la televisión. Ahora no sólo queremos ver la televisión, sino que queremos verla en cualquier lugar, en cualquier momento y en cualquiera de nuestros dispositivos móviles.

Para ayudar a que esto suceda han aparecido diversas tecnologías innovadoras, como es el caso de la nDVR o Cloud DVR. La nDVR (network personal video recorder) o grabadora en la nube es una tecnología que permite a los proveedores de 'televisión de pago' grabar en la red por el usuario (Catch up TV) y mantener las grabaciones de los usuarios también en la red. Esto permite soportar los hábitos de consumo más flexibles, así como también provee nuevas formas de monetización para los operadores de 'TV de pago'. La nDVR representa una nueva oportunidad de ingresos que tiene el potencial de abarcar una nueva generación de contenido personalizado. Así, los consumidores podrán ver lo que quieren, cuando quieren y donde quieren, sin las consideraciones del proveedor de servicios tradicional en cuanto a límites de almacenamiento y actualizaciones del CPE.

Según **Marko Estacio**, arquitecto de soluciones para las soluciones de video en multipantalla (Staff Solutions Architect for Multiscreen Video System Solutions) en Arris, desde el punto de vista del consumidor hay varias tendencias que están fomentando este cambio. 'Por una parte, el consumidor ve el contenido cada vez más en la modalidad a pedido, en lugar del tiempo usual en que los programadores lo hacen disponible a través de los canales, siguiendo los horarios tradicionales de la TV lineal. Por otra, está el cambio en la conducta de los consumidores respecto a la forma en que les gusta ver sus

programas de entretenimiento'.

Pero no sólo los cambios son por parte del consumidor, sino también del operador. 'Por esta parte hay una tendencia de simplificar al máximo los dispositivos que los operadores tienen que instalar en las casas de los usuarios y tratar de llevar la mayor cantidad de funcionalidad a la nube o a sus plataformas de cómputo. Esto tiene unas ventajas muy específicas y es generalmente en los costos. Un porcentaje alto del costo de inversión es precisamente en los dispositivos que ponen los operadores en los hogares de los suscriptores: al simplificar estos dispositivos, básicamente se ahorran costos. Además, al llevar las funcionalidades a sus plataformas de cómputo, lo que llamamos la nube comúnmente, los operadores están también ahorrando en tiempo de respuesta y consiguen mejor satisfacción del cliente', expresa Estacio.

Ventajas de la implementación de nDVR

Con nDVR, los proveedores pueden mantener los anuncios frescos, entregarlos a la segunda pantalla, activar campañas de medios cruzadas, e incluso utilizar el análisis de contenido para hacer recomendaciones y presentar ofertas y promociones oportunas. Los análisis pueden también darles a ellos una idea de cómo los suscriptores están consumiendo el contenido, por lo que pueden mejorar la personalización y entregar una nueva forma de publicidad más envolvente y que se pueda procesar.

La tecnología nDVR tiene el potencial de convertirse en un servicio indispensable que ofrezca a los consumidores entretenimiento y pertinencia cada vez más personalizados, a medida que el ecosistema de los dispositivos conectados continúe creciendo con la evolución de las redes, y los consumidores exijan cada vez más de su entretenimiento.

Esta tecnología no es revolucionaria, sino 'evolucionaria'. Ya el suscriptor no tendrá que

utilizar una DVR para ver el contenido que dejó grabado, sino que ahora las grabaciones irán con él, y se podrán ver en cualquier momento y lugar, a través de un dispositivo que se conecte al proveedor, ya sea un teléfono inteligente, una tablet, o una PC.

EL CASO DE nDVR EN CALA

El tema de nDVR en todo el mundo y más en el Caribe y América Latina (CALA) es bastante nuevo en cuanto a disponibilidad para los suscriptores. Por ejemplo, en México, hay un par de operadores que están lanzando el servicio de forma comercial a sus suscriptores, pero muy tímidamente; en Colombia hay un operador que está lanzando algo similar, hay otro en Chile y uno grande en el Caribe, que tiene operaciones en varias islas, y que ya ofrece este servicio.

El ejecutivo de Arris señala que hay mucho interés en el mercado por lanzar esta clase de servicio. En estos momentos, como indicamos arriba, hay algunos operadores que están comenzando con la fase comercial, otros están en fase de implementación, otros en fase de planificación, y ellos predicen que a la razón de dos años va a haber una gran cantidad de operadores, sino la mayoría, ofreciendo este servicio. ¿En cuánto tiempo va a ocurrir la implementación de esta tecnología? Dependerá más de las negociaciones con los proveedores de servicio que de la rapidez con la que los proveedores de servicio puedan desplegar esta plataforma.

DESAFÍOS DE nDVR

Ahora bien, la implementación de esta tecnología trae desafíos asociados: al ser una tecnología nueva, tiene menos penetración



Marko Estacio

TELESTE BRINDA SOLUCIÓN DE STREAMING A ARGANET DE BRASIL

La empresa finlandesa de tecnología para video y banda ancha, **Teleste**, firmó un acuerdo con **Arganet** de Brasil para proporcionarle soluciones de adquisición y entrega de contenido en streaming para su servicio de IPTV. Entre las soluciones se incluye la plataforma digital **Teleste Luminato**, que incluye un nuevo receptor digital terrestre de ISDB-T.

Hanno Narjus, SVP de video y soluciones de banda ancha en Teleste, expresó: 'La plataforma de cabecera **Teleste Luminato** ha demostrado ofrecer fiabilidad y eficiencia de clase mundial en la prestación de la televisión en directo, y, con su receptor digital

terrestre ISDB-T, la plataforma está totalmente equipada para responder a las demandas específicas de los proveedores de servicios de América Latina'.

Por su parte, **Ricardo Pirola**, CEO de DDTV y socio de Teleste, comentó: 'Nos estamos centrando inicialmente en proporcionar una solución rentable de IPTV para los ISP, de los cuales hay más de 1200 en Brasil'.

En Brasil, los proveedores de servicios de Internet requieren un complemento TV y video a su oferta de servicios empresariales y residenciales. 'Trabajar con DDTV y Te-

leste nos permite cumplir con esto de la manera más eficaz', agregó **César Co-**

trim, director comercial de **Arganet**.

'América Latina está pasando por una rápida expansión de la televisión digital con el número de nuevos hogares de televisión digital previstos para llegar a 132 millones en 2020', completó. Narjus.



