

GAME CHANGERS

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

LA GENTE DE ARRIS –
INVENTANDO EL FUTURO

Año 20 - # 249
DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Prensario Internacional

www.prensario.net

Television • Digital Platforms • Licensing

**VII CUMBRE APTC
CUSCO
2015**

22, 23 y 24 de Abril
Centro de Convenciones de la
Ciudad de Cusco, Perú

PUNTASHOW
summit
2015

28 y 29 de Abril
Hotel Conrad
Punta del Este,
Uruguay

intx the internet &
television expo

5 al 7 de Mayo
McCormick Place,
Chicago, USA

THE
CABLE
&
SHOW

TECNE FERIA TECNOLÓGICA AUDIOVISUAL **TECNE**

TECNE

26 al 27 de Mayo
Estación Mapocho,
Santiago de Chile

EOC SERIES

**WEC-9720EK series
homeplug AV EoC local
side equipment**

WEC-9720EK series device is the upgrade version of the WEC-35011 series device.

It is mainly used for bidirectional transformation of HFC network.

Adopt Qualcomm AR7410 chip scheme and fully keep to the HomePlug AV/IEEE P1901 technical standard.



WEC-9720EK SD220



WEC-35011 I

WEC-9720EK XD25



WEC-9720EK C22



EOC SERIES

**WEC-3702I &
WEC-701 series
homeplug AV EoC slave
equipment**

WEC-3702I adopts Qualcomm AR6400 chip scheme. WEC-701 adopts Qualcomm Ar7411 chip scheme.

Strong anti-interference capability, high out of band rejection and small interference to CATV signal.

Support 1 TV output port and 4 user Ethernet ports.

Adopt 128-bit DES data encryption, effectively protect the security of transmitted data.



WEC-701 C4



WEC-701 E4 or WEC-3702 I



BEYOND BOXING

**LIVE LIKE
A CHAMPION**

● **APTC PERÚ,**
● **PUNTA SHOW URUGUAY,**
● **INTX USA Y**
● **TECNÉ CHILE**



Esta segunda edición de abril de PRENSARIO es una de las revistas de mayor recorrido del año, cubriendo cuatro eventos en diferentes países.

Comenzamos con la VII Cumbre de la **Asociación Peruana de televisión por Cable**, (APTC) en Cusco, Perú. Es uno de los eventos que más se han consolidado en el calendario regional con eficacia por la cantidad de operadores independientes que están creciendo para equilibrar un mercado tradicionalmente acaparado por **Telefónica**. Mientras otras convenciones son cuestionadas, ésta se va consolidando por el potencial de crecimiento del mercado y la dispersión de empresas, que favorece este tipo de encuentros.

Pocos días más tarde, se lleva a cabo una nueva edición de **Punta Show** de Uruguay, en la ciudad de Punta del Este y enfocada al presente de la TV lineal y la TV paga y también al problema de la piratería. Habrá fuerte presencia de **Antel**, el ente estatal proveedor de telefonía e Internet, influyente en el mercado por su red de fibra óptica.

A principios de mayo, en la ciudad de Chicago en Estados Unidos, comienza **INTX**, – The Internet & Television Expo, versión “reimaginada” del tradicional The Cable Show, organizado por la **National Cable Telecommunications Association** (NCTA) con mayor énfasis en

la tecnología y la banda ancha. Enfocada inicialmente en programación y tecnología —en menor grado que la Expo SCTE— para el mercado doméstico de Estados Unidos, es una cita tradicional para los grandes operadores de Latinoamérica, junto a Natpe desde que ésta se hace en Miami. Tepal realizará una reunión de su Junta Directiva durante estos días.

Finalmente, hacia fines de mes volveremos al Cono Sur para **Tecné Chile**, el evento de broadcasting de ese país que empieza a ganarse su lugar. Con su estabilidad económica, canales a la vanguardia y un buen trabajo de los integradores, el mercado luce atractivo. Siendo el primer evento tras la NAB, verse sus novedades por primera vez en la región, incluso antes que en la expo Cine Video Televisión de la revista Telemundo de México. PRENSARIO va a iniciar la experiencia con este show, ampliando su apuesta regional.

No nos olvidamos tampoco de la parte de AdSales, con el informe respecto de las ventas publicitarias en Argentina y por Internet y la participación en ellas de la TV paga. No menos importante, se verá en todos los mercados el compromiso con la lucha contra la piratería que encaran **Fox International Channels** y otras compañías con continuidad en esta importante iniciativa.



APTC IN PERU, PUNTA SHOW IN URUGUAY, INTX IN THE US, TECNÉ IN CHILE

This second April edition is one of Prensario's most widely distributed publications of the year, encompassing three conventions across the Americas.

It starts with the Peruvian APTC cable association meeting in Cusco; while other Latin American markets are maturing, Peru still exhibits high growth potential and its independent cable operators are trying to grab a share in a marketplace so far dominated by Spanish Telefónica.

A few days later, Punta Show in Uruguay showcases a market with small population but high pay television penetration. And, it

has Antel, a powerful state-controlled telco with a monopoly on Internet access that has developed a fiber optics network that has put the nation at front of the Latin American region in terms of access speed. Antel has so far refrained from delivering linear television over this network, but this could change in the future.

In early May, the city of Chicago will host the INTX/NCTA convention, with more focus on OTT and Internet than what was found at the traditional Cable Show it is replacing. Latin American executives will be there to get acquainted with the developments; Latin

cable federation Tepal will be holding one of its Board meetings during this venue.

Las but not least, this publication will enjoy special distribution at Tecné Chile, a broadcasting conference and exhibition that is the first one to be held after the NAB and, therefore, will highlight many of the technology developments unveiled at the Vegas gathering.

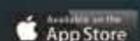
This issue also features our traditional yearly report on the Argentina advertising market, with special focus on how pay television is playing its cards in a very competitive environment.

SOMOS LA EVOLUCIÓN DEL ENTRETENIMIENTO



Las nuevas tendencias e impresionantes innovaciones tecnológicas con que hoy contamos te ponen al alcance de todo el mejor entretenimiento que solo HBO Latin America Group te puede ofrecer.

HBO
LATIN AMERICA
GROUP



PUNTA SHOW

PUNTA SHOW 2015: DE LA TV A LAS TELECOMUNICACIONES

Del 28 al 29 de abril, en el ya tradicional Conrad Hotel de Punta del Este, **Grupo Isos** organiza una nueva edición de Punta Show, con abundancia de temas para discutir y la habitual exposición comercial de productos y servicios.

El programa académico incluye, el martes 28, la mesa de Televisión moderada por el **Ing. Humberto García**, secretario de

Tepal, la asociación de cableoperadores y asociaciones de cableoperadores de América Latina, y la anunciada presencia de directivos de la telco **Millicom** —de reciente entrada en los mercados latinoamericanos— y **Fox International Channels**. De acuerdo a los pronósticos, es de esperar un dinámico intercambio de opiniones sobre la situación de la TV paga lineal, frente al anunciado avance de los OTT —que envían señales de video por streaming a través de Internet— y en particular el caso de **Netflix** y su ambicioso plan de producción propia, por lo tanto no disponible en los canales lineales.

Para los cableoperadores —los uruguayos tendrán su reunión privada en la misma mañana— este avance de las transmisiones OTT plantea una competencia adicional a la que ya representa **DirecTV**, especialmente en el caso de localidades donde todavía impera la modalidad de canales analógicos, frente al HD que ofrece el sistema satelital y la mayor definición de Netflix —y otros— a través de la red de fibra óptica tendida por la telco estatal **Antel** en los últimos años, con el consecuente aumento en el ancho de banda disponible para los usuarios que deseen contratarlo.

Aquí la situación parece diferir en lo que respecta a los sistemas de cable en Montevideo, controlados por los tres broadcasters de la ciudad capital, y los operadores del interior, agrupados en la **Cámara Uruguaya de Televisión para Abonados** (CUTA) y **Andebu**, la asociación de broadcasters donde también participan las emisoras de aire de radio y televisión montevidéanas, en tanto las radios del interior se agrupan en **RAMI**. Pese a competir entre sí y diferir las opiniones de sus directivos



Maria del Carmen Soto en la inauguración de Punta Show 2014



Walter Burzaco de ATVC Argentina y Humberto García de Tepal



Edgardo Ortuño

en diversos temas, los sistemas de cable de Montevideo (**TCC**, **Montecable** y **Nuevo Siglo**) han cooperado en lo técnico, utilizan una red común y en diciembre pasado dejaron de emitir señales analógicas en forma conjunta, con lo cual cada uno de sus suscriptores pasó a necesitar un decodificador, a la vez que se ahorró ancho de banda a través de la compresión digital y se erradicaron —o poco menos— las conexiones clandestinas a que exponen las señales analógicas.

En el interior, algunos de los cableoperadores se han resistido a invertir en la digitalización de sus señales —que permite las emisiones en alta definición, HD— y se han encontrado vulnerables a las propuestas alternativas del operador satelital **DirecTV** —que es totalmente digital y ofrece una significativa cantidad de canales HD— y también a **Netflix**, en aquellas zonas donde ya está conectada la red de fibra óptica de Antel.

De acuerdo a **URSEC**, la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones, a junio del año pasado había 685.000 suscriptores declarados por las empresas —por ley, es obligatorio hacerlo—, de los cuales casi 279.000 estaban en Montevideo. Para Private Advisor Consulting Team (PACT), a febrero de 2015 había un total a nivel país de 760.000 abonados, de los cuales 610.000 corresponden a cable e inalámbrico y 150.000 a DTH. En 2014, CUTA firmó un acuerdo con Antel para la interconexión de redes y otros aspectos; por ahora, el ente estatal se ha abstenido de ofrecer televisión lineal en forma directa, lo cual hubiera causado un cataclismo entre los cableoperadores.

El acceso a Internet es punto delicado en la

relación entre los cableoperadores y Antel, que tiene el monopolio de esta actividad y priva a la industria del cable de un ingreso que en algunos países supera al de la televisión; el ente estatal sólo admite que operen como 'distribuidores' de sus servicios y no en forma independiente. La conferencia magistral durante Punta Show, titulada *Uruguay: Política de Telecomunicaciones*, con la presencia —a confirmar— de la **Ing. Carolina Cosse**, actual Ministra de Industria, Energía y Minería y titular de Antel durante la presidencia de **José Mujica**, servirá probablemente para aclarar la estrategia que el gobierno presidido por el **Dr. Tabaré Vázquez** aplicará durante los años de su mandato. Como motivo de orgullo, Uruguay exhibe en la actualidad la mayor velocidad promedio de acceso a Internet de toda América Latina, según **Ookla**: 20,6 Mbps, frente a 15,0 en Chile —el segundo país en este listado—; 13,4 Mbps en Brasil; 12,5 en México; 6,7 Mbps en Colombia; 6,6 en Perú y 6,2 Mbps en Argentina: como referencia, el promedio mundial es de 22,9 Mbps. Por otro lado, Antel anunció recientemente que se reducirá el ritmo de los trabajos de extensión



La piratería se roba lo mejor de tu negocio.



Cada operador que decide NO pagar por nuestros canales, le resta recursos a la Producción y Compra de Contenidos, al desarrollo de tecnología, a la inversión que es necesario hacer para que nuestra Industria siga creciendo. Es simple, cuando aumenta la piratería, se empobrece nuestro negocio. Sumate a nuestra iniciativa, por una Industria contra la ilegalidad. Sumate en www.pirateriacero.com y salvemos lo mejor de nuestro negocio.



de la red, a partir de un déficit de 176 millones de dólares en 2013 y 276 millones en 2014, tras resultados positivos en 2010 a 2012, de acuerdo al Ministerio de Economía y Finanzas. En sus primeras declaraciones tras ser electo, el presidente Vázquez manifestó que su gobierno controlará no sólo las inversiones sino también la prioridad en ellas; la Ing. Cosse —citada por el diario El País— ha defendido las inversiones realizadas calificando a la fibra óptica como ‘una inversión a 30 años’ y que se pagará con ‘retención de clientes, los servicios de mayor velocidad y los nuevos modelos de negocios’, entre los cuales existe siempre la posibilidad de que sea incluido el video lineal.

CONTRA LA PIRATERÍA EN TV PAGA

La campaña *Unión Contra La Piratería*, anunciada el año pasado por Certal y Tepal, tendrá abundante espacio en Punta Show este año, con varias sesiones dedicadas a analizar acciones ‘contra el fraude en los servicios de TV paga’, las ‘Realidades de la Piratería en TV Paga de América Latina’ y un panel político-jurídico donde se analizarán las leyes existentes en di-

versos países, entre ellos la Argentina, Uruguay, Paraguay, México y Panamá.

A las manifestaciones tradicionales en la actividad, como las conexiones clandestinas a sistemas existentes, sistemas totalmente clandestinos y —para los programadores— la toma de señales no autorizadas por parte de operadores reconocidos y el subreporte por parte de los operadores reconocidos, se han agregado en los últimos tiempos los usuarios de equipos FTA, diseñados para recibir señales satelitales libres pero adaptados —con software que se actualiza por Internet— para vencer la codificación de las señales de TV paga y así recibirlas sin el pago de abono mensual.

Otras iniciativas al respecto son la campaña *Piratería Cero*, encarada a partir de septiembre de 2014 por **Fox International Channels**, que ha invitado a programadores colegas a sumarse a la acción y tiene previsto incitar a la industria en su conjunto a abandonar la señales analógicas; en un año, *Piratería Cero* ha detectado ‘más de 200 casos de cableoperadores piratas, de los cuales 47 han sido reportados a las autoridades y 15 han sido regularizados’, además de

haber logrado una sentencia judicial con **Cable Color** de Honduras y ‘realizar 50 auditorías a operadores, con balance positivo’, de acuerdo a lo declarado en su momento a **PRENSARIO** por **Daniel Steinmetz**, responsable del área antipiratería de FIC Latin América.

Por su parte, la **Alianza Contra la Piratería de TV Paga** fue fundada en 2013 y en ella participan **DirecTV**; las telcos **Telefónica** y **Claro**; programadores como la propia **Fox**, **HBO**, **Turner**, **ESPN**, **Discovery**, **Globosat** y **Televisa**, entre otros, y empresas de equipamiento como **Nagra Kudelski** y **Cisco**.