Hanno Narjus, socio en Teleste



VIENE DE PÁG. 45

que el servicio tradicional, lo que puede causar al comienzo poca satisfacción del cliente. Sin embargo, para los que nunca la han tenido significará un 'plus'. Como permite tener todas las grabaciones en diferentes plataformas, las personas tendrán que hacer recurso de las mismas cada vez que quieran ver algo grabado, lo que incrementará la demanda de capacidad de transmisión de datos de los operadores, y éstos a su vez tendrán que hacer una inversión en

mejorar o incrementar la capacidad que hoy se necesita, porque el contenido de hoy se graba en el disco duro del usuario y de allí no se mueve.

Pero el desafío más grande, a diferencia de Estados Unidos, o incluso de algunos países de Europa, donde la legislación puede ser clara en cuanto a protección de derechos de autor, de copyright, que es lo que se conoce como política de uso justo, en Latinoamérica cambia. 'En muchos de los países, esta regulación no existe; entonces la posibilidad de agregar uno

u otro canal al ofrecimiento de poderlo grabar en la nube va a depender exclusivamente de una negociación entre cada proveedor y el programador dueño de ese canal. Ese va a ser uno de los desafíos más grandes que van a tener los proveedores de servicios, porque tienen que entrar en estas negociaciones que pueden ser largas, que pueden llevar tiempo y digamos que el éxito del servicio como tal es poder ofrecer la mayor cantidad de canales disponibles para poder grabar', concluye.

WELL PLAYED

Si tu emisión es automatizada, de estudio o de noticias, Cinegy Air te tiene cubierto. El sistema más innovador del mercado, Cinegy Air, redefine la emisión. Utilízalo en tu propio servidor/ PC o consigue una solución llave en mano a través de un distribuidor local. Emite desde una máquina virtual o entorno de nube. Cinegy Air soporta SDI y la emisión basada en IP es estándar. Descubre cómo Cinegy Air puede beneficiarte tanto si tienes una pequeña estación de televisión o cientos de canales de emisión.

Descubre los beneficios operativos y de costes al cambiar a soluciones basadas en software como las que ofrece Cinegy: archivo, ingesta, edición, emisión, producción, monitoreo, noticias, transcodificación y otros flujos de trabajo. Escalable, asequible y rápido de implementar.

Prueba antes de comprar:
¡descarga tu versión de prueba ahora!

Para más información: www.cinegy.com o llámanos.
Las Américas – lláma Cinegy USA: +1 202-621-2350
Europa, Oriente Medio, África y Asia- lláma Cinegy Europa: +49-89-2388 5360

EXITOSA EDICIÓN DE TECNOTELEVISIÓN EN BOGOTÁ

El 6 y 7 de noviembre, se realizó en el centro Corferias de Bogotá, Tecnotelevisión, la expo dedicada a la industria Broadcast, que se mostró más nutrida en asistencia y en la parte comercial.

El evento contó con cerca de 3.500 asistentes de la industria e importantes marcas como Aja, Leader, Rohde & Schwartz, Krammer, Sennheiser, Newtek, Shure, SteadyCam, AEQ, Castel y mayoristas como Cricon y organizaciones como Antenas Latinas.

La novedad de este año fue que **Tecnotelevisión** se unió en el mismo espacio con **Tecno Multimedia InfoComm**, evento que se trasladó desde Medellín a la capital colombiana y fue bien recibido por los profesionales ya que ambos segmentos se complementan muy bien. 'El evento toma un aire nuevo con InfoComm y esperamos que para el año siguiente podamos asistir y presentar las nuevas soluciones en 4K y 8

K que propone Sony para el mercado', expresó **Carlos Yhama**, gerente técnico de **La Curaçao**, representante de Sony en Colombia.

Bryce Button, gerente de mercadeo de **Aja**, señaló: 'Ha sido muy interesante la orientación que se le dio al evento incrementando considerablemente la asistencia. Detectamos nuevos clientes y pudimos presentar nuestra línea de convertidores de señal, grabadoras e ir ambientando el tema de 4K con productos como la cámara Cion'.

Juan Pachón, ingeniero de ventas de **Rohde & Schwarz** en Colombia, comentó: 'Vimos a todos los clientes que esperábamos ver para presentar nuestra línea de productos de DDS, así como nuestro servidor *Media Production Hub Venice* para ingesta de video y playout, así como todo nuestro portafolio de medición para TV y FM y la plataforma de transmisores'.



Jorge Mario Valencia, de **Telemedellín TV y Radio**, **Orlando Tato Araque**, de **CCAT Colombia**, **José Abel López**, de la **Universidad Católica de Manizales**, y **Andrés Gómez**, de **Teleantioquia**



Ignacio Martínez, **Jorge Caballero** y **Francisco Rodríguez**, todos del área de ingeniería de **RCN Radio Colombia**

Los ejes temáticos durante toda la expo fueron los aspectos regulatorios, radio y tecnologías hacia el HD y ultra HD. **Orlando Tato Araque**, director CCAT Colombia, aseguró: 'Nos estamos demorando mucho en dar el salto a HD y el problema de esto es que el 4K ya está con nosotros y cuando nos demos cuenta ya habremos llegado igualmente tarde'.

Pedro Fierro, gerente general de **SportSat** señaló: 'Nuestro negocio es la producción y transmisión de eventos deportivos y estamos en un proyecto de implementar una nueva unidad móvil con la reciente tecnología de ultra HD, haciendo especial énfasis en el tema de audio digital, un tema que acá en Colombia empieza a madurar'.

Durante los dos días de feria, la oferta de servicios y productos fue extensa para muchos de los proyectos que se adelantan en el mercado colombiano. **Alfredo Sabbagh**, ex comisionado de la ANTV y docente de la Universidad del Norte de Barranquilla, dijo que desde la institución se buscan 'servidores de video para que los estudiantes hagan simulación de práctica de noticiarios'.

Ralph Messana, director regional de ventas LatAm de **Newtek**, aseguró que Colombia 'es un mercado muy dinámico e incluso para nuestra compañía ha superado a Brasil en el nivel de ventas. Esto nos tiene muy positivos



Juan Manuel Buelvas, de **TeleCaribe**, **Alfredo Sabbagh**, ex comisionado de la ANTV



Gonzalo Gamio, **Orlando Ortiz** y **Alejandro Vélez**, de **Sony**



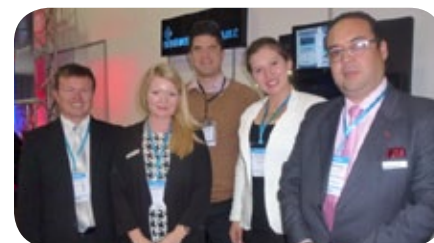
Manuel Rosado y **Bryce Button**, de **Aja**



José Enrique Rojano y **Ralph Messana**, de **Newtek**



Juan Pablo y **Ventura Blanco**, de **Aspa**



Einsinhawer Sánchez, **María Soydan**, **Roger Torres**, **Ana María Parra** y **Juan Pachón**, de **Rohde &**

PRISMA

PASSIVES

GAINMAKER

ARRIS

CONTINUUM

POWERVU

DEMODULATORS

STEREO ENCODERS



Tulsat

An ADDvantage Technologies Company

Ellos Llaman a Tulsat

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

1-918-251-2887

CHEETAH
TECHNOLOGIES™

CISCO

¿A quien llamar?

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



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.

EXITOSA EDICIÓN DE TECNOTELEVISIÓN EN BOGOTÁ

por los proyectos que se han generado especialmente con el programa *Vive Digital* que impulsa el Gobierno’.

Varios fabricantes y consultoras arribaron por primera vez al evento como el caso de Heliboss, la empresa que representa a la multinacional DJI que fabrica Drones; HSGT, la nueva compañía de Western Digital; Streaming Colombia; la canadiense Christie, la taiwanesa EAGO VISIO, y el mayorista mexicano Video Staff quien anunció la apertura de una tienda en Bogotá.

Carlos Forero, director de ventas de **Heliboss Colombia**, dijo: ‘El evento cumplió con todas las expectativas ya que presentamos nuestras soluciones básicas como el *Phanton* y el *F550*, así como soluciones de estabilización en vuelo con un éxito rotundo y con cierre de ventas’.

Gloria Cifuentes, country manager para Colombia, Perú y Chile de **HGST**, comentó respecto del evento, que ‘es la primera vez que asistimos y ha sido muy positivo; nuestras

soluciones de almacenamiento entre discos y NAS, han tenido una buena aceptación y vemos una fuerte demanda en el mercado por este tipo de productos’.



Yazmín Ardila, de **Aicox Soluciones**, con **Juan Pablo Mariño**, **Johana Rueda** y **Augusto Cardona**, de **Caracol**



Andrés Bohórquez, de **Presidencia**, **Walter Gómez**, de **CityTV**, y **Hugo Fedullo**, de **RCN Televisión**



Julián Castaño y **Carlos Cuadros**, de **La Curacao**



Julio Villar, de **Telvicom de Perú**, **Carlos Yhama**, de **La Curacao**, y **Antonio Sheen**, de **Telvicom**



Juan Carlos Aguirre y **Juan Pablo Salazar**, de **ANTV**

SET CONGRESSO & FERIA 2015:
23 AL 27 DE AGOSTO

La sociedad de ingenieros de telecomunicaciones de Brasil anunció la fecha de la edición 2015 de SET Expo, que tendrá lugar del 25 al 27 de agosto en Sao Paulo, con el congreso iniciando dos días antes para extenderse a cinco días.

El segundo Foro Latinoamericano de Comunicaciones se realizará en el marco de la SET Expo, el 25 y 26 de agosto. El evento contará este año con un sector denominado ‘Startups Arena’, donde se reunirán empresas que recién se están iniciando con foros de

discusión continuos y generando un flujo de contenidos, dentro del marco de la feria.

‘Tendremos dos días de congresos que no serán simultáneos con la feria, con una grilla completa. El primer día de exposición las charlas pararán hasta después del acto inaugural. El segundo día la feria, el congreso tendrá un horario acotado entre las 9 y las 12.30 y entre las 14 y las 16.30, finalizando el día 27 a las 12.30 del mediodía’, destacó el director de Marketing de la SET, **Cláudio Younis**, a los más de 50 representantes de empresas del

sector presentes en el acto de lanzamiento la semana pasada. ‘La idea es traer keynotes de renombre en la última jornada para que traccionen visitantes a la feria’, resumió Younis.

La feria se celebrará en el pabellón rojo, el nuevo edificio tendrá una superficie construida de 20.000 m2, con 11.000 m2 de superficie de exposición con salas adicionales en el segundo piso de la Expo Center Norte, además de la 1ª planta completa.

Pablo Galante, director de patrocinios y medios explicó que la política comercial de la SET Expo, dijo: ‘La nueva planta de la Expo tendrá un pabellón de radio para las pequeñas empresas que pueden mostrar las novedades de la industria en pequeños módulos. Todavía estamos negociando dos grandes pabellones internacionales que pueden ser parte de la exposición. De todas formas, habrá un área destinada a las unidades móviles’.



Olimpio Franco, presidente de SET



Olimpio Franco y **Pablo Galante**, de SET

EXP ANDINA LINK 2015



ANDINALINK EXPO 2015
MARZO 3, 4 Y 5 CARTAGENA

CATV
INTERNET
CONTENIDOS
NUEVOS NEGOCIOS
TELECOMUNICACIONES

USA
Tel: +1 305 767-4656
Fax: +1 954 990-5319

COLOMBIA
Tels: + 571 635-6898
+ 571 635-6887
+ 571 256-8387
Fax: + 571 256 8387

contacto@andinalink.com - www.andinalink.com

POR WILSON PÉREZ VÉLEZ, DESDE BOGOTÁ



PREMIUM QUALITY MADE IN USA

COLOMBIA: 200 EJECUTIVOS PARTICIPARON EN NEXTV SUMMIT

Una nueva versión de NexTV Summit Colombia & Andina se realizó el 19 y 20 de noviembre en Bogotá, donde los principales jugadores de la industria de televisión por cable y satelital discutieron la coyuntura de los modelos de OTT en mercados emergentes como lo son los países latinoamericanos.

El evento contó con la asistencia de al menos 200 ejecutivos de diversas empresas del país y representantes de compañías como Ericsson, Conax, Irdeto, Amino, Univ, Nagra, Brightcove, Eutelsat, Kaltura, ANTV, Accedo, Qubit, Smartbox y Caracol Play.

La industria de la televisión atraviesa un momento en el que se hace urgente enfocar

los esfuerzos hacia estrategias innovadoras de OTT, virtualización, soluciones híbridas y modelos sostenibles hacia Pay-TV. Para los expertos, la tendencia de ofertas de OTT frente a los servicios on-demand mantienen a la industria en un proceso de acomodación continuo que advierte varios retos.

David Londoño, director corporativo de mercadeo de Claro Colombia, dijo: 'Al final lo que se trata es acercar la tecnología a las personas. Claro Video hace una combinación de contenidos por web con librerías y más de 20 mil títulos que tiene la modalidad de pago por eventos. Pero lo que si es cierto es que aún no sabemos que clase de contenidos

y servicios podrían surgir con la adopción tecnológica que llegará'.