Entre los avances logrados en la materia figuran la legislación en Uruguay contra la importación de cajas FTA y condenas a comerciantes que vendían equipos FTA modificados en Brasil, Colombia. La Alianza anunció en Andina Link el cierre de operaciones de AZ-Box, con un trabajo conjunto de Claro Brasil, Nagra y entes gubernamentales de ese país; en Venezuela se incautaron 8 mil equipos y en Paraguay se realizó ‘una redada a uno de los centros de comercialización de equipos FTA más conocidos del país’.

AGENDA: PUNTA SHOW 2015

MARTES 28 DE ABRIL

09:00 a 11:00 HS

REUNIÓN DE LA CÁMARA DE OPERADORES DE TV. REUNIÓN DE RADIODIFUSORES

10:30 a 11:30 HS

JUAN RAMÓN GARCÍA BISH, “HABITOS DE CONSUMO DE CONTENIDO MULTIMEDIA EN LA TV PAGA”

12:00 a 13:30 HS

CONFERENCIA MAGISTRAL: “URUGUAY: POLÍTICA DE TELECOMUNICACIONES”

PALABRAS DE APERTURA: PRESIDENTE EJECUTIVO DE CERTAL, LIC. PABLO SCOTELLARO - ENTREGA DE RECONOCIMIENTOS PARTICIPA: ING. CAROLINA COSSE, MINISTRA DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA DEL URUGUAY.

13:45 HS

ACTO DE APERTURA Y CORTE DE CINTA.

PARTICIPAN: MARÍA SOTO, PRESIDENTE DE GRUPO ISOS INTERNACIONAL IVONNE PASSADA, VICEPRESIDENTE DE URUGUAY MARÍA JULIA MUÑOZ, MINISTRA DE EDUCACIÓN Y CULTURA CAROLINA COSSE, MINISTRA DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA HORACIO RODRÍGUEZ, PRESIDENTE DE CUTA SUSANA HERNÁNDEZ, INTENDENTA DE MALDONADO ANDRÉS TOLOSA, PRESIDENTE DE ANTEL

14:00 a 19:00 HS

FERIA COMERCIAL.

14:30 a 15:00 HS

LANZAMIENTO DIVAS TV

15:00 a 16:00 HS

MESA DE TELEVISIÓN: “EL FUTURO DE LA TV PAGA Y DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS”.

PARTICIPAN: MAURICIO RAMOS, CEO DE MILLICOM SERGIO VEIGA, FOX INTERNATIONAL CHANNELS LA

UNIÓN CONTRA LA PIRATERÍA - CERTAL, TEPAL

“ACCIONES CONTRA EL FRAUDE EN LA TV PAGA”

16:00 a 16:30 HS:

APERTURA PARTICIPAN: - JORGE O. CHEDIAK GONZÁLEZ, MINISTRO DE LA SCJ DE URUGUAY - EDUARDO BONOMI, MINISTRO DEL INTERIOR, - JORGE DÍAZ ALMEIDA, FISCAL DE CORTE Y PROCURADOR GENERAL DE LA NACIÓN - HUBERTO GARCÍA, SECRETARIO GENERAL DE TEPAL - CARMELO RUGGILO, PRESIDENTE DEL DIRECTORIO DE CERTAL

16:30 a 18:30 HS

PANEL TÉCNICO: “REALIDADES DE LA PIRATERÍA EN LA TV PAGA DE AMÉRICA LATINA”

PARTICIPAN: - RODOLFO MENDOZA, GERENTE GENERAL DE APRODICA, GUATEMALA - WALTER BURZACO, PRESIDENTE DE ATVC, ARGENTINA - MIGUEL GUTIÉRREZ, ÁREA LEGAL DE AZTECA TV DE PAGA,

MÉXICO.

- ANTONIO SALLES TEIXEIRA NETO, COORDINADOR GRUPO NÚCLEO ANTI-FRAUDE DE ABTA, BRASIL - HUBERTO GARCÍA

MIÉRCOLES 29 DE ABRIL

UNIÓN CONTRA LA PIRATERÍA - CERTAL, TEPAL “ACCIONES CONTRA EL FRAUDE EN LA TV PAGA”

09:30 HS

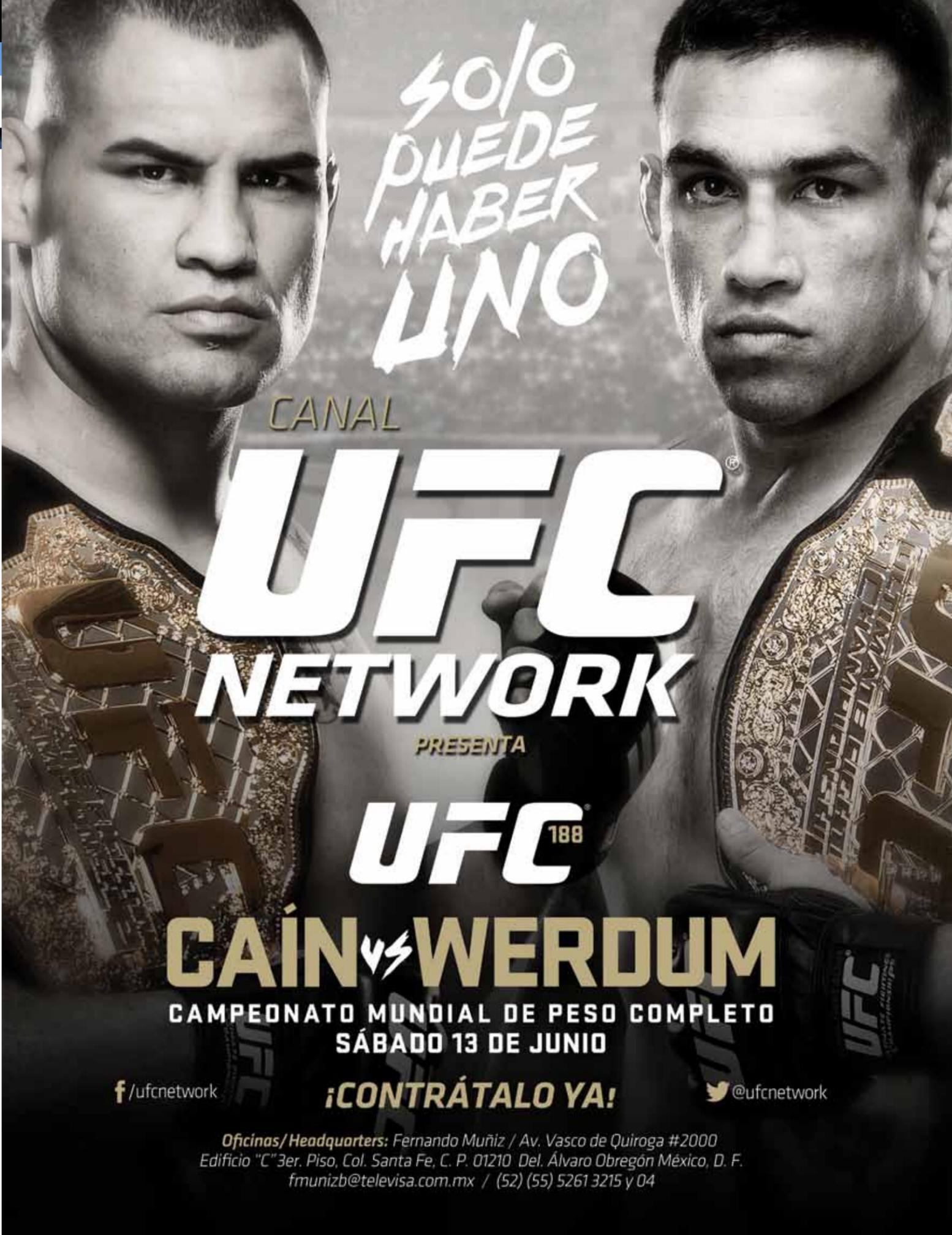
PRESENTACIÓN DE LA GAZETA DE CERTAL

10:00 a 12:00 HS

PANEL INSTITUCIONAL PARTICIPAN: - REPRESENTANTE DE LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE URUGUAY - ROSA SABRINA FLORES, FISCAL LETRADO DEPARTAMENTAL DE CERRO LARGO - REPRESENTANTE DEL PODER JUDICIAL DE PANAMÁ. - MINISTRO DE LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE PARAGUAY - SERGIO PIRIS, CERTAL ARGENTINA - MARTA OCHOA, DIRECTORA EJECUTIVA DE ALIANZA CONTRA LA PIRATERÍA DE TV PAGA - MAURICIO DE NÚÑEZ, SOCIO GERENTE DE MEDFUT, ARGENTINA.

11:00 a 17:00 HS

FERIA COMERCIAL.



BETHEL, "EL CANAL PARA LA FELICIDAD DE LA FAMILIA"

En el 2000, emitió por primera vez su señal en Lima, Perú; actualmente el medio cristiano es denominado el "misionero para las naciones" por su alcance internacional.

Hace 15 años nació **Bethel Televisión**, un medio cristiano que, además de difundir la palabra de Dios, entrega educación y cultura a los cinco continentes. Su fundador, el reverendo **Rodolfo González Cruz**, quiso que este canal se convierta en un instrumento para unir a la familia.

Es así que, con el paso de



Historias Reales



los años, Bethel se convierte en la cadena de televisión cristiana más importante del Perú y la de mayor proyección en el mundo, gracias a su presencia en seis satélites.

PRODUCCIÓN QUE EDIFICA

La Hora de la Transformación es el programa pionero de Bethel. El mensaje de Dios expuesto por el Rev. González Cruz ha sido de gran bendición para familias de todo el mundo, restauradas gracias al Todopoderoso.

Otra de las producciones que mayor impacto causa en los televidentes es *Respuesta Pastoral*. Espacio de llamadas y preguntas en el que miles de personas han encontrado solución a sus problemas gracias al consejo bíblico.

Además, la serie *Historias Reales*, ya en su tercera temporada, se ha convertido en una interesante forma de exponer el poder transformador de Dios en la vida de hombres y mujeres que dejaron una vida de sufrimiento para

encontrar la felicidad anhelada. Filmada en impresionantes locaciones del Perú, promete impactar muchos corazones necesitados de un milagro.



EN ALTA DEFINICIÓN

Estos contenidos ahora se encuentran a la vanguardia de la tecnología, gracias a que, luego de varios años de esfuerzo, la pantalla de Bethel presenta una programación a la altura de los estándares internacionales de imagen en alta definición-HD.

Desde el uno de Enero de 2015, Bethel Televisión lanzó su programación en alta definición. Con el contrato del satélite Intelsat 11 ahora ofrecemos a todas las empresas cableoperadoras o CATV y canales de televisión esta señal de manera LIBRE para América y Europa.

FRANCE 24/RFI: LANZAMIENTO EN MONTECABLE DE MONTEVIDEO

Olivier Mortier y **Pompeyo Pino** estuvieron con un stand en Canitec y comentaron a **PRENSARIO** como sigue el proceso de inserción tanto del canal **France 24** como de la señal de radio **RFI**, cuyo trabajo sostenido está dando resultados importantes, tras la entrada en **Cablevisión de Argentina** en diciembre pasado.

Olivier Mortier sostuvo que ese lanzamiento fue histórico y fuera de lo común para ambas partes, y que es fruto de una gran alianza con **Cablevisión** y también de la gran empatía que hay entre Francia y Argentina con su gran componente francófilo.

Creen que eso puede generar efecto rebote en otros países con una cultura similar o que están con economías fuertes como Chile y Colombia, por lo que también estuvieron

en Andina Link.

URUGUAY

En esa tendencia positiva se podría encuadrar a Uruguay, pero es un mercado independiente al que también se viene apostando y trabajando desde hace bastante tiempo. Como fruto de esa negociaciones de largo plazo se está logrando un lanzamiento de singular importancia para el mercado uruguayo como es Montecable, que se daría para Punta Show a fines de abril.

MÉXICO

Otros mercados fuertes como Brasil merecen un trabajo por separado y lo mismo México, y que tiene también posibilidades con el canal en inglés. Un momento importante



Pompeyo Pino y Olivier Mortier en Canitec

será el Festival de Cannes, que se cubrirá tanto en francés como en inglés, y en general se trata la información con otra a los que el público está acostumbrado. Para apoyar todo eso estuvieron presentes como se dijo en Canitec y en DF, con la oportunidad de encontrarse con los grandes operadores dentro o fuera del evento. Estos se impresionaron bien con la calidad de la señal tanto por su programación como a nivel multimedia.

Acerca de la parte de radio de RFI, en México está teniendo un empuje fuerte con la compañía Radio Asociados que incluye más de 60 radios y tiene mucho peso también por la convergencia.



canalu.uy
CANAL U

Palacio Salvo, Pza. Independencia 842 Unidad 201
T: (+598) 29028678/9540
Montevideo • Uruguay

canalu.official
@canaluuy
www.canalu.uy
canalu@canalu.uy

APTC VUELVE A CUSCO Y CON UN DÍA MÁS DE MUESTRA COMERCIAL



La **Asociación Peruana de Televisión por Cable (APTC)** realiza del 22 al 24 de abril, la VII Cumbre que vuelve a la imponente ciudad de Cusco, cuna de la civilización incaica, como en su primera edición allá por 2009, pero con grandes logros en su haber y de cara a una nueva elección que determinará la continuidad del consejo directivo de la entidad que nuclea a los operadores de cable independientes del Perú.

El 8 de abril tuvo lugar el proceso electoral que determinó el empate entre los socios **José Chevarría Peralta** y **Demóstenes Terrones Fernández**, que se debatirán en una segunda vuelta el 13 de mayo para determinar quién sucederá a la actual administración de **Ovidio Rueda**, en la presidencia desde 2012.

Desde su primera edición hasta este regreso a la ciudad milenaria, la APTC ha logrado

consolidar sus cumbres como un evento obligado para los proveedores de tecnología que apuntan a los operadores independientes, que juntos acaparan la cuarta parte del mercado de TV paga nacional. Sólo la APTC reúne 41 socios que nuclean cerca de 300.000 suscriptores.

Esto en el marco de su siempre vigente lucha contra la piratería en el interior del país y la disipación de empresas "informales", que ofrecen el servicio a precios menores que los del mercado. En su edición anterior en Piura, la asociación se mostró enfática en el reclamo a las autoridades y a los programadores para avanzar en la resolución de esta problemática.