Por su parte, Rodolfo Ramírez, director senior de productos y servicios avanzados de DirecTV PanAmericana, destacó: 'Todo es un complemento entre tecnología y contenido en múltiples plataformas y dispositivos. Las personas cambian mucho sus hábitos de consumo y solo permanece en algunos eventos como el caso del mundial y este es un ejemplo: la industria da lo que demanda el público, dependiendo de dónde esté'.

Sofía Higuera, SVP & directora general del Cono Norte de Fox International, señaló: 'Es sorprendente cómo las nuevas generaciones consumen TV. Pasamos de tener compañías de servicio a creadoras de contenidos y los servicios de OTT revelan que las audiencias no hay bajado, han subido pero dispersas a distintos intereses. La TV es un vehículo de interacción como nunca antes se había visto'.

Precisamente, frente a lo que consume el público Ariel Barlaro, VP Latin America de Dataxis, indicó: 'Pareciera verse una nueva tendencia en la que la gente no tiene un comportamiento tan racional para consumir televisión y se está dando algo más social, es decir -busco hacer lo que hacen otros'.

Un estudio del DANE en Colombia indica que la penetración de TV en el país es del 50% siendo uno de los medios más importantes en los estratos más bajos. 'El 80% de los operadores siguen sin digitalizar su operación y toda la industria tiene que dedicarse a reinventarse máximo en dos años pese a que las inversiones son muy grandes; pero



Equipados para el Futuro

CNA es uno de los fabricantes y proveedores más innovador e importante de la industria de la televisión por cable.

CNA Es el proveedor homologado por el 95% de los principales operadores de televisión de pago en América Latina, Portugal y España.

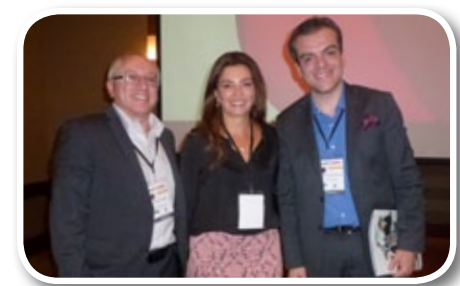
CNA incorpora a su actuales líneas de cable coaxial, productos para redes de Fibra Óptica en toda la gama de aplicaciones.

Nuestro modelo y experiencia, junto a nuestros procesos de distribución se refleja en una cartera completa de Fibra Óptica Mononodo y Multinodo para redes de corta y larga distancia.

- 24 HORAS ENTREGA
- 5 AÑOS GARANTIA
- GRAN AHORRO
- REVESTIMIENTO PERSONALIZADO

SOLICITE INFORMACIÓN SOBRE OFERTAS

(954) 312-1200



Rodolfo Ramírez, de DirecTV PanAmericana, Sofía Higuera, de FIC, y David Londoño, de Claro Colombia



Luis Pérez y Ezio Sánchez, de Conax



Sandra Conejos, de Amino, y Beverly Ford, de Irdeto



Juan Carlos Santamaria y Carlos Dominguez, de Kaltura Open Source Video



David Arias, Jensen Mark y Germán Prieto, de Ericsson



Marcela Garzón y Juan Francisco Muñoz, de Qubit, con Gale Agudelo y Valentina Cárdenas, de Asotic



Ignacio Fernandez, de Accedo, y Mauro Arikawa, de Irdeto



Máxima eficiencia y calidad CNA technology

COLOMBIA: 200 EJECUTIVOS PARTICIPARON EN NEXTV SUMMIT

la oportunidad de OTT sale de la TV misma’.

En esta línea, **Rodolfo Ramírez** de DirecTV agregó: ‘Hay que ver qué contenido ve la persona y crear una inteligencia suficiente para determinar un perfil de contenido especial. Tener una experiencia interactiva es parte de la oferta pues hay algunos que les gusta y a otros no’.

Pablo Goldstein, CEO, Unified Video Technologies, indicó: ‘Implementar una plataforma de OTT desde cero ahora es un proceso que gasta entre 12 a 14 meses. Esta velocidad de adopción permite adaptar a un operador a las nuevas reglas del mercado donde ya juega un papel como productor de contenido. Hoy hay una batalla campal ante nuestros ojos por quién se queda con el cliente y la manera de triunfar es conocerlo bajo modelos de ultra personalización’.

Aunque los retos e inquietudes subsisten, lo cierto es que las oportunidades revelan una nueva etapa de la industria que exige a muchos fabricantes de equipos y soluciones respuestas inmediatas como lo presentaron las empresas participantes en la zona expo del evento.

Juan Carlos Santamaria, VPGM para Latinoamérica de Kaltura, reconoció un gran

potencial en la región: ‘Participamos en los cuatro eventos de la gira por América Latina de NexTV presentando nuestra plataforma de OTT denominada *Media Go*, la cual tiene un tiempo de implementación de 3 a 4 meses. Hay que percibir este dinamismo más allá de la tecnología y enfocarse en los contenidos y los derechos de uso como forma de implementar modelos de negocio novedosos’.



Alex Felipelli, de Akamai, y Jouari Santiago, de Platform



Michal Stoma y Piotr Konczack, de CubiWare

Olvídense de la Molestia de Licencias

...con el Revolucionario Transcodificador VersActivePro de ATX

H.264

OTT

4x2

MPEG-2

SOHD

IPTV

2>4

Características Principales:

- Sin Licencias = Sin Complicaciones
- Excepcionalmente Económico
- Gestionable en Grupo

- Múltiples Tipos de Redundancia
- Calidad de Video Profesional

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



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
- Network Security Platform • Monitoreo y Planificación de Red • PC Fix
- Transición Flexible hacia IPv6 • Calidad de Experiencia (Qx)
- Soluciones de BSS • Gestión de Firmware

Visítenos en
www.intraway.com

NAGRA: LA NUEVA ERA DE LA TV POR SUSCRIPCIÓN EN AMÉRICA LATINA

América Latina, a su propio ritmo y dentro de las particularidades de la región, está consolidando su mercado de TV por suscripción de forma promisorio y en 2014 llega a más de 65 millones de usuarios. Solo en Brasil, líder del mercado, ya hay casi 20 millones de usuarios, según la **Agencia Nacional de Telecomunicaciones** (Anatel). México y Argentina ocupan el segundo y tercer lugar respectivamente. Aunque todavía no ha llegado la verdadera masificación, en un aspecto estamos al frente del resto del mundo: la casa conectada, una revolución que modifica los conceptos de TV por suscripción conocidos hasta este año.

La consolidación del consumo de la TV por suscripción exige que los operadores de la región que quieran mantener sus clientes actuales y aumentar sus carteras, inclusive compitiendo directamente con servicios de OTT, trabajen dentro de una realidad de banda ancha hiperconectada. Es decir, una realidad en la que se usen diferentes equipos con pantalla y caja acústica conectados a la nube para acceder al contenido contratado en diferentes pantallas, sin perder la calidad de la señal dentro o fuera de la casa. Aunque, por supuesto, el SmartTV seguirá siendo el escenario principal, los smartphones, las tablets, los videojuegos y las notebooks ahora demandan también su espacio en este mercado.

La casa conectada se está utilizando completa o parcialmente por tres operadoras en Brasil, una en Chile y una en Singapur, a través del connectware *OpenTV 5*. El término "connectware" fue creado por Nagra, quien lo desarrolló en poco más de tres años para diferenciar la solución de un middleware, utilizado solo para lenguaje de televisión. Se trata de una nueva categoría de producto que permite la convergencia de la estabilidad de la transmisión de la señal de TV con la velocidad de la banda ancha de internet e incluye nuevos modelos para hacer posible la "internet de las cosas", un término cada vez más utilizado. De esta manera, desaparece el problema de la fragmentación de los varios tipos de protocolos, modos de transmisión, redes y sistemas operativos, así como el problema de la protección del contenido de los equipos.

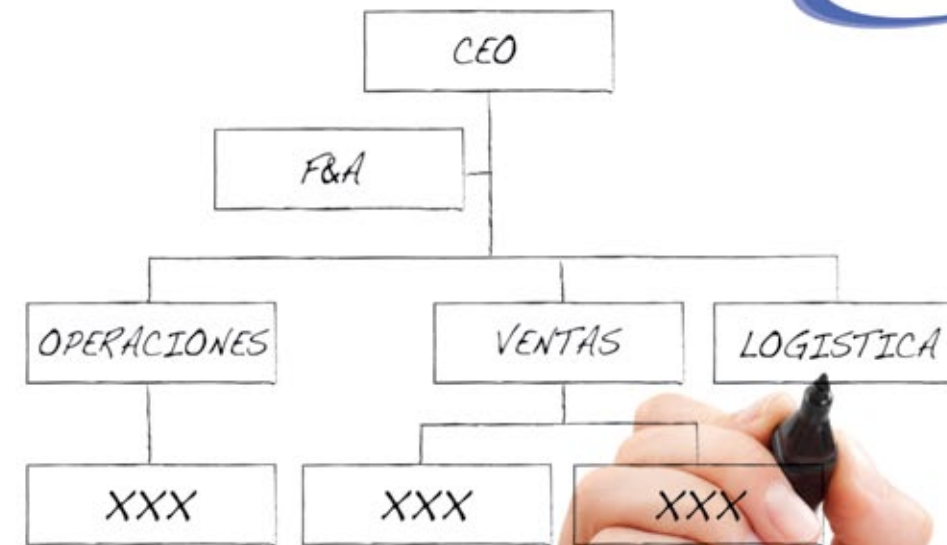
Y una plataforma nueva exige servicios nuevos. Desde su concepción inicial, el connectware ya tenía previsto un espacio para las tecnologías que fueran surgiendo con el correr de los años, como el nPVR, que no solo graba el contenido de todos los canales disponibles y de video bajo demanda en la nube, sino que también permite la grabación simultánea. También le recuerda al usuario los programas para que no olvide agendar la grabación, lo que se puede hacer con meses de anticipación,



Thierry Martin

y se puede acceder con seguridad al material, inclusive por descarga, para disponer de él fuera de línea.

El *OpenTV 5* y otras tecnologías, como el anyCAST PRM (el DRM de Nagra aprobado por los estudios de Hollywood), ofrecen maneras innovadoras de suscribirse y consumir el contenido premium de TV. El momento para las novedades de esta magnitud también es una gran noticia para los operadores, porque el público de América Latina, a pesar de estar satisfecho con las soluciones actuales, no se quedó en el tiempo y demanda "más, mejor y más rápido", ya sea por medio de antenas terrestres, cable o directo del satélite. La casa conectada fue un gran comienzo para una nueva era en el mercado de la TV por suscripción, pero todavía hay un largo camino por recorrer hasta que se vuelva más popular y accesible, con más y más operadoras que formen parte de este nuevo mundo hiperconectado.



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



SVC, PRESENTE EN EL 29° FESTIVAL DE CINE DE MAR DEL PLATA

Sistemas de Video Comunicación (SVC) otorgó una licencia de *Avid Media Composer* como parte del premio al "Mejor Montaje de Película Argentina en Competencia", entregado



Andrés Tambornino recibe el premio

durante el 29° Festival Internacional de Cine de Mar del Plata, que tuvo lugar del 22 al 30 de noviembre en esa ciudad.

La SAE entregó el mencionado premio a **Andrés Tambornino** por *Su realidad*, de **Mariano Galperín**, Argentina. La distinción contó con el apoyo de SVC y de su presidente, **Domingo Simonetta**, que otorgó al ganador una licencia de *Avid Media Composer* sumada a la estatuilla oficial de la SAE.

El jurado, integrado por **Alejandro Brodersohn** (SAE), **Enrique Angeleri** (SAE) y **Alberto Ponce** (SAE), fundamentó su decisión 'por su



Alejandro Brodersohn, de SAE, en la entrega de premios

original y lúdico acercamiento a los límites del documental y la ficción, su preciso sentido del ritmo y el desenfado logrado en su riguroso trabajo de montaje.'

CHILE MEDIA SHOW 10 AÑOS: LO MEJOR ESTÁ POR VENIR



LA PIRATERÍA TUVO IMPORTANCIA CENTRAL EN LAS CONFERENCIAS

Con buen ánimo y el nivel de convocatoria específica, se realizó la edición "10 años" de Chile Media Show organizada por el **Grupo Isos** en el **Hotel InterContinental** de Santiago de Chile. Tuvo varios puntos altos, entre los que se destacó una colorida fiesta de bienvenida en TVN donde la directora ejecutiva, **Carmen Gloria**, fue anfitriona. **Pablo Scotellaro** destacó que la convención se pudo hacer 'en un mercado que estaba fracturado una década atrás'.