En cuanto a los operadores independientes, se trata de un segmento de empresas más pequeñas pero no por eso menos pujantes, y enfocadas en mantener sus operaciones sólidas y brindar mejores servicios, subirse a la oferta de Internet y de apoco digitalizar sus operaciones e incursionar en el HD. También es cita obligada de los programadores, que encuentran un público ávido de contar con las mejores ofertas de contenidos en sus grillas.

Como novedad, este año se suma un día más de expo comercial. Hasta el año pasado, el primer día estaba destinado sólo a las presentaciones técnicas y académicas pero el crecimiento de la feria hizo que se desde el día 1 se pueda recorrer la muestra comercial.



Ovidio Rueda y Demóstenes Terrones

Al igual que en sus últimas ediciones, las capacitaciones se vienen enfocando en la tecnología para la prestación del servicio de Internet por la red de fibra óptica, actualización en temas de electrónica y la migración al FTTH. Uno de los principales objetivos es estar preparados para recibir la red dorsal de fibra óptica promovida por el gobierno nacional que permita llevar banda ancha a nivel nacional.



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



Gonzalo Ruiz, presidente del consejo directivo de Osiptel



SCORD
SOFTWARE

Reducir · Optimizar · Gestionar

SOFTWARE DE GESTIÓN PARA EMPRESAS CABLEOPERADORAS

- Mejorar la calidad de su servicio.
- Prevenir la morosidad de sus clientes.
- Conocer más de sus clientes y evitar los fraudes.
- Controlar los ingresos y gastos que realizan sus colaboradores.
- Saber sobre el uso de los materiales que realizan sus técnicos.

CUENTE CON INFORMACIÓN CONFIABLE EN EL MOMENTO Y LUGAR QUE LO NECESITE

- ✓ Software configurable a la medida de su empresa
- ✓ Servicio Post-Venta garantizado 7 x 24.
- ✓ Facilidades de pago hasta 12 meses.
- ✓ Integración CAS y CMTS.

Tenemos LA SOLUCIÓN
Con SCORD usted podrá:

SI USTED ESTA BUSCANDO QUE SU EMPRESA SEA EFICIENTE Y COMPETITIVA, LLAMENOS...

Teléfono: +51 1 637 5977 - Celular: +51 968 005 005 / +51 968 654 142
informes@4masbusiness.com - www.4masbusiness.com



- Proyectos para cabecera digital
- Soluciones de distribución y soporte
- Servicio de diseño profesional
- Gestión de materiales
- Servicios end-to-end
- Soporte técnico post-venta
- Amplio Staff capacitado



Scientific Satellite

> Marca que se distingue en tecnología digital <

1 (954) 349 1755
1 (954) 435 3906

giselle@scientificsatellite.com

(511) 436-7200 / 436-7500 / 428-0413 / 426-3887 Nextel: 819*9225 / 819*8508
RPM: *067711 #949482738 #983619950 #943136082 #949062948

ventas@scientificsatellite.com

PROGRAMA APTC 2015



22 DE ABRIL
AUDITORIO PRINCIPAL ICPNA

De 08:00 a 13:00

- RUEDA DE PRENSA
- INAUGURACIÓN
- CONFERENCIA MTC
- CONFERENCIA OSIPTEL
- CONFERENCIA INDECOPI
- CONFERENCIA SCIENTIFIC SATELLITE,
- ING. TOMÁS DELGADO
- CONFERENCIA APTC, ING. JUAN GARCÍA BISH

23 DE ABRIL
PLAZA REGOCCO S/N CUSCO

De 08:00 a 11:00

- CONFERENCIA PICO DIGITAL
- CONFERENCIA TELEFÓNICA DEL PERÚ

11:00

INAUGURACIÓN DE LA MUESTRA COMERCIAL

15:00 a 17:00

CONFERENCIAS COMERCIALES

20:00

CENA SHOW

24 DE ABRIL

PLAZA REGOCCO S/N CUSCO

De 08:00 a 11:00

- CONFERENCIA KROTON
- CONFERENCIA FURUKAWA

15:00 a 17:00

CONFERENCIAS COMERCIALES



OVIDIO RUEDA: 'HEMOS LOGRADO CONSOLIDAR LA APTC EN LATINOAMÉRICA'

Ovidio Rueda, presidente de la APTC, se muestra muy optimista sobre los avances de la asociación de operadores independientes de Perú, que reúne 41 socios y cerca de 300.000 suscriptores entre todos ellos. Este año, se renovará el consejo directivo y la junta revisora de cuentas para el periodo 2015-2017. Las elecciones, que tuvieron lugar el 8 de abril, dieron empate por primera vez, por lo que se realizará una segunda vuelta el 13 de mayo.

Muy optimista de cara a esta nueva Cumbre en la ciudad de Cusco, y a pocos días de confirmar quién será su sucesor al mando de la entidad, el ejecutivo dijo a PENSARIO: 'Hemos logrado consolidar nuestra asociación y tener una mayor presencia a nivel latinoamericano gracias

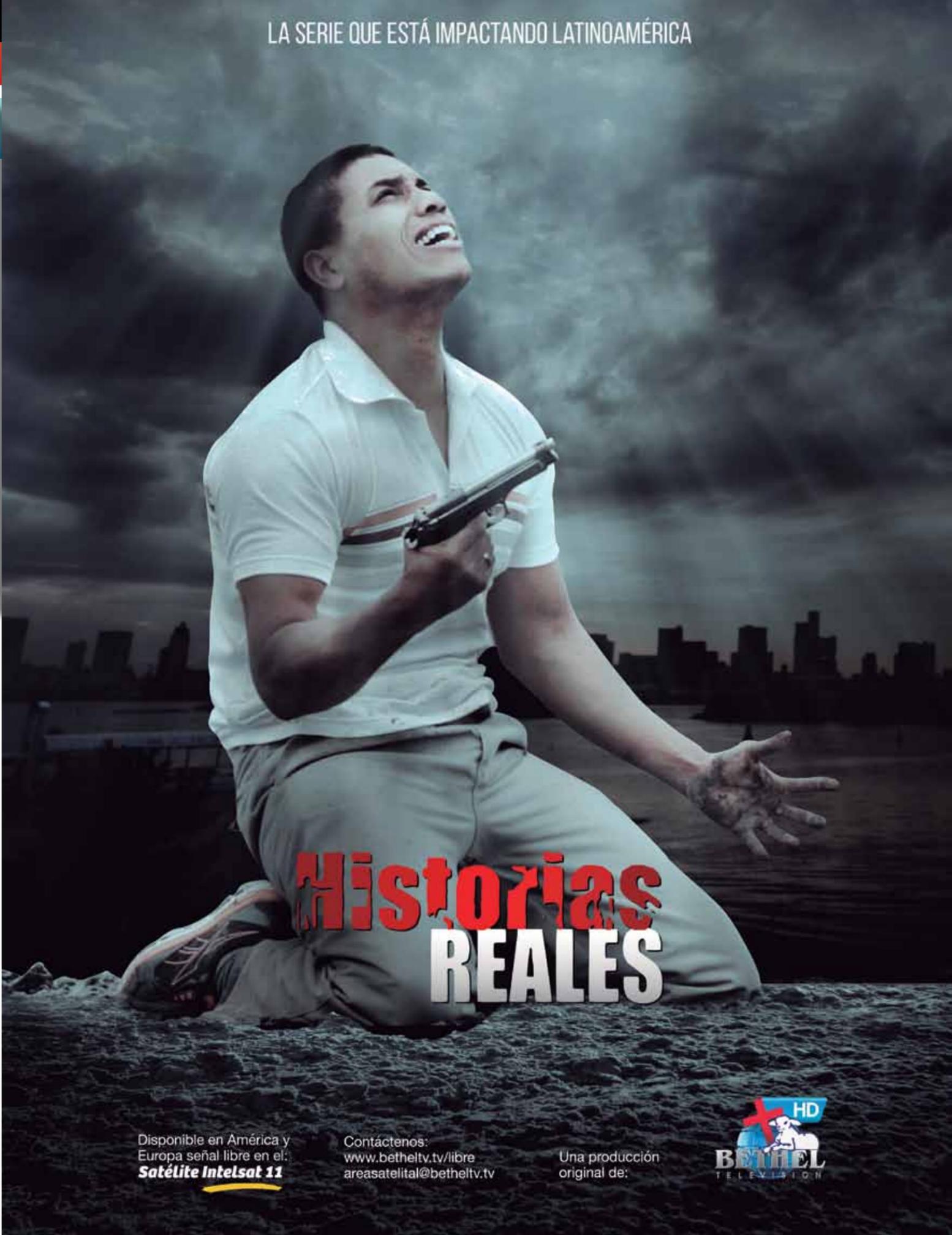
nuestra asistencia en Colombia, Argentina, Brasil, y otros países que nos han permitido afianzar alianzas estratégicas y conocer cómo se maneja y se vive el sector en otras realidades'.

Sobre la expo convención, el presidente de APTC, señaló: 'En esta oportunidad estamos haciendo un esfuerzo enorme que nos permitirá captar una mayor cantidad de participantes y de empresas expositoras. Por ello, en Cusco reuniremos a no menos de 500 visitantes y 50 empresas de todo el mundo entre las que destacan AMC Internacional, Azteca Internacional, Discovery, ESPN, Fox, HBO, Telefe, TuVes HD, entre las empresas proveedoras de contenidos, y otras como FYCO, Furukawa, Pico Digital, entre las que brindan servicios y suministros'.



Ovidio Rueda

'Como en años anteriores y a pedido de nuestros asociados, dos destacados profesionales y reconocidos expertos nos acompañarán durante el primer día de conferencias, que se complementará con la presencia de especialistas de diversas instituciones del Estado y otros representantes de empresas particulares que permitirán a los participantes tener una mayor y mejor capacitación. Además al sumar un día completo para la feria comercial, tendremos tres jornadas íntegramente preparadas para todos'.



Historias REALES

Disponible en América y Europa señal libre en el: **Satélite Intelsat 11**

Contáctenos: www.bethel.tv/libre areasatelital@bethel.tv

Una producción original de:





Demóstenes Terrones (Best Cable Perú), presentó oficialmente su candidatura a la presidencia de la APTC - Periodo 2015 – 2017 (Lista Nro. 2)

Estimados Amigos y Colegas:

Con mucho afecto y respeto, les dirijo la presente para reiterarles la identidad comprobada de mi persona y el compromiso demostrado, a través de los años, con el presente y el futuro de la Asociación Peruana de Televisión por Cable –APTC.

Desde la fundación de la APTC hasta el presente he venido colaborando desinteresadamente, en forma decidida y plena, por la afirmación institucional que permita defender los intereses compartidos de nuestra agremiación ante las entidades públicas y organismos internacionales; con el propósito común de estar siempre en las mejores condiciones para que nuestras empresas puedan mantenerse y crecer de acuerdo a nuestras capacidades.

Como es de conocimiento general e sido Vicepresidente de la Asociación Peruana de Televisión por Cable, en los dos últimos periodos presididos por el Sr. Ovidio Rueda y con el cual hemos alcanzado logros significativos para nuestros asociados; es por ello que en mi total desprendimiento no dude en ceder mis oficinas ubicadas en San Isidro para que ahí funcione la APTC durante los 4 años de mi gestión como Vice-Presidente sin ningún costo para la APTC.

Por eso, con los antecedentes de haber trabajado siempre por la defensa de los intereses compartidos que tenemos como operadores de televisión por cable, es que me presento ante ustedes como CANDIDATO DE LA LISTA NRO. 2 a la PRESIDENCIA de la APTC con el único propósito de representar a nuestra asociación ante los entes gubernamentales como son el MTC, OSIPTEL e INDECOPI y asimismo hacerle frente a las empresas programadoras las cuales en algunos casos vienen abusando de los asociados.

Para ello, hemos logrado inscribir una LISTA DE CANDIDATOS a la JUNTA DIRECTIVA con EXITOSOS AMIGOS OPERADORES de las diversas regiones del país, serios y responsables y comprometidos a invertir en que la Asociación Peruana de Televisión

por Cable (APTC); para tener a disposición un buen estudio jurídico de abogados que nos defienda ante las entidades antes mencionadas.

Por tales consideraciones, estimado amigo y colega, mucho te agradeceré me brindes el apoyo con tu voto racional y emocional el 13 de mayo día en que se llevara a cabo la segunda vuelta; para hacer juntos de la APTC la institución eficiente y transparente que todos queremos.

Con mis mejores afectos su amigo de siempre,



Demóstenes Terrones Fernández

CONSEJO DIRECTIVO

Presidente: Demóstenes Terrones Fernández CATV SYSTEMS EIRL

Vicepresidente: Jorge Luis Zamora López SUPERCABLE TELEVISION SRL

Tesorero: Mauro Zamora López TELECABLE PAITA SRL
Secretario: Jesús Angulo y Andrade CABLEVISIÓN TUMBES SAC

Primer vocal: Hugo Chang VIP CHANNEL

Segundo vocal: Jorge Vargas GRUPO ECONOCABLE

Tercer vocal: Ana González CABLEVISIÓN DEL SUR

JUNTA REVISORA DE CUENTAS

Presidente: Eduardo Enrique Rivera Mori OMNISAT COMUN. Y SERVI. SRL

Secretario: Carlos Angulo y Andrade CABLEVISION DEL NORTE

Vocal: Juan del Pino Cangalaya CABLE LATINO SAC



LO MEJOR EN EQUIPOS OPTICOS FTD NETWORK

- Transmisores Ópticos
- Nodos Ópticos
- Receptores Ópticos
- Plataformas Ópticas
- ODF 12, 24, 48 y 96 hilos



Equipos para HEADEND

- Antenas Parabólicas de fibra de Vidrio para Banda C y Banda KU (somos fabricantes) Homologadas por el MTC.
- Moduladores PCM 55 SAW
- Combinadores Pasivos PHC - 24G (Pico Macom)
- Amplificadores Mini Bridgers, de Linea: Motorola y FTD NETWORK
- POWER SUPPLY 14 Amp.

visitanos en www.corpetel.com.pe



GRUPO CABLE VISIÓN LANZA SUS PRIMERAS CABECERAS DIGITALES

Jesús Angulo, gerente del Grupo Cable Visión de Perú, confirmó a Prensario que este año lanzará sus primeras cuatro cabeceras digitalizadas.

‘Estamos en conversaciones con algunos proveedores de este servicio y tenemos la confianza que en este año podremos dar ese paso.’

‘Las inversiones están enfocadas a la construcción de redes HFC, con la finalidad de expandir las zonas de servicio para mantener nuestra presencia en el mercado, con los servicios de televisión por cable e Internet’, añadió.

Además, el ejecutivo comentó que el foco principal de sus proyectos está en la mejora y crecimiento de los servicios de televisión por cable e Internet.

Sobre la programación que ofrece su sistema, señaló: ‘Nuestra programación es variada con una segmentación de canales



Jesús Angulo, gerente de Cable Visión

para toda la familia, incrementando algunos canales como por ejemplo DHE, XTime y TyC Sports’.

‘Desde finales del 2013 hemos retirado de nuestra programación los canales de la cadena Fox International Channels, por su incomprensiva política de ventas adoptada en los últimos años. Sin embargo nuestra grilla de canales ha tenido buena aceptación por nuestros clientes’, explicó.

Para la VII Cumbre APTC, adelantó: ‘Nuestra empresa tienen grandes expectativas, ya que nos permite capacitarnos en la parte técnica, tener una visión a futuro sobre el desarrollo de la industria, coordinar con los órganos de control del Estado

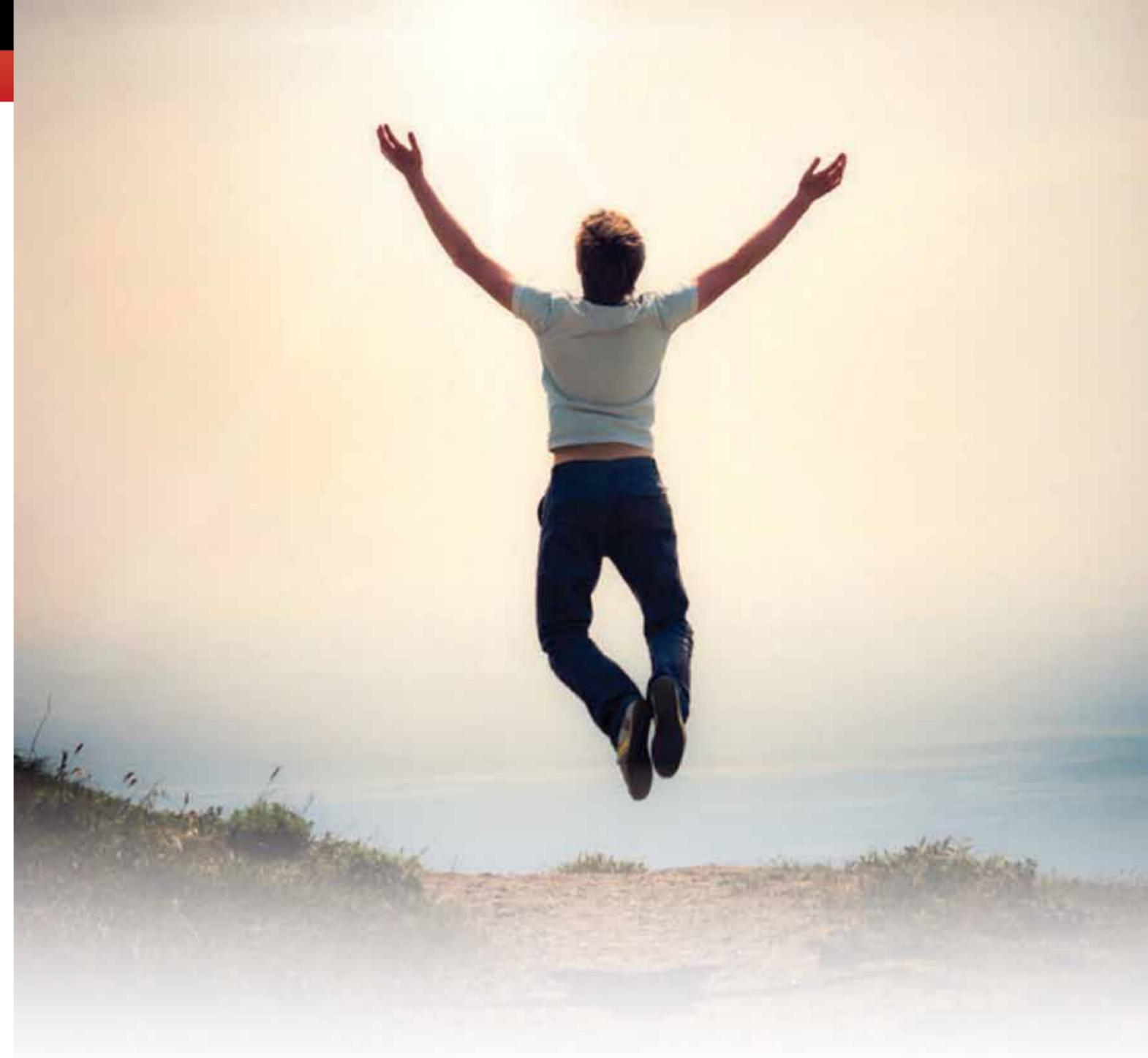
para eliminar la piratería y propender al cumplimiento de los dispositivos legales, finalmente tener un contacto directo con nuestros proveedores’.

De cara a las elecciones para renovar el Consejo Directivo de la APTC, Angulo comentó: ‘Tenemos dos candidatos para reemplazar Ovidio Rueda. El nuevo presidente de la APTC para el periodo 2015-2017 se definirá el día 13 de mayo en segunda elección, podría ser José Chavarria Peralta o Demóstenes Terrones Fernández’.

Siscoax
conectamos el mundo!

En Siscoax® creamos todo con una nueva perspectiva, nuestros herrajes son aliados de tus metas.

+57 4 444 6177
+57 4 444 6177
info@siscoax.com
www.siscoax.com



INTI NETWORK

Es el primer canal HD multiplataforma con contenido 100% dedicado al bienestar del cuerpo, mente y espíritu de los latinoamericanos.



INTI
NETWORK



BEST CABLE PERÚ INVIERTE EN TV DIGITAL E INTERNET DE ALTA VELOCIDAD

Posicionado como uno de los operadores más fuertes del mercado de independientes de Perú, **Best Cable** vuelve como todos los años con todo su equipo a la Cumbre APTC de Cusco para seguir invirtiendo en sus redes. 'Actualmente, tenemos dos cabeceras digitales con 50 señales digitales SD; una de ellas es nuestra cabecera principal, que se encuentra en Lima, y la otra está ubicada en Chiclayo', dijo a Prensario el presidente de la compañía, **Demóstenes Terrones**.

'Nuestras inversiones están enfocadas en implementar una red HFC con plataformas nodo +0 y nodo +1 para brindar televisión analógica y digital e Internet de alta velocidad DOCSIS 3.0 para lo cual contamos con el equipamiento adecuado como un CMTS Arris Mod. C4', detalló.



'Estamos abocados en brindar un servicio igual en todas las zonas y para ello trabajamos en el tendido de nodos lo más pequeños posibles (N+0 y N+1), con la finalidad de que nuestra señal sea óptima en todos los lugares que atendemos', completó Terrones.

Sobre la VII Cumbre, dijo: 'Nosotros vamos a asistir como todos los años para tratar de ver alguna nueva tecnología y esperamos que nuestro personal técnico se capacite de la mejor manera'.

Cabe destacar que esta edición es especial para Terrones, quien se postula para suceder a Ovidio Rueda en la presidencia de la Asociación Peruana de TV por Cable. Este mes se llevó a cabo la primera elección, donde se produjo un empate y ahora va por la segunda vuelta, en la que espera ser electo para el periodo 2015-2017.



Demóstenes Terrones

'Desde la fundación de la APTC hasta el presente he venido colaborando en forma decidida y plena por la afirmación institucional que permita defender los intereses compartidos de nuestra agremiación ante las entidades públicas y organismos internacionales; con el propósito común de estar siempre en las mejores condiciones para que nuestras empresas puedan mantenerse y crecer de acuerdo a nuestras capacidades', concluyó.

CENTROAMÉRICA SE VIVE EN CB24

- NOTICIAS
- ENTRETENIMIENTO
- DEPORTES

EL PRIMER CANAL DE NOTICIAS DE CENTROAMÉRICA

@cb24tv cb24.tv cb24.tv

TAREA PARA EL HOGAR:
SALVAR EL MUNDO.



NUEVA SERIE

Disney

AGENTE

K.C.

CON ZENDAYA

MUY PRONTO



4 BUSINESS: MÁS IMPLEMENTACIONES DE SCORD 2 EN PERÚ Y COLOMBIA

Javier Ríos, titular de 4 Business, comentó a Prensario que la empresa desarrolladora del sistema Scord está trabajando en la implementación de la segunda versión de su producto estrella en tres nuevos operadores de Perú. 'Tenemos muchas expectativas de

seguir creciendo debido a esta versión presenta mayores prestaciones y la misma estabilidad que caracteriza a la primera'. Las nuevas implementaciones se están realizando en las localidades de Moyom-



Javier Ríos con Manuel Aguilar Zamora, propietario de TVSAM de Perú



bamba, Tarapoto y Cartavio. 'Se trata de una empresa que está empezando a brindar el servicio de TV digital y necesita una herramienta que los apoye en el proceso', señaló Ríos.

Además, explicó que ya está funcionando en tres ciudades de Colombia y que en mayo se instalará en otro municipio de ese país. Entre ellos, se destaca la implementación en Comunicamos Más de Colombia. 'El 24 de abril se cumplió un mes de utilización en este proveedor de cable (analógico y digital) e Internet y la respuesta viene siendo satisfactoria. Scord 2 se ajusta a las necesidades de esta empresa organizada, que cuenta con sus procesos bien establecidos y trabaja de manera ordenada'.

Por último, y de cara a la Cumbre APTC, afirmó: 'Apuntamos a ingresar a mercados nuevos como son Chile y Bolivia, y seguir creciendo en los seis países donde hoy se usa Scord'.

CRYPTOGUARD



Tobías Nystrom y María Nelly Vázquez

Una de las novedades que se vieron en la última edición de Andina Link, fue **CryptoGuard**, compañía especializada en CAS que ya tiene 14 clientes en Latinoamérica y 120 a nivel global.

La expo de Cartagena le permitió terminar de cerrar negocios con grandes grupos de Perú, Brasil y otros mercados, según expresó **Tobías Nystrom**, director de ventas para Latinoamérica.

Entre las ventajas de la marca, se destacan la flexibilidad y profesionalidad de sus soluciones. 'La idea es tener presencia progresiva en la región', finalizó el ejecutivo.



TVAgro
Te acerca al campo
www.tvagro.tv



Piedad Martinez P.

Móvil: 057 314 862 08 14

Phone: +57 (4) 448 25 00

Ext. 8175-8177

Correo: pmartinez@globalmedia1.tv



www.globalmedia1.tv

DIVAS TV SE LANZA EN PUNTA SHOW

PROGRAMACIÓN TRIPLE X DE CALIDAD

La nueva señal de contenido para adultos, **Divas TV**, tendrá su lanzamiento oficial el 28 de abril a las 14 en el Hotel Conrad, en el marco de Punta Show. La señal apunta a atrapar a un público que busca películas condicionadas de alta calidad de producción.

Mauricio Peña, director de Divas TV, dijo que lo que inspiró al lanzamiento de la nueva propuesta de contenidos triple X fue 'la ausencia de pornografía hablada en nuestro idioma y con nuestros acentos'.

'Hay algún antecedente de producciones de películas condicionadas, pero son básicamente para Internet y en calidad inferior. Divas TV

apunta a llegar para quedarse, con producciones que requieren de importantes inversiones para lograr superar las expectativas de nuestros consumidores', añadió.

'Buscamos la identificación del televidente con nuestras películas, estamos acostumbrados a consumir producciones extranjeras, con otras costumbres, casos lejanos a la realidad. Nuestro sexo es más real, con chicas bellas pero no necesariamente todas operadas, que hablen nuestro lenguaje', completó.

'Jugamos con el morbo de las personas y eso lo genera saber que dentro de nuestras películas



el consumidor se puede encontrar con que la chica que aparece en su televisor desempeñándose como actriz de películas para adultos puede ser su conocida'.

El ejecutivo señaló que la programación es variada, con más de 1000 títulos disponibles y una serie de actrices reconocidas a nivel local.

Divas TV cerró acuerdos con la mayoría de los cableoperadores de Uruguay. Ya ha iniciado negociaciones con empresas del resto de Latinoamérica, ofreciendo el mismo modelo de negocio que realiza en Uruguay y en busca de socios estratégicos de cada país.

GLOBAL MEDIA: CONTENIDOS MULTIPLATAFORMA

Global Media, la empresa presidida por **Juan Gonzalo Ángel**, está enfocando su estrategia hacia la distribución de contenidos disponibles para múltiples plataformas, buscando alinearse con la evolución de la televisión paga.

En este sentido, la señal **TVAgro** ya cuenta con contenido especializado en ganadería que funciona 'a la carta' a modo de enciclopedia y con apoyo en redes sociales, donde los usuarios pueden acceder a los diferentes



temas según sus intereses particulares. La señal en HD llega a 1 millón de suscriptores.

El canal recientemente lanzado **TV Hogar** tiene una grilla de más de 60 programas al mes, disponibles tanto en la TV lineal como en OTT. Se trata de una "ad network", que tiene más de 400 programas publicitarios producidos, los cuales es seleccionan según el consumo de los televidentes.



Juan Gonzalo Angel



Piedad Martinez

CB24: COBERTURA ESPECIAL DE LA VII CUMBRE DE LAS AMÉRICAS

CB24, la señal informativa dedicada exclusivamente a Centroamérica, presentó una cobertura especial de la VII Cumbre de las Américas, el encuentro que reunió a representantes de 35 estados del continente del 10 al 11 de abril en Panamá.

Durante toda la semana, el canal llevó los detalles previos a la cumbre que, por primera vez, reunió a presidentes, dignatarios y representantes de los países de todo el continente

americano.

Ana Karina Villalba, **Alberto Padilla**, **Ricardo Santana** y **Valeria Maduro** serán los encargados de la transmisión y análisis del desarrollo de la VII Cumbre. Durante los dos días, transmitirá en vivo desde el Centro de Convenciones de Atlapa. Además, desde los estudios se analizará la importancia de este encuentro con destacados analistas



desde Costa Rica, Honduras, Guatemala, El Salvador y Nicaragua.

La cobertura televisiva se complementará con la interacción en redes sociales, donde la audiencia podrá seguir minuto a minuto los pormenores y compartir sus comentarios.