Vale destacar que parte del éxito en estos años del evento es la decisión de **FIC** y **Turner** de invitar y ayudar a solventar el viaje de entre 20 y 30 operadores independientes. Del primer grupo, **Fernando Gualda** de **FIC** dijo que los próximos 10 años tienen que ser distintos, y que hay mucho por innovar en interacción y dinamismo. Aparte para **Prensario**, Gualda agregó que podría sumarse a los anunciantes y cambiar el formato de stands, a lo que los organizadores **Scotellaro** y **María del Carmen Soto** dieron buena acogida. Queda todo abierto entonces para los próximos años, tras una

edición que fue lo que se esperaba y tuvo a todos los clientes importantes, aunque algunos estuvieron en el Hotel Intercontinental puntualmente por la conferencia de **Fox** o la asamblea de **TV Cables de Chile** y no todos pasaron por los stands.

DOS PUNTOS ALTOS DE CMS

Fue espectacular la asamblea de la asociación **TV Cables de Chile** con más de 50 cableros, en un número superior al que se manejaba y los que invitaron los programadores. Estuvo presidida por **Luisiano Rosas** y **Cristián Zuleta**. Fue importante para el evento pero podría haberlo sido más.

Fernando Gualda protagonizó una presentación de producto y del mercado chileno, que mostró un alto nivel de concurrencia y la visita de clientes de primera línea, que incluso no se vieron tanto en el resto de la expo como **Francisco Guijón**, gerente de programación de **VTR**, **Fernando Gana** de **GTD** y **Pablo Mancuso** de **Entel**, aunque este fue a la fiesta. En la charla Gualda se abocó al lanzamiento de **Fox+** y al destaque de las audiencias que está consiguiendo la tv paga, que supera a la tv abierta y que tiene un promedio tres horas por día en sus espectadores. Puntualmente destacó lo hecho con **Deportes** en **Fox Sports**, que subió del 4% al 8% de la sintonía. También aclaró a **Prensario** en privado que hay mucho por hacer con la piratería en el país y, más allá de las FTA, puso énfasis en los 400.000 clientes análogos que tiene **VTR**. Dijo que ya lo habló con ellos y que pueden crecer mucho sobre eso.



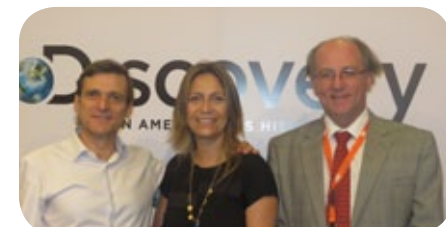
Inauguración: **Pablo Scotellaro**, **María del Carmen Soto**, **Humberto García**, **Alexis Piwonka**, **Enrique Almone** y **Jaime Belloio**

UNIDOS CONTRA LA PIRATERÍA

En tercer punto alto del evento estuvo en el foco contra la piratería que se vio en la conferencia de **Certal** —ver aparte— y en la inauguración del evento, donde **María del Carmen Soto** y **Pablo Scotellaro** destacaron como primicia, junto a **Humberto García** de **Tepal**, que a principios de diciembre se firmará en Roma el acuerdo entre esa entidad y **CERTAL**, *Unidos contra la piratería*, para encarar juntos la acción con los gobiernos por la ilegalidad. Incluye llevar 100 fiscales de la región a **Punta Show** en abril próximo. El acuerdo es totalmente independiente de la Alianza de **DirecTV** y la campaña de **Fox**, que tuvieron fuerte presencia también como decimos más abajo.

En el acto inaugural estuvo además a **Alexis Piwonka** de **TVN** y al presidente de **TV Cables de Chile**, **Cristian Zuleta**, que dijo que valoraba las campañas antipiratería y que al sector de pequeños siempre se lo relaciona con la piratería sin razón, cuando al contrario son perjudicados por hechos como las cajas FTA. También estuvieron para el corte de cinta **Jaime Belloio** y **Enrique Amone**, director ejecutivo de **Canal 5 UCV**, que poco después acompañaron a **Rolando Santos** de **CNN Chile** en una charla sobre el desafío de informar y entretener.

Por la mañana del segundo día estuvo la conferencia de **Marisa Piñeiro** de **AMC**, junto a **Lionel Brossi** de la Universidad de Chile, sobre **Redes Sociales**.



Sergio Canavese, **Loreto Gaete** de **Movistar** y **Javier Südel** de **Socoepa**



Pablo Mancuso de **Entel**, **Francisco Guijón** de **VTR** y **Carlos Ruffat** de **Canal 13**



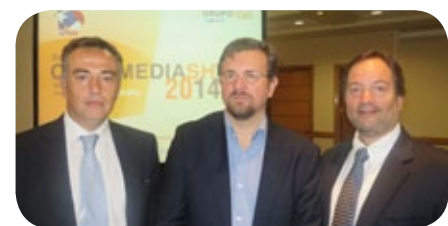
Fernando Gana de **GTD** y **Fernando Gualda** de **FIC**, tras su conferencia



50 operadores en la asamblea de **TV Cables de Chile**.



Rolando Santos de **CNN Chile** y **Enrique Almone** de **UCV**



Sergio Piris, **Pablo Scotellaro** y **Humberto García**

"PIRATERÍA CERO" DE FIC Y DIRECTV, CON LAS CAJAS FTA

CONFERENCIA DE CERTAL EN CHILE MEDIA SHOW

El comienzo de Chile Media Show fue tuvo varias conferencias sobre las nuevas tendencias de consumo, como los OTT y la TV Everywhere, donde participó **Román Guasch** del grupo **Turner**. Pero sobre todo, hubo un foco importante en la piratería con la conferencia de **Certal**, que destacó la presencia de **FIC Latinoamérica** y **DirecTV Chile**, además de **Daniel Celentano** por **ATVC**, que habló primero sobre los mitos de la piratería.

CIFRAS DE FTA

Paola Covarrubias, de **DirecTV**, habló de las cajas FTA y de las acciones de la empresa por contribuir a recuperar, con éxito, el mercado chileno. Primero, invitó a **Celentano** de **Cablevisión** para que se sume a la Alianza contra la piratería.

En 2012, se registró una caída del mercado de TV paga de 0,7% y fue cuando confesó que 'estábamos dormidos' con el tema de las FTA. En ese entonces, ingresaban 200.000 decodificadores ilegales traídos de China, de los cuales el 74% habían sido clientes de TV paga, es decir, que podían pagar. Ahora, a dos años del

apagón de **Nagra**, la industria creció un 3% y llega a 2.748.458 de suscriptores, el segundo mejor crecimiento de su historia. Todos los países, salvo Argentina y Chile, tienen legislación en contra de las FTA, pese a que el sector legislativo es el que más está apoyando.