ALTERNA' TV

DISTRIBUIDOR DE CANALES Y CONTENIDOS RELEVANTES PARA TODAS LAS PLATAFORMAS



| Noticias | Deportes | Entretenimiento del Edo. de Michoacán | Música, Cultura y Folklore del Caribe | Series | Salud y Bienestar | Programación Infantil | Deportes Automotor | Chismes y Noticias de Atletas

Ventas y Distribución: ventas@alternatv.us

www.alternatv.us
ALTERNA' TV | Una filial de eutelsat

ALTERNA' TV INTERNATIONAL CORPORATION
2020 Ponce de Leon Blvd. Suite #1107 · Coral Gables, Florida; 33134, USA
PH. +1(786) 609 9604 USA

FERNANDO MUÑIZ, TELEVISA NETWORKS: 'CANITEC SIGUE SIENDO IMPORTANTE'

PRIORIDAD CON LOS CANALES PREMIUM

Con un gran stand y una fiesta para 700 personas, Televisa Networks volvió a ser el gran animador en la Expo Canitec que, más allá de las polémicas que generó esta última edición, sigue siendo un evento de relevancia para la industria, tal como dijo a PENSARIO **Fernando Muñiz**, director general de ventas de la empresa.

'Canitec sigue siendo importante, pues la

tenemos en casa y somos anfitriones. El mercado está consolidado con **Izzi**, **Megacable** y **Sky**, pero la expo está abierta al resto de operadores que vinieron. La concurrencia no fue la misma que otros años pero sí han venido algunos operadores y son bienvenidos con celebraciones especiales'. En



Fernando Muñiz con el talento de UFC

este sentido, Muñiz destacó la comida con los ejecutivos de **Izzi**, incluyendo **Adolfo Lagos**, **Jean Paul Broc** y su equipo. 'Estuvo la gente de **Maxcom**, **Axtel**, **Total Play**, algunos sistemas de Monterrey, de Chiapas y de otros lugares. La función histórica continúa', añadió.

'Además, hay cambios en el mercado con las nuevas cadenas y grupos que se suman con las nuevas licencias únicas. Obviamente nosotros por parte de TV paga lo vemos con buenos ojos.'

Y habló de sus prioridades: 'Aquí en México el objetivo es fortalecer la venta al suscriptor de los canales Premium, **UFC** y **Golden Premier**. Estamos consolidados con los básicos y ahora queremos hacer lo propio con los Premium, seguirlos robusteciendo. Eso además de tenerlos en formato multiplataforma, y estamos trabajando para que estén listos en México a finales de año y luego en Latinoamérica.'

De cara a Tepal, expresó: 'A nivel regional también son prioridad **UFC Networks** y **Golden Premier**, se lanzan con **Telefónica** en Chile y también en Colombia próximamente. También tenemos acuerdos con **Telmex** para ambas para algunos territorios. Tenemos muy buena relación con ellos. Además, esperamos lanzar **UFC** en España creciendo en nuestros horizontes.'

HUSTLER TV: MÁS SEÑALES PARA MÉXICO



Alex Behrens

Hustler TV se destacó con un stand en Canitec y la presencia de **Alex Behrens**. El motivo, además de sus buenas ventas sostenidas en la región y la apuesta al mercado mexicano, estuvo en que por la cobertura del satélite que tienen para USA, México dispone varias señales adicionales en HD y de orientación gay que no están disponibles como canales lineales para el resto de Latinoamérica.

Estos si están disponibles como material de VOD, que también se ha dispuesto para los operadores. En HD vale destacar a **Hustler HD**, que está hecha directamente en HD y no es una señal espejo de la SD. Igual esas señales estarían disponibles para el resto de la región hacia fines de año.

LOS SECRETOS DEL BRANDING

¿Qué hacen las marcas para enamorarnos?

TODOS LOS MIÉRCOLES A LAS 9:00 PM

NEUROTRONIX

DISEÑANDO A SU MEDIDA

Neurotronix Enterprise propone técnicas en el área de Televisión por cable y telecomunicaciones. Actualmente contamos con una amplia gama de técnicas eficaces, novedosas y personalizadas, aplicadas en los sistemas de CATV.

Actualmente contamos con la solución integral del Sistema de Codificación digital que incluye el CAS, Codificadores MPEG2, MPEG4, Multiplexores, Decodificadores SD y HD. También instalamos los sistemas de Internet y poseemos una amplia gama de Cable Modems inalámbricos, con telefonía, con batería, etc, con protocolos de comunicación Docsis 2.0 y 3.0. Paralelamente hemos desarrollado equipos electrónicos como moduladores fijos, ágiles transmisores y receptores ópticos, nodos ópticos, instrumentos de medición con diferentes funciones integradas, implementamos y materializamos de igual forma proyectos en la transmisión de señales de video en arquitecturas de redes ópticas que operen en longitudes de onda de 1310 nm, y 1550 nm.

Todos estos productos han sido concebidos teniendo en cuenta las condiciones y parámetros eléctricos reales en los cuales operarán como fluctuaciones de voltaje y temperatura, niveles de ruido, interferencias electromagnéticas, grado de humedad, etc., logrando soluciones óptimas y personalizadas para cada necesidad.

Neurotronix Enterprise Inc.
3181 W 80 st - Hialeah FL 33018
Email: Roberto@neurotronixent.com
www.neurotronixent.com

Certificado por Scientific Atlanta

EL ENTRETENIMIENTO REAL SE ENCUENTRA EN LOS NEGOCIOS.

WOBIV TV

Cablemás, TELMEX, movistar, Telecable, CABLE & WIRELESS PANAMA, inter, TVCABLE, cable.com, Claro, dish, MEGACABLE CONECTANDO TU VIDA, CABLEVISION, Totalplay, tigo, ve, CABLEVISION TELEFONIA + INTERCABLE + TELEVISION, Cablevisión, SKY

MEDIA VP (AD SALES / BRANDED CONTENT) Alejo Idoyaga Molina • amolina@wobi.com • +(52) 55 5002 3215

AFILIADOS LATAM David Peredo • dperedo@wobi.com • +(52) 55 5002 3250 AFILIADOS REGIÓN ANDINA, CENTROAMÉRICA, CARIBE Y CONO SUR Matilde Boshell • mboshell@mbanetworks.tv • +(57) 31 0813 9807 Carlos Boshell • cboshell@mbanetworks.tv • +(57) 31 0813 9807

HBO: ESTRENO MUNDIAL SIMULTÁNEO DE *GAME OF THRONES*

EL PROGRAMADOR NO VA A IR DIRECTO AL PÚBLICO



Frank Smith en Canitec

Como siempre, fue muy rica la charla con **Frank Smith** de HBO en Canitec. Primero, comentó la difícil edición de la expo: 'Hay que evaluar las razones por que algunos programadores no están. Son temas que vienen de hace años, y simplemente la esencia del evento cambió. Este tipo de convenciones da oportunidad de atender a los territorios, pero con la concentración esto cambió. Pero hay eventos como Jornadas que se reinventaron, limitando el tamaño de los stands, y hoy los operadores van. Nosotros somos programadores y tenemos que mantener el apoyo a la industria, ese concepto no fenecer'.

FUERTE ANTE LOS OTT

Luego se refirió a la actualidad del programador: 'El tema principal que se desarrolla es la evolución tecnológica y ante ella sentimos que estamos robustos para atender esta nueva

tendencia. Concretamos los vínculos con los estudios, sumamos a **Universal** y con los cuatro juntos estamos mejor que nunca. Tenemos el mejor output de producción de Hollywood con un gran contenido de pay tv para el territorio y mucha fuerza en la exclusividad del contenido original'.

NO VA DIRECTO

Y no esquivó un tema polémico de nuevas apps en USA: 'Estados Unidos es un mercado diferente y mucho más maduro. Allí esta nueva dinámica de los OTT obligó a todos los jugadores a revisar su estrategia de negocios, pero no es de un servicio directo al público sino una opción que no es diferente al complemento *HBO Go*. Lo único que hace es facilitar que el suscriptor pueda acceder al contenido desde plataformas como **AppleTV**, siempre manteniendo un intermediario con el público. Los operadores tradicionales pueden ofrecer lo mismo con el producto broadband. Igualmente, eso no está planeado a Latinoamérica, por tener una dinámica de mercado totalmente diferente'.

FLEXIBILIDAD FUTURA

Sobre el mercado en la región, dijo que puede seguir creciendo: 'Los niveles de penetración de PayTV, salvo en Argentina y Chile, permiten que haya un crecimiento orgánico, pero puede ser más representativo crecer dentro de la base actual de suscriptores con mayores ARPU. Hay mucho cable análogo, servicios adicionales,

doble play y triple play'.

Respecto del crecimiento del cable en sectores socioeconómicos bajos, sostuvo: 'Nosotros podemos buscar alternativas y empaquetar de manera nueva nuestros productos para llegar a los nuevos hogares de poco poder socioeconómico. Tienen apetito para acceder a otro tipo de servicio, pero lo más importante es flexibilizar la accesibilidad. Las nuevas opciones tienen a obligarnos a ser más flexibles e iniciar un proceso de crecimiento variable'.

GAME OF THRONES GLOBAL

Para finalizar, Smith se refirió a las producciones originales y al gran estreno de la quinta temporada de *Game of Thrones*. 'En la parte de producción original, las series son la columna de todo el boom, pues en el '92 empezamos a producirlas. Es un formato muy receptivo y claramente HBO un líder.

La nueva temporada de *Game of Thrones* tuvo un estreno simultáneo en 170 países, y fue vista por 8 millones de espectadores, batiendo records de audiencia. 'Es un fenómeno mundial y pocas producciones tuvieron un impacto semejante a este nivel. Lo vamos a aprovechar desde *Go* y *On demand*, con promociones donde van a estar las cuatro temporadas anteriores. Y sólo en HBO. Va a permitir incrementar la penetración y retener al suscriptor, que es siempre el objetivo principal'.



Breaking Bad

PRIMERA TEMPORADA

WALTER WHITE
Profesor de química y
proveedor de metanfetaminas



A partir del 14 de mayo
todos los jueves, a las 22Hs

amc mucho más

www.amctv.la AMCTVLatam @amctv_la

GUSTAVO LÓPEZ
V.P. Head of Distribution
Gustavo.López@AMCNETWORKS.com
Tel: +1.305.648.5229 Cel: +1.305.615.0122

- PELÍCULAS
- TERAPIA FAMILIAR,
- NOTICIAS
- DOCUMENTALES
- PROGRAMAS PARA NIÑOS
- ORIENTACIÓN DE INMIGRACIÓN
- MEDICINA
- CONSEJOS SABIOS Y BÍBLICOS



Saludable para toda la familia!

ESTAMOS EN EL INTELSAT 21, SEÑAL ABIERTA-GRATIS

Mas información: Alexa@alientovision.com

A+E NETWORKS: ACTORES PROACTIVOS DE ESTA HISTORIA

GRAN PARTICIPACIÓN EN CANITEC CON DANIELLE COLBY



César Sabroso

César Sabroso de A+E Networks destacó a Prensario en Canitec que están muy orgullosos con lo conseguido en 2014, en materia de ratings, generación de marcas y distribución. 'El éxito obtenido con Lifetime y H2 fue disruptivo. Mientras muchas señales desaparecían, tuvimos la visión y la oportunidad con HBO de desarrollar dos emergentes y conseguimos un crecimiento único de 12 y 20 millones de suscriptores sobre lo que ya tenían. Pudimos generar además un incremento abrumador en la audiencia'.

Creo que a pesar de ciertos limitantes en la oferta, capacidad de las grillas y frecuencias, recuerdo una frase de Miguel Smirnoff que se trata de tener un canal y una propuesta diferente, ahora también multimedia. Si ha evolucionado, son propuestas para ampliar la experiencia de marca, satisfacer y exceder el usuario, que nos recuerden. El concepto de Acción y reacción sigue funcionando, tratamos de atender a usuarios y ver cuáles son las conductas, las tendencias y preferencias'.

GRANDES MARCAS, GRAN PROGRAMACIÓN

Agregó: 'H2 es una marca, extensión de History, que es el único que salió por demanda popular, pues demandaban más contenidos de historia, documentales sobre héroes y ver la causalidad de un hecho y otro.



Coincide mucho con lo que se recuerda de la primera etapa de History que fue modificada porque los tiempos cambiaron. Igualmente tenemos especiales de programación cruzados entre History y H2, e incluso también con Lifetime como con *Milagros de la biblia* y en *Red Tent*, sobre las primeras mujeres que se rebelaron y sólo podían expresarse y ser ellas en La tienda roja, marcando un sendero para las mujeres de hoy. Lifetime combina series e historias para mujeres perfectamente imperfectas, atractivo y diferente a todo lo demás. Tenemos series con *Eva Langoria* como productora, la serie *Sisterhood*, *Danceman*, *La última competencia*, *Asia* y muchas otras, todo con un web site, muchas plataformas y videos con formatos más cortos'.

CANITEC, CON FOCO POSITIVO

Sobre la reciente Canitec, expresó: 'Muchos entraron y vieron un problema. Otros vimos una oportunidad. Entre espectadores y actores. Nuestra apuesta es a la industria, a la teleaudiencia, a los operadores, y estamos comprometidos con nuestra pasión a hacer

siempre el mejor esfuerzo y apoyar a los mercados. Es importante continuar ampliando la satisfacción, y por eso trajimos a **Danielle Colby**—ver más bajo— de History, iniciando una plataforma multimedia y un nuevo episodio *Intimo*, idea de César Coletti, que se grabó durante Canitec. Allí nos olvidamos el pasaporte y nos dedicamos a consumir simultáneamente un contenido único para fanáticos de History. Luego le daremos continuidad con *Lisa* de *Rutas Mortales*, trabajando a fondo a nuestros personajes para seguir enriqueciendo y ampliando la experiencia del usuario, en tv lineal y en las nuevas plataformas'.

Concluyó: 'Es así que esta Canitec fue muy positiva y proactiva. Nos permitió mostrar nuestra palataforma atractiva y con marcas únicas, a televisantes, prensa y operadores. Alrededor de Canitec hicimos muchos eventos y buscamos continuar y expandir el diálogo y la distribución más allá de los problemas. Muchos eventos crecen y se reinventan, hay que ser protagonistas proactivos de esta historia'.