Agregó que Chile tiene que cumplir con el TLC de 2004 que dice que 'debe darse protección a las señales satelitales'. Perú si lo tiene implementado al pie de la letra, Ecuador también y Uruguay, si bien sólo prohibió ciertas marcas como las **AZbox**, expresó su voluntad a través del propio Presidente saliente **Mujica** de erradicarlas.

PIRATERÍA CERO

Del lado de **Fox**, se destacó su Chief Antipiracy Officer **Daniel Steinmetz**, que ya estuvo en **Tepal** cuando se lanzó la campaña "Piratería Cero" que lidera el grupo con la chance de que los operadores denuncien casos de piratería. Dijo que su cargo se creó hace dos años y refleja la preocupación por las pérdidas de 2,3 mil millones de dólares al año por este tema.



Daniel Celentano, de **ATVC**, **Paola Covarrubias**, de **DirecTV**, y **Daniel Steinmetz**, de **Fox International Channels**

Su misión es 'generar revenues' a **Fox** con esta nueva estrategia.

Los pilares de su acción antipiratería son: acciones preventivas con capacitación y educación, el trabajo con los gremios (**Alianza**) y mantener el tema en la agenda pública. Y las acciones reactivas con el monitoreo del mercado, auditorías a afiliados, auditorías en general y denuncias y querrelas. Como resultados, hasta el fin de su año fiscal en junio habían trabajado con 254 operadores; hay 144 en seguimiento, 68 denunciados y fueron regularizados 42. Ya se realizaron 51 auditorías en México, República Dominicana, Colombia, Perú, Brasil, Argentina y Chile. Para 2015 se va a replicar lo hecho, pero va a haber más foco en la piratería online.

También hablaron **Coco Piris** de **Cablevisión** y **Certal Argentina** y **Humberto García** de **Tepal**.

TVN: GRAN PROTAGONISTA EN CHILE

TVN fue gran protagonista en Chile Media Show, donde fue anfitrión de la fiesta de bienvenida en una terraza de sus instalaciones, como había ocurrido tres años atrás. Fue central la presencia de su nueva directora ejecutiva **Carmen Gloria**, que destacó la característica de **TVN** como empresa que está con las nuevas tecnologías y la alianza como **Fox** para coproducir la miniserie *Sitiados*, que se verá el año próximo. Juntos también hacen **Fox Radio** con grandes mediciones de audiencia. De la misma manera destacó la coproducción con **Telemundo** *Dueños del Paraíso*, que destaca a **Keitel Castillo** y al rostro del canal **Jorge Zavaleta**, de la cual tiene un modelo de financiación única, según destacó **Carmen Gloria**.



Fernando Gualda, **Carmen Gloria**, **Pablo Scotellaro** y **Alexis Piwonka**

Es interesante además lo que está pasando con **Calle Siete** en países como Ecuador, Bolivia y Panamá.

Por su parte, **Alexis Piwonka** fue el anfitrión en la inauguración de Chile Media Show y en el stand en la expo, donde se promovió a **El Canal 24 Horas**.

CANAL 13 DE CHILE

Es reciente además que **Canal 13** se sumó a la tv paga local e internacional con decisión y una nueva área de nuevos negocios que lidera **Pablo Dosal**. El que tendrá para llevarla a cabo en los mercados internacionales de tv paga, como venía haciendo en la parte de contenidos, a **Carlos Ruffat**. Su señal internacional que viene en HD está disponible desde agosto pasado y esperan exponer en **Andina Link** y **Jornadas** el próximo años, aparte de ir a las demás ferias.



Carlos Ruffat y **Pablo Dosal**

CARTELERA

Alexis Piwonka, Loreto Gaete de Telefónica y Mauro Tolosa		

WireTech

PROVEEDOR INTEGRAL

Representante exclusivo







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

CLAXSON SE POSICIONA EN CHILE

Claxson, distribuidor de contenidos para adultos en Latinoamérica, continúa afianzando su posición de liderazgo en el mercado Latino y crece su presencia en Chile.

En 2014 ha sido un año muy positivo para Claxson en Chile, logrando lanzar el *Hotpack* en *Claro* y muy buena performance dentro de VTR donde el paquete adulto ya está disponible.

Recientemente, ha lanzado el *Hotpack + Hotgo* (la plataforma de tv everywhere) en DirecTV gracias a esta plataforma los abonados tienen la posibilidad de acceder a múltiples contenidos y en HD desde cualquier dispositivo conectado a Internet, sin costo adicional.

‘Estamos muy contentos con los resultados que hemos logrado este año en Chile donde ha sido clave la relación que construimos con nuestros clientes, acompañando su gestión con continua capacitación a la fuerza de ventas y asesorándolos en la mejora de su rentabilidad’, comentó **Federico Carbonell**, director de ventas de Claxson.

Claxson es el grupo multimedia pionero en la convergencia de medios en Iberoamérica. Productora y distribuidora líder de contenidos de entretenimiento para el mercado de habla

hispano y portuguesa, ha logrado el más alto nivel de satisfacción, tanto en consumidores como en los operadores de la región, con soluciones óptimas de mercadeo interactivo e innovadores servicios digitales de alta calidad. La compañía produce y comercializa un conjunto de señales de entretenimiento para adultos cuyos contenidos y programación de alta calidad están disponibles a través de múltiples plataformas de distribución y con una completa variedad de modalidades de venta. Su portafolio de marcas es líder en la región, incluyendo Playboy TV, Playboy HD, Venus, Sextreme, Penthouse y Private y, en exclusiva para VOD, Playboy HD, Venus HD, Hot Shots, Hot Shots HD y Penthouse HD. Además produce contenidos para celulares y dispone de una plataforma de TV Everywhere, HOT GO, a través de la cual los usuarios pueden disfrutar de los contenidos de sus principales marcas, donde y cuando lo deseen.



Federico Carbonell

CANAL U: 10 MILLONES DE ABONADOS

Una novedad importante recabada por Prensario en Chile Media Show es que el *Canal U*, que tiene a **Pablo Scotellaro** como presidente, llegará con un acuerdo con *CanTV* de Venezuela a los 10.5 millones de suscriptores. Los mismos fueron conseguidos en poco más de un año, lo que habla de un récord para las grillas actuales, más allá que en muchos países vaya en forma gratuita.

En este lapso, según agregó Waldemar Deus, también hubo acuerdos importantes como la Red Intercable y Supercanal en Jornadas de Buenos Aires. Para Paraguay es importante además el celebrado con Tigo y cables del interior, cubriendo una población.