DANIELLE COLBY, DE BUSCADORES DE TESOROS

Como parte de esa apuesta única que siempre A+E Networks al mercado, tuvo en Canitec a una de sus mayores figuras actuales, Danielle Colby del programa de History *Buscadores de tesoros*, que ya está por la segunda temporada. Se mostró como un personaje realmente atractivo que da para mucho, viniendo de una familia tradicional y padre misionero pero que aparece llena de tatuajes que, dice, son una historia para leer. Remarcó que su programa busca rescatar ítems de la historia y que si no se aprende de ella se repiten errores. Es peligroso y sus compañeros Mike y Frank estuvieron internados varias veces. Dijo que tiene un vínculo especial con México y con



Danielle Colby junto a César Coletti y Eduardo Ruiz, gerente general de A+E Networks Latin America, en la presentación de *History Intimo* desde México DF

personajes como *Frida Khalo*.

Ella ya había causado impacto en el upfront del programador en Punta Cana, la primera vez que estuvo en la playa fuera de USA.

DESCUBRE LO MEJOR DEL ENTRETENIMIENTO

¡LAS MEJORES SERIES!

cineclickchannel.com cineclickc cineclickchannel

¡TU CINE EN CASA!

xtimechannel.com xtimechannel xtimechannel

Headquarters 1362 NW 78th Avenue, Miami, Florida 33126 - U.S.A +1 (954) 330.9815 ventas@barronscorp.com

INTX/NCTA 2015: DE LA TELEVISIÓN A LAS TELECOMUNICACIONES

Con un crecimiento que sigue siendo saludable pero está en descenso en un mercado fundamental como Brasil—con menos del 10% anual— y el foco puesto por algunos en países que antes no eran prioritarios, como Paraguay y Bolivia, los cableoperadores latinoamericanos están acudiendo este año a la tradicional exposición organizada por la **National Cable Telecommunications Association (NCTA)**

para una sorpresa inicial: lo que fue The Cable Show es ahora INTX, Internet & Television Expo, y se define a sí misma como 'reimaginada'. La sede es familiar, pero los contenidos de las conferencias y el piso de exposiciones están girados hacia temas que muchos 'cableeros' latinoamericanos ven más como una amenaza que como un futuro provisorio: el OTT (*Over The Top*),



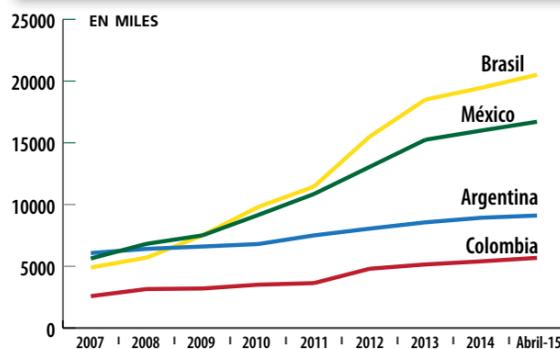
Junta Tepal en NCTA 2014: Humberto García, de Tepal; Enrique Yamuni, de Megacable México, Laura Lozes, de Cablevisión Argentina, Mauricio Ramos de Liberty, y Jorge Schwartz, de TVCable Ecuador

la creciente oferta de servicios VOD (Video on Demand) tanto en su modalidad 'por evento' como por suscripción: SVOD. No es que en el pasado reciente los cableoperadores estuvieran en el paraíso: el avance de los telcos en los últimos años, con **América Móvil** y **Telefónica** a la cabeza, se ha visto compuesto con la llegada de **Millicom**, que comenzó con operaciones de telefonía y TV en algunos de los países de América Central, pero también en Colombia, y se ha expandido a Paraguay y

Bolivia. **DirecTV**, por su parte, ha continuado creciendo y está en proceso de ser vendida a otra telco, la estadounidense **AT&T**. El DTH tiene ya mayor cuota de mercado que el 'cable' en varios países, y no parece que esta situación vaya a revertirse en el futuro.

El otro problema que enfrentan los cableoperadores es el cambio que se está registrando en los hábitos de consumo de los usuarios: de la tradicional televisión paga lineal, se ha pasado al *binge watching*, donde el usuario sintoniza Netflix o el servicio On Demand pago o gratuito que ofrecen los telcos o el cableoperador para ver, de una sola vez, uno o varios episodios de la serie, hasta donde su resistencia lo permita. Aquí entran a jugar los derechos que la señal lineal tenga—o no—sobre las temporadas anteriores de las series que emite en la actualidad;

EVOLUCIÓN DE TV PAGA EN LOS PRINCIPALES MERCADOS DE LATINOAMÉRICA (2007 – ABRIL 2015)



Fuente: Private Advisor Consulting Team

INTX/NCTA 2015: FROM TELEVISION TO TELECOMMUNICATIONS

Though Latin American participation at the INTX/NCTA show this year will be probably lower than the crowds attending the NAB and SCTE gatherings, the advantage for the INTX exhibitors is that many of these visitors are mostly high-level executives and decision makers that need to get acquainted with the latest technology developments and trends, as well as finding solutions for the particular problems they may be facing at their companies. And, they are decision-makers. Therefore, it doesn't come as a surprise that Tepal, the Federation representing the Latin American cable operator and cable operator associations, will be holding a Board meet at one of the Chicago hotels simultaneously with the venue.

The Latin American cable industry shares some of the problems being experienced in

the States: the telcos have snatched a part of the business—in addition to América Móvil and Telefónica, Luxembourg-based Millicom is also there and AT&T is entering the field through the purchase of DirecTV—and now Netflix and other OTT providers are offering SVOD alternatives to potential cord cutters, although industry stats continue to show an overall increase throughout the region.

Ultra High Definition TV may also merit a wait-and-see strategy: while there is no discussion about the merits of this technology at the production end, 4K viewing sets require space and they appear to be worth their value only when the screen exceeds 60", while the most widely household-purchased set in Latin America is currently at 32".

The region is also lagging the U.S. in terms of Internet access speed. There is a silver lining

to this: it limits the viewer experience when watching Netflix and other OTT content. But, this roadblock is temporary, and the LatAm cable operators cannot count on in on the long term. Agreements to pool Wi-Fi resources are also trailing what has been achieved in the States, and the MSO are less enthusiastic than in the States when it comes to collective marketing actions.

The visitors will probably miss some sessions devoted to the rest of the world that were available at The Cable Show. True, Arris is hosting as usual the breakfasts devoted to Latin America, Europe and Asia, while B&C and Multichannel News have scheduled their traditional Multicultural Television powwow. All in all, the International Business Center will be, as in the past, the best meeting place during the convention.



Todo lo que te gusta ver en 4 canales pensados especialmente para ti. **Descúbrelos.**



Pídelos a tu plataforma de TV de paga local.

con frecuencia, el material más reciente está en el cable pero lo anterior hay que ir a buscarlo a Netflix u otro proveedor.

Esto ha sido discutido en reuniones regionales como Tepal y Jornadas Internacionales el año pasado; HBO está entre quienes han decidido no ceder su material a terceros, pero hay estudios de Hollywood que ven un ingreso adicional en las plataformas digitales y deciden tratar de aprovecharlo.

DIFERENCIAS Y COINCIDENCIAS

De todos modos, el modelo estadounidense de negocios de TV paga, con una creciente concentración en pocos jugadores, tiene diferencias con el latinoamericano; pero, hay mayor similitud en los aspectos técnicos.

Uno de los puntos a resolver —como ya se vio el año pasado en la convención en Los Ángeles— es el de los hot spots de Wi-Fi. En tanto las telcos —América Móvil, Telefónica, etc.— tienen infraestructura propia o alquilada para desplegar Wi-Fi en regiones amplias, los cableoperadores de cada país suelen estar hasta enfrentados entre sí y por lo tanto no siempre consideran una prioridad que sus clientes a acceso a Internet puedan acceder al servicio a través de la red de un colega o competidor.

Otra cuestión para este año es la actitud frente al 4K y 8K; en tanto el HD ha sido reconocido por todos e implementado por los operadores principales, los proveedores de tecnología están empujando modalidades que son útiles a nivel de producción (el 4K se refleja en un mejor HD si los receptores son full HD) y, tal vez a futuro, en pantallas de smartphones y otras de pequeñas dimensiones. En un hogar promedio,

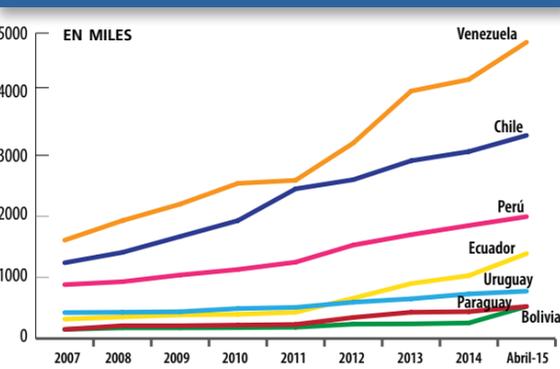
el receptor debe tener una pantalla de al menos 150 cm (60”) para que se justifique el 4K, y no hay muchas habitaciones con espacio para tal artefacto.

También es útil la INTX/NCTA para decidir entre asignarle prioridad al acceso a Internet, a la telefonía digital —en tiempos de auge de la telefonía móvil— o a la tradicional TV lineal, con canales para VOD y HD. América latina está demorada con respecto a Asia, Europa y Estados Unidos en que todavía el HD es

considerado una categoría ‘premium’ y por lo tanto susceptible de cobrar como adicional, a los canales analógicos o digitales SD. Con el apagón analógico, la TV de aire —a través de la TDT— aparecerá ofreciendo mejor calidad de señal que los canales del paquete básico de la TV paga, y este aspecto del negocio colapsará.

En lo relacionado con reglamentaciones, la exposición será sede de discusiones sobre la nueva política de neutralidad de la Red esbozada por la FCC (Federal Communications Commission) y rechazada por los dueños de las redes, entre ellos la mayor parte de la industria del cable; antes de ello, la FCC se había inclinado a permitirle a las redes el cobro de una tasa a los grandes productores de contenidos —como YouTube, pero también Netflix— para asegurarles “prioridad” en el tránsito por ellas. Las MSOs de cable argumentan que estas em-

EVOLUCIÓN DE SUSCRIPTORES DE TV PAGA EN PAÍSES DE SUDAMÉRICA (2007 – ABRIL 2015)



Fuente: Private Advisor Consulting Team

presas ocupan un gran porcentaje del ancho de banda disponible y obligan a inversiones que no tienen rentabilidad si el transporte es gratuito; los partidarios de la neutralidad en la red afirman que, existiendo una vía rápida para los grandes productores, el resto de los usuarios experimentará congestiones y demoras injustificables.

El programa de INTX/NCTA tiene menor cantidad de sesiones y actividades para delegados del exterior que las ediciones anteriores de The Cable Show. Como base de operaciones y para realizar entrevistas, los participantes latinoamericanos pueden utilizar el International Business Center, aunque es de esperar que, como siempre, el piso de la exposición sea el lugar de encuentro y a partir de allí se programen reuniones en los stands o donde resulte conveniente.



SITIADOS

LA OTRA CARA DE LA CONQUISTA

→ NUEVA SERIE ORIGINAL
ESTRENO 10 DE MAYO



INTX 2015: GENERAL SESSIONS AND FORUMS

TUESDAY, MAY 05

10:00 AM - 11:25 AM
TUESDAY GENERAL SESSION

CONVENTION CO-CHAIRS WELCOME
ALFRED LIGGINS, CHAIRMAN & CEO, TV ONE

JERRY KENT, CHAIRMAN & CEO, SUDENLINK COMMUNICATIONS

INTERVIEW
KARA SWISHER, CO-EXECUTIVE EDITOR, RE/ CODE
MICHAEL POWELL, PRESIDENT & CEO, NCTA

PANEL DISCUSSION
MICHAEL KASSAN, CHAIRMAN & CEO, MEDIA LINK
PETER CHERNIN, CHAIRMAN & CEO, THE CHERNIN GROUP
BRIAN ROBERTS, CHAIRMAN & CEO, COMCAST CORPORATION

INTERVIEW
KARA SWISHER, CO-EXECUTIVE EDITOR, RE/ CODE
TIM ARMSTRONG, CHAIRMAN & CEO, AOL INC.
SKYLINE BALLROOM

11:30 AM - 01:00 PM
SPRING TECHNICAL FORUM
SOFTWARE VS. SILICON: UNDERSTANDING AND ADVANCING THE SDN REVOLUTION
ROOM W474

01:30 PM - 02:30 PM
SPRING TECHNICAL FORUM
THE THING ABOUT THINGS: PREPARING FOR A NEW ERA OF SERVICE DELIVERY
ROOM W474

04:30 PM - 05:30 PM
SPRING TECHNICAL FORUM
PICTURE THIS: ENGINEERING A NEWER, BETTER TELEVISION EXPERIENCE
ROOM W474

WEDNESDAY, MAY 06

08:30 AM - 09:45 AM
SPRING TECHNICAL FORUM

REMOTE PHY, WHEN AND WHY: APPROACHES FOR PHYSICAL LAYER MIGRATION
ROOM W474

10:00 AM - 11:25 AM
WEDNESDAY GENERAL SESSION
SKYLINE BALLROOM

11:30 AM - 01:00 PM
SPRING TECHNICAL FORUM
GETTING THE GIG: REALIZING THE POTENTIAL OF DOCSIS 3.1
ROOM W474

01:30 PM - 02:30 PM
SPRING TECHNICAL FORUM
NETWORKED FOR NEXT: RAISING THE BAR ON NETWORK PERFORMANCE AND POSSIBILITY
ROOM W474

THURSDAY, MAY 07

09:00 AM - 10:00 AM
SPRING TECHNICAL FORUM

CRACKING THE CODE: ACHIEVING SOFTWARE-POWERED PERFORMANCE ADVANCEMENTS
ROOM W474

10:15 AM - 11:15 AM
SPRING TECHNICAL FORUM
BEYOND FTTH: MOVING OPTICAL NETWORKS DEEPER INTO THE HOME
ROOM W474

11:30 AM - 12:30 PM
THURSDAY GENERAL SESSION

PANEL DISCUSSION
PETER KAFKA, SENIOR EDITOR, MEDIA, RE/ CODE
NANCY DUBUC, PRESIDENT & CEO, A+E NETWORKS
KERRY TRAINOR, CHIEF EXECUTIVE OFFICER, VIMEO
SKYLINE BALLROOM

OLYMPUSAT BUSCA EXPANDIR SUS SEÑALES EN LATINOAMÉRICA

Olympusat, compañía productora y distribuidora de contenido y proveedora de servicios técnicos para la industria de la TV paga, llega este año a The Internet & Television Expo de Chicago, con el objetivo de llegar a más territorios de Latinoamérica.

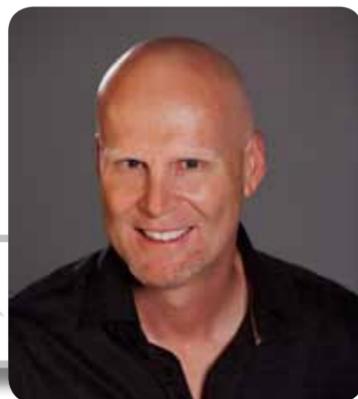
En diálogo con Prensario Tom Mohler, CEO de Olympusat, comentó que en sus 20 años de existencia, la empresa ha logrado hacerse un lugar en la industria de los medios con una oferta que incluye 70 señales de TV, donde 30 son HD. Las principales cadenas incluyen **Cine Mexicano**, **FUNimation Channel** y la recientemente incorporada **Ultra HD Plex**. Además, distribuye el paquete Faith & Family y Special Suite.

En cuanto a la distribución, el ejecutivo mencionó la fuerte presencia en Estados Unidos, y países de Asia y Medio Oriente. Sobre Latinoamérica, dijo: 'Estamos prácticamente en el 100% de los operadores de Puerto Rico y hemos iniciado

esfuerzos para expandirnos en el resto de la región. En los próximos meses anunciaremos nuevos acuerdos, y esperamos que la participación en INTX sume a nuestra estrategia en este sentido'. En total, llega a 20 millones de suscriptores entre Estados Unidos y Latinoamérica.

Además, la división de telecomunicaciones provee Broadcast directo sobre IP, transporte de fibra y satélite, procesamiento de video online, CDN, soluciones de distribución video basado en la nube. En producción de contenidos, Olympusat abarca todos los aspectos del proceso en todos los géneros, incluyendo cortos de cine, videoclips, videos corporativos y comerciales, locales e internacionales.

El otro gran servicio en crecimiento de



Tom Mohler, CEO de Olympusat

la compañía es la solución OTT. 'Preparamos capacidades técnicas para la distribución de contenido en live streaming y VOD, incluyendo señales en vivo y más de 50 canales de audio, que continuaremos ampliando'. Su plataforma Vemox incluye más de 5000 horas de contenido, 30 señales HD y 40 SD.

'Hay 6 millones de usuarios hispanicos que no tienen acceso a la TV paga. Esta plataforma cuesta 10 dólares por mes y evita los problemas de las tarjetas de crédito, permitiéndoles a los operadores de cable competir con los nuevos operadores OTT', resumió Mohler.

GLOBETEK MEDIA: CONSOLIDACIÓN Y CRECIMIENTO EN LA REGIÓN

A tres años de su fundación, Globetek Media mantiene un crecimiento sostenido en la región. Con un aumento sustancial de su plantilla y de sus oficinas regionales (Miami, México, Bogotá, Medellín, Caracas y San José), la empresa ofrece servicios de consultoría para los operadores de la región que buscan lanzar o modernizar sus servicios de Video Broadcast (DVB, OTT, IPTV), de distribución de contenido (CDN), de seguridad (Protección total de la información) y de contenido de video bajo demanda (TVOD y SVOD).

Globetek ha incrementado la línea de productos que representa, como lo demuestran sus últimas anexiones: la empresa de motor de recomendaciones **DigitalSmiths**, parte de la empresa **TIVO**; y **Brocade**, proveedora de equipos de switcheo, routing. Estas nuevas empresas complementan el portafolio de vendedores que Globetek Media ha representado desde su fundación.

Su CEO, Yefim Nivoro, comentó: 'Pensamos que el gran éxito de nuestra empresa en estos casi

tres años de su fundación se debe a que ofrecemos sistemas y servicios complementarios y de la más alta calidad de los socios de negocios que representamos. Por ejemplo, el hecho de manejar productos de seguridad para la distribución de Video (**Verimatrix**), soluciones de distribución de contenido CDN (**Akamai**), equipos de codificación de video (**Envivio**) nos permite proveer a nuestros clientes la flexibilidad para seleccionar los sistemas que más se adaptan a sus necesidades y que cuentan con el apoyo necesario del fabricante y de sus integradores y/o distribuidores para que las ellos se sientan respaldados al integrar dichas soluciones a sus operaciones'.

Así, la empresa expande su presencia en la región, ayudando a los operadores a seleccionar las mejores tecnologías que están disponibles en el mercado y a implementarlas de la forma más transparente y eficiente posible para satisfacer sus necesidades.

Silvestre Merino, Sales Manager de México,



Yefim Nivoro, CEO de Globetek

expresó: 'El año pasado, Globetek logró cerrar uno de los proyectos de Encoding más grandes de los últimos años en México. Globetek Media no sólo demostró que la tecnología de Envivio era la mejor opción para el cliente, sino que también la adecuó para satisfacer sus necesidades específicas. Nuestra empresa ayudó a dirigir el proyecto, el cual, a pesar de representar un gran desafío en términos de logística e implementación, se completó en tiempo y forma a la entera satisfacción del cliente'.

Globetek Media tiene operaciones en México, América Central, América del Sur y el Caribe. Para operar en el Cono Sur, ha unido fuerzas con **Lotier Internacional**, una firma de consultoría localizada en Sao Paulo, que cuenta con más de 15 años de experiencia en esta industria y que brinda un servicio de excelencia a sus clientes.

Viví tu
Pasión

GOLTV HD

facebook.com/GolTVLatAm
twitter.com/goltvlatam
www.goltvlat.com



TECNÉ 2015: DE LA NAB A SANTIAGO DE CHILE

CONCRETA SU SÉPTIMA EDICIÓN Y SE GANA UN LUGAR EN EL CALENDARIO REGIONAL

La Expo Tecné de Chile empieza a ganarse un lugar en el calendario regional de broadcasting. Hasta ahora el mercado chileno asistía a Caper o tenía a nivel local los eventos organizados con buen criterio por los distintos integradores del mercado, que cuentan con el apoyo de las marcas. Sin embargo, con la solidez del mercado y la economía chilenos, como la vanguardia en la que siempre se mantienen sus principales canales, empezó a generarse un positivo movimiento en conjunto para que pudieran tener su propio evento, que ya empieza a mostrar continuidad.

La fecha elegida, 26 y 27 de mayo, es un bastante cercana a la NAB, pero al mismo tiempo permite continuar el entusiasmo que genera el evento de Las Vegas. Tecné tendrá lugar en el neurálgico Centro Cultural Estación Mapocho de Santiago, donde los clientes locales podrán ver en casa muchas de las novedades exhibidas en Las Vegas.

En su edición anterior, Tecné convocó a 3000 visitantes y más de 50 empresas del sector audiovisual, con más de 120 marcas en exhibición,

y el apoyo del ente regulador y entidades destacadas de la industria nacional, como **Anatel, Arcatel, Sinteci, Filcomission, Cinemachile, Aes Chile, Subtel, Consejo de la Cultura y Las Atres, Cineteca Nacional, Corporación Chilena del Video**, además de invitados nacionales e internacionales.

De acuerdo a la organización, este año apunta a 'superar estas cifras con más metros cuadrados para exposición y con una parrilla de invitados y contenidos de primera línea'. La feria comercial de productos y servicios será complementada con una serie de actividades dirigidas a la industria y al mundo académico y por un encuentro de Escuelas Audiovisuales.

Entre las empresas confirmadas, este año están **VideoCorp, Sony Broadcast, Newtek, Intervideo, Ríos y Cía, Ross, VGL, Valook, Dali Tecnoimagen, Magix y Videomúsica**.

Vale remarcar que los principales integradores e incluso algunos fabricantes directos como **Sony** están apoyando la edición con stands que incluso quieren mostrar un flujo de trabajo completo y soluciones punta a punta. **Mario Ruíz** de VSN también había confirmado a último momento en la NAB su participación con un gran stand, donde mostró cómo montar un canal de TV completo en HD.

CONTINUAR EL ÉXITO DE LA NAB

La NAB en el Convention Center de Las Vegas batió un record respecto a los últimos años que le permitió superar, después de mucho tiempo, los 103.000 asistentes de todo el mundo, un 5% más que en 2014. Entre ellos, se registraron más de 26.000 participantes extranjeros, un 25% más, y 1.500 medios de prensa.

No es el record histórico, pues hubo algún



Mario Sepúlveda, Mauricio Rojas y el equipo de TVN en la NAB, en el cóctel de AEQ junto a Rogelio de la Fuente, Gustavo Robles, y Carlos Contreras de Intervideo



Saúl Ureta de Mega de Chile, Francesco de Ambrogio, Rodrigo Fernández de CNN Chile y Alexis Collao, de Mega



Luis Silva, de Chilevisión, en el seminario de Sony PSLA en la NAB

año que se superaron los 112.000 asistentes, pero es un buen indicio de la efervescencia de la industria broadcast, el entusiasmo que genera el mundo IP y multiplataforma, los apagones analógicos que se vienen y el 4k como brillante a pulir y, sobre todo, el acceso masivo que dan muchas de las nuevas tecnologías a la producción televisiva. Todo ese entusiasmo puede trasladarse a la Expo Tecné Chile. Poco más de un mes después, muchas de esas novedades se verán en Santiago.



Francesco de Ambrogio, de VideoCorp, Hugo Terán de Canal 13 de Chile, Daniel McDonald de Sony Electronics, y Alexis Collao de Mega



Tony Black de Panasonic de Panamá



ULTRA HD 12G SDI

Blackmagicdesign

Blackmagic URSA, la primera cámara cinematográfica digital modular con resolución 4K

La nueva URSA de Blackmagic es la primera cámara cinematográfica digital de alta gama que ha sido diseñada para revolucionar los procesos de trabajo durante el rodaje. Se ajusta tanto a las necesidades de grandes equipos de filmación como al uso personal y cuenta con un monitor plegable de 10 pulgadas, un sensor modular Super 35 (4K) con obturador global, conexiones SDI 12G y dos ranuras para tarjetas de memoria que permiten grabar archivos en formato RAW y ProRes.

Sensor Super 35
La URSA es una verdadera cámara cinematográfica digital de calidad profesional que ofrece una resolución de 4K, obturador global y un rango dinámico de 12 pasos. La amplitud de dicho rango es muy superior al de las cámaras de video comunes o incluso al de cámaras profesionales de alta gama y hace posible captar imágenes espectaculares con calidad digital. El tamaño del sensor Super 35 brinda más opciones creativas al filmar con poca profundidad de campo, y la posibilidad de grabar archivos en formato RAW Cinema DNG permite obtener una calidad de imagen sorprendente.

Dos unidades de grabación
La cámara dispone de dos ranuras para tarjetas de memoria que permiten grabar en forma continua sin la necesidad de hacer una pausa para cambiar el dispositivo de almacenamiento. Esto es de suma importancia al filmar acontecimientos históricos, entrevistas importantes, o si es imposible detener el rodaje. Basta con colocar otra tarjeta CFast en la ranura adicional y la grabación continuará automáticamente en la misma cuando la primera no tenga más capacidad. De este modo, es posible cambiar la tarjeta llena por otra vacía sin detener la filmación.

Sensor modular
La cámara dispone de un módulo para objetivos que puede quitarse fácilmente alojando cuatro tornillos simples. Dicho módulo incluye el sensor, la montura y conexiones para controlar el objetivo, y además ofrece la ventaja de poder emplear nuevos tipos de sensores a medida que se desarrollen. De esta forma, no es necesario adquirir una cámara totalmente nueva. Por otra parte, este modelo permite utilizar diferentes monturas, p. ej. PL y EF.

Monitorización durante el rodaje
¡Es hora de decirle adiós a los monitores enormes en el set de grabación! El visor plegable integrado de 10 pulgadas es el de mayor tamaño disponible en el mercado y ofrece un ángulo de visión amplio. La cámara incluye asimismo dos pantallas táctiles de 5 pulgadas en ambos costados que indican el formato del clip, la frecuencia de imagen y el ángulo del obturador, además de permitir al usuario verificar diferentes parámetros de la señal, el audio y el enfoque.



Blackmagic URSA EF
US\$5,995

Blackmagic URSA PL
US\$6,495

www.blackmagicdesign.com/mx

Blackmagicdesign

VSN: FUERTE POSICIONAMIENTO EN LATINOAMÉRICA

25 AÑOS DE CRECIMIENTO GLOBAL

VSN celebró sus 25 años y su gran posicionamiento en América Latina con un desayuno, conferencia de prensa y premiación para sus representantes en el Hotel Ballys de Las Vegas, previo a la NAB.

El evento inició con la presentación de la empresa a nivel global, que cuenta con oficinas de ventas en 80 países, headquarters en Barcelona y oficinas en regionales en Miami, Rusia, Hong Kong y Dubai. Además, compartió su visión del futuro de la industria y los logros que viene alcanzando.

Allí, **Mario Ruiz** destacó que del total de proyectos que se generan en Latinoamérica, el 45% 'no los consigue nadie', pero el 34% sí los

obtiene VSN mostrando un 'nivel de eficacia único'. Adjudicó este éxito a que la marca no vende una caja 'sino una solución', y que su foco está en la adaptación e integración con sus MAM, sistemas de generación de flujo de trabajo y soluciones de terceros.

En Latinoamérica, le toca liderar un equipo joven de menores de 35, pero con más de cinco años de experiencia en la compañía. VSN viene de tres años de 'crecimiento y profesionalización', con la certeza de que 'el futuro es impredecible y que las compañías se pueden fusionar, pero que los clientes serán los mismos'. Enfatizó la idea de ser socios estratégicos de sus clientes en una relación de largo plazo. Por eso no se



Premiación de Telvicom de Perú, con Carlos Anciburo

trata de poner dos ingenieros a la calle sino de 'escuchar a los clientes y hacer un análisis de sus posibilidades'. Ese es su diferencial.

Dentro de las premiaciones a los representantes, los distinguidos fueron **Telvicom de Perú**, donde Mario hizo la primera venta; **La Curacao** de Colombia por regularidad de ventas y crecimiento, **Cocatel** de Centroamérica por mayor cuota de mercado en su país, y **Videocam** de Venezuela por la mayor venta de 2014. Igualmente, a todos los reps le dieron una plaqueta.