Waldemar Deus, gerente general

HUSTLER

Mientras cumple 40 años en el mercado como gran marca del mercado erótico, *Hustler* ya se oye en la región, cuando en 2013 nadie sabía que estaba pasando con ella.

Alexander Behrens dice que lógicamente falta por hacer y que es un trabajo que va a llevar más tiempo, pero es interesante lo que se hace en los medios y otros periódicos locales incluso con notas con el propio **Larry Flint**. Esto ayudó a que la marca se consolide como la más grande de contenido autónomo.

‘Cerramos el año con esa visión y para el año que viene buscamos mayor crecimiento y mantener la marca. Esperamos crecer en los clientes medianos, no sólo los grandes. Así que será una estrategia de mayor cobertura.’



Alexander Behrens

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.

dibox one

hunter

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

CALENDARIO

ENERO 2015

- NATPE 2015 (20-22) FOUNTAINEBLEAU RESORT, MIAMI BEACH, FLORIDA

FEBRERO

- DISCOP ISTANBUL 2015 (24-26), INTERCONTINENTAL CEYLAN HOTEL, ISTANBUL, TURKEY
- RIOCONTENTMARKET (25-27), RIO DE JANEIRO, BRAZIL

MARZO

- ANDINA LINK 2015 (3-5), CARTAGENA, COLOMBIA
- EXPO CANITEC (25-27), MEXICO CITY, MEXICO
- SPECIAL AdSALES, ARGENTINA

ABRIL

- NAB (11-16) LAS VEGAS CONVENTION CENTER, USA
- MIP TV (13-16), PALAIS DES FESTIVALS, CANNES, FRANCE
- PUNTA SHOW (22-23), CONRAD RESORT & CASINO, PUNTA DEL ESTE, URUGUAY
- VI CUMBRE APTC (22-24), CUZCO, PERÚ
- NCTA - THE CABLE SHOW 2015 (MAY 5-7) - CHICAGO, USA

MAYO

- LA SCREENINGS, (*), LOS ANGELES, USA
- FORO ASOTIC 2015 (*), BOGOTÁ, COLOMBIA

JUNIO

- TV CONNECT LATIN AMERICA 2015 (*), SAN PABLO, BRASIL
- EXPOCINE, VIDEO, TV (16-19), WTC, CIUDAD DE MÉXICO
- FORUM BRASIL MERCADO INTERNACIONAL DE TELEVISÃO (*), SÃO PAULO, BRAZIL
- NEXTV SOUTH AMERICA SUMMIT 2015 (*), BUENOS AIRES, ARGENTINA
- FERNITEL. Ec 2015 (*), QUITO, ECUADOR
- NATPE EUROPE 2015 (22-25), PRAGUE, CZECH REPUBLIC

JULIO

- ENCUENTRO REGIONAL DE TELECOM. 2015 (*), ROSARIO, ARGENTINA
- EXPO-CONVENCIÓN TEPAL 2015 (*), HOTEL HARD ROCK DE PANAMÁ

(* LA FECHA NO SE HA CONFIRMADO HASTA EL MOMENTO)

● CHILE MEDIA SHOW

TAC MOSTRÓ SOLUCIONES FTTH

Leo Rodríguez, presidente de TAC, filial chilena de Latinoamericana TCA, comentó en que se basó su stand doble de Chile Media Show, que lideró junto a su socio local Walter Bisiach, con quien están en el mercado desde el '93. 'Vemos la tendencia del mercado hacia las redes de datos de alta velocidad, donde las OTT van por la estructura del cablero y donde es necesario armar una red sustentable al futuro. Eso ha llevado a varios cableros a implementar las FTTH, pues hay que poder dar cinco megas para brindar un canal clave como HBO.

La importancia de esta solución es que es escalable; con poca plata se puede experimentar e ir mutando la red. Somos los únicos que tenemos proyectos concretos de este tipo en el mercado en operadores pequeños y medianos, si bien los grandes lo hacen a su manera. Pero ahora los operadores independientes pueden

elegir y dar internet de alta velocidad. Nosotros tuvimos los equipos en el stand y lo mostramos funcionando'.

Además de Chile, es interesante lo que pasa en Ecuador, donde pondrían una nueva planta de cable coaxial en Quito. Es otro ejemplo del avance regional de TCA.



Walter Bisiach, Leo Rodríguez y equipo con Marcelo Murrón y Eric Valdebenito de Digital Net de Villarrica, IX Región

INTERNEXA: TRANSPORTE Y CONECTIVIDAD MAYORISTA EN CHILE

Internexa, empresa de transporte de telecomunicaciones con red de fibra y conectividad mayorista de internet, está en Chile desde 2010. El proyecto comenzó en 2008, cuando se evaluó la opción de abrir la red en el país, y en 2009 se adquirió la red a CEMET. En general se usan infraestructuras propias, pero como en Chile no había se determinó un despliegue rápido. En este momento se cuenta con 2.700 kilómetros de red, y Chile es ideal con su corredor donde están las ciudades principales.

Dice su director de ingeniería de clientes en Chile Carlos Giraldo: 'Los negocios evolucionaron bien desde 2010 y tenemos entre nuestros clientes el 60% de los operadores grandes. En transporte los usuarios son los operadores nacionales y en la parte mayorista de internet hay dos tipos de clientes: ISPs y cableros por un lado, y por el otro el de los grandes operadores por cable submarino, a los que brindamos también el acceso a contenidos.

Los CDN mundiales notaron esta estrategia y empezaron a usarlo, con lo que tenemos grandes OTT internacionales de video, video en línea, descarga de software e ebooks'.

'Cuando un cliente se conecta a Internexa descongestiona su red. La nuestra es una estructura neutral y abierta. Internexa emparejó la cancha para que todos los operadores lo puedan usar. La idea es generar competitividad en el mercado, mantener la red neutral y que más redes cableras puedan venir' completó.



Carlos Giraldo

ENTEL

Pablo Mancuso destacó que lleva unos meses en Entel y que por ahora sólo con la oferta satelital ya tienen 80.000 clientes. Son una marca móvil líder pero todavía no usan todo su poder de ventas hasta estar seguros de satisfacer bien la demanda.

Están trabajando en una plataforma de fibra al hogar para 2015 y en mejorar y diversificar su oferta de señales, que incluye paquetes de 58 y 65 canales con HD básico como diferencial, lo que es propio a un DTH.



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



9635 Widmer Rd
Lenexa, KS 66215
ph: 913-888-5100
adamscableequipment.com