En lo inmediato, se vendría una presencia en Tecné de Chile, con la idea de montar casi un canal de televisión con todas las soluciones en el stand junto a Intervideo. Se espera mostrar como con una inversión mediana se puede armar un canal en HD.



Premio a La Curacao de Colombia por regularidad y crecimiento



Plaqueta a Videosystems de Brasil, con Gustavo Fernández

BÚSQUEDA

Vice Presidente de Marketing y Comunicación

Olympusat, el líder en medios de comunicación en Español, tiene abierta la posición de Vicepresidente de Ventas responsable de desarrollar una innovadora estrategia de ventas, establecer relaciones estratégicas con agencias de publicidad y clientes con la finalidad de incrementar las ganancias de publicidad en todas las plataformas de la empresa: digital, nuevos medios de comunicación y TV. El individuo debe ser capaz de planear, desarrollar, manejar y dirigir todas las iniciativas del equipo de ventas en Estados Unidos y Latinoamérica. Esta posición reporta directamente al Jefe de Operaciones de la Empresa.

Responsabilidades incluyen la creación de la estructura destinada a maximizar las ventas del inventario comercial, así como identificar y establecer relaciones con las agencias

de publicidad y clientes claves de la industria que permitirá optimizar e incrementar las ganancias de la empresa. Desarrollar y dirigir un sólido equipo de ventas en los Estados Unidos y Latinoamérica con la finalidad de construir e incrementar las ventas; identificar y vender a anunciantes interesados en invertir publicidad en la plataforma de canales en español de Olympusat; desarrollar programas estratégicos de ventas para presentarlos a potenciales compradores; establecer relaciones con las fuentes de medios de publicidad de la compañía para optimizar las posibilidades de anuncios en las diferentes plataformas.

Esta posición requiere una licenciatura relacionada con el campo y una experiencia entre 5 y 7 años en el área de la publicidad en televisión en español. Bilingüe inglés/Español.

Para mayor información visite: <http://www.olympusat.com/>

Envíe el Currículo Vitae a: valerie@olympusat.com



Telepuerto Tuves
Zona Central, Chile



Servicio mayorista de televisión satelital marca blanca para Latinoamérica

DTH con tu propia marca

CAS con seguridad avanzada

Más de 150 canales (SD / HD)



Digitalización de cabecera

Más de 150 canales (SD / HD)

Sistema de Acceso Condicional (CAS) con seguridad avanzada

Sistema de Gestión CAS WEB

Equipamiento digital para hogares a bajo costo

Acceso a señales Premium



Aumenta tu oferta de canales SD y HD

No requiere Capex

Sin costo de instalación

Las mejores señales digitales a bajo costo.



ERIKA TAPIA CASTILLO
VP Comercial Mayorista

Directo: (+56 2) 27565574 email: etapia@tuves.com skype: [erikatapiac](https://www.skype.com/profile/erikatapiac) www.tuves.net



GRAN BRETAÑA: LA BBC NECESITA REINVENTARSE PARA SUBSISTIR

En 1987, el episodio *Blipverts* de la serie *Max Headroom*, basada en una película británica de Peter Wagg para **Channel Four** en 1984, planteaba que, acelerando la velocidad a que son presentadas las imágenes en la pantalla de TV, se puede llegar a “fritar” el cerebro de las personas menos activas, a la vez que esto permite emitir más *spots* comerciales en los minutos asignados para publicidad. Veintiocho años más tarde, la televisión lineal podría considerar esta alternativa para seguir siendo competitiva frente a los videojuegos y las otras opciones de entretenimiento al alcance de sus huidizos espectadores.

Los avances en la materia están a la vista: en el London Museum de la capital inglesa, un panel de TV 4K sobre una de las paredes del café interno muestra escenas de la calle, con personas y vehículos en movimiento. Nada de otro mundo, salvo que están aceleradas, y así atraen la atención; a velocidad real, serían francamente aburridas. En la serie estadounidense *The Big Bang Theory* la presentación de cada episodio muestra una evolución de la civilización en cámara rápida; en *CSI: Las Vegas*, entre otras, se opta por mostrar desarrollos de procesos en cámara rápida—por ejemplo, al analizar una muestra forense— con igual objetivo. En los videojuegos y películas de animación, la ilusión de “ritmo” se logra con secuencias—tomas— de uno a tres segundos, pero en cine o TV esto complica los diálogos;

lo que se está ensayando —la **BBC** lo ha hecho con *Sherlock*, el recurso ha sido copiado en varios países— es agregar información gráfica en pantalla, lo cual contribuye a aumentar el lapso de atención al intentar leer, por ejemplo, la descripción de un estado de ánimo o un mensaje de texto que el personaje en pantalla está recibiendo o enviando, o algún tipo de “metadata” accesible al espectador que evite que busque o envíe un mensaje en su smartphone o iPad mientras mira el programa.

LA BBC Y LA ROYAL CHARTER

El problema particular que debe enfrentar la BBC es que la Royal Charter que guía su funcionamiento —a través de una tasa anual de 145,50 libras esterlinas que debe pagar todo hogar que tenga un televisor— vence el 31 de diciembre de 2016, y existen escasas probabilidades de que sea renovada en su forma actual. Por lo tanto, la corporación deberá presentar al Parlamento, con suficiente anticipación, una nueva propuesta que sea aceptable para los legisladores que surjan de las elecciones generales que se realizarán el 7 de mayo próximo.

Las condiciones han cambiado mucho desde la época en que la BBC era la fuente principal de programación disponible, y está en duda que un hipotético plebiscito —no previsto en la actualidad— muestre a la población dispuesta a seguir pagando una tasa anual —el pago puede hacerse en cuotas mensuales— para sostener a la corporación. De hecho, se considera que hay una cierta evasión: hogares que tienen un televisor pero no lo declaran, o que sintonizan los programas a través de Internet.

Una de las hipótesis de trabajo de la BBC, a partir de parte de una propuesta de la comisión Culture, Media and Sport de la Cámara de los Comunes, es, más que renovar la vigencia de la tasa actual —lo que se considera inviable—, reemplazar esta “tasa de broadcasting” (licence fee) por una “tasa de telecomunicaciones” que comprendería tanto a los hogares con televisor como a quienes se comunican por Internet; así, quienes sintonicen la programación en “catch-



La Sede de la BBC en Londres

up” (*time shifting*) también estarían comprendidos. Esto existe en Alemania, y sirve para pagar los costos de la TV pública en ese país. Pero, hay que presentar la iniciativa de una manera que sea aceptable tanto para los legisladores como para el público, más allá de la consigna ‘informar, educar y entretener’; uno de los puntos en cuestionamiento es que las cadenas comerciales de TV también deben obligatoriamente ofrecer programación ‘de interés público’, con lo cual socavan el concepto de contenidos únicos que son teóricamente la base de la BBC.

A principios de marzo, **Tony Hall**, Director General de la BBC, adelantó esquemáticamente un plan denominado *MyBBC* por el cual la Corporación pondría al alcance del público buena parte de su archivo de imágenes, permitiendo un uso en el estilo *binge watching* —episodios o temporadas completas de series— como hace Netflix y ‘haciéndola personal’ en base a las preferencias de cada uno. Esto permitiría a los espectadores ‘convertirse en programadores’, dijo Hall, quien argumentó también que ‘una decadencia de la BBC representaría también una decadencia de la producción creativa’ de Gran Bretaña y que la BBC ‘une a la nación y la promueve en el exterior’.

Los opositores a la BBC interpretan el mensaje de la Comisión de manera muy diferente: hay propuestas —probablemente alentadas por los competidores privados ITV y Sky— para reducir el tamaño de la corporación y aumentar la ‘governabilidad’, esto es, reducir la autonomía que la Corporación ha tenido hasta ahora y obligarla a responder por sus acciones. La propuesta de



Sherlock



Doctor Who

aspera
an IBM® company

La plataforma de transporte digital universal, en el centro de las mas innovadoras experiencias de contenidos de medios.

Explora las posibilidades en Telemundo - Expo Cine Video Television | WTC Ciudad de México
martes 16 al viernes 19 de junio 2015

booth #C-7

www.asperasoftware.com
moving the world's data at maximum speed

©2015 Aspera, an IBM company. All rights reserved.

GRAN BRETAÑA: LA BBC NECESITA REINVENTARSE PARA SUBSISTIR



Foto: BBC

Los diarios gratuitos

establecer una "suscripción" a los servicios de la BBC, en lugar de una tasa obligatoria, parece no entusiasmar a ninguna de las partes, de acuerdo a los comentarios recogidos en Londres.

Gran Bretaña enfrenta elecciones generales para el 7 de mayo y, de acuerdo a Hall, 'habrá que tomar decisiones rápidamente' sobre este tema, después de conocidos sus resultados, reconociendo que el corporación 'está en una encrucijada'. Si bien parece improbable que el Reino Unido se desprenda de una entidad tan prestigiosa como el Big Ben, también es probable que la Corporación necesite elaborar un plan más atractivo que dar acceso a su base de programas a los usuarios y ofrecer programas de reconocida calidad y avanzada tecnología como sus documentales y series como *Sherlock*, *The Graham Norton Show* y *Doctor Who*.

LAS EMOCIONES FALTANTES

Tanto en Gran Bretaña como en Europa la

televisión es totalmente diferente a lo acostumbrado en América Latina y los Estados Unidos y esto es determinante tanto para la BBC como para sus competidores. La sensación que se transmite —también en los canales comerciales privados— es de 'asesoramiento sobre la realidad'

con un espíritu cercano a los documentales de National Geographic y un control absoluto sobre quienes tienen acceso a las cámaras. Por de pronto, no hay actos de violencia doméstica o callejera; sólo catástrofes como la del avión Germanwings que se estrelló en los Alpes franceses o el naufragio de emigrantes en el Mediterráneo merecen una cobertura exhaustiva. El 'entretenimiento' es provisto por concursos de distinto tipo; nada que alarme o excite al público aparece generalmente en pantalla, creando un clima balsámico.

¿Quién provee estas 'emociones faltantes' que abundan en la TV latinoamericana? Los diarios gratuitos como el *Evening Standard* o el *Metro* son consumidos masivamente y abundan en escándalos, crónica rosa y roja y noticias del corazón. Y tienen inmenso éxito: son ediciones tabloide de 60 páginas, abrochadas, distribuidas generosamente tanto a la mañana como a la tarde para consumo de

los pasajeros del *tube* y los trenes suburbanos.

Ya hace casi diez años, el 14 de septiembre de 2005, la BBC News comentaba serenamente en Internet: '¿Qué aspecto tendrán los diarios dentro de 20 años, si es que existirán todavía?'. Hoy, a mitad de ese trayecto imaginario, los tabloides siguen existiendo y hasta *The Times* y el *Wall Street Journal* —que no son gratuitos— están impresos en ese formato —a diferencia del *New York Times* y el *WSJ* en los Estados Unidos— para leer con mayor comodidad en el metro y los trenes. Y, no han sido reemplazados por versiones electrónicas en *smartphones* y *tablets*, que sí son utilizados intensamente para mensajes, chateo y lo que hace a redes sociales y la intimidad del usuario o usuaria.

Podría aventurarse que la TV británica —y en particular la BBC— pueden ser lo que actualmente son gracias a estos tabloides gratuitos. El *Financial Times* y el *Times* de los domingos, de tono más intelectual y lectura en la oficina u hogareña, siguen apareciendo en formato 'sábana'.

El debate alrededor del futuro de la BBC se activará después de estas elecciones generales y se definirá seguramente con tiempo como para evitar una situación compleja a fines de 2016. Para muchos, Gran Bretaña no puede simplemente dejar de tener la BBC. De todos modos, no deja de ser paradójico que una de las instituciones mundiales más relacionadas con la emisión de noticias pase a ser, en los próximos meses, el objeto de esas noticias.



TELEVISIÓN >

- ESPN
- ESPN+
- ESPN 3
- ESPN HD
- ESPN EXTRA

INTERACTIVO >

- ESPNPLAY.COM
- ESPN.COM
- ESPN GUÍA
- ESPN MAGAZINE

Nuevos analizadores MPEG StreamScope MT-50
 Solución de problemas de flujos de transporte al alcance de su mano

- Vea tasas de bits en tiempo real, buffers, PCR, video y más.
- Analice hasta diez flujos a la vez, incluidos 10 GigE.
- Utilice una interfaz de pantalla táctil de alta definición.
- Verifique niveles de audio, CALM, EPG y subtítulos de acceso opcional.
- Personalice los desencadenantes, los umbrales y las reglas de análisis.
- Con un sistema operativo Linux confiable.

Vea cuán fácil puede ser un análisis MPEG.
www.TriveniDigital.com

triveni DIGITAL

BLACKMAGIC Y UNA EXPERIENCIA CINEMATográfica "ÉPICA"

La productora argentina **Poncho Cine** encaró el desafío de llevar al cine una película sobre la vida de uno de los exploradores más influyentes del país, el perito Francisco Moreno, quien lideró varias expediciones científicas que marcaron la historia durante el S. XIX. Para eso, se valió con la tecnología de **BlackMagic**, principalmente las cámaras *Cinema*, con las que siguieron los pasos de Moreno en la Patagonia.

Javier Zevallos, fundador de Poncho Cine, partió con sus socios **Nadia Martínez** y **Francisco D'Eufemia** con cámaras y equipos de producción para filmar durante ocho semanas en el las zonas más desoladas de Argentina.

'La cámara *Blackmagic Cinema* es genial para los documentales, especialmente los que trabajan sobre una estética cuidada, más cinematográfica. No tiene ninguna de las limitaciones que afectan a otras cámaras similares, y es perfecta para filmar en la marcha, lo que hicimos muchas veces en esta película. Además es imposible superar su relación precio-beneficio', expresó Zevallos.

El acceso inmediato a la cámara *Blackmagic Cinema* fue crucial para capturar muchas de las escenas de acción con montajes complicados, como navegar en los rápidos y mantenerse escondido entre las plantas del bosque. Recordó el fundador de la produc-



Escenas de la película sobre el Perito Moreno

tora: 'Estábamos filmando en los rápidos, así que necesitábamos kayaks y balsas, y tuvimos que improvisar el montaje de cámaras en las naves al lado de muchos otros equipos. *Blackmagic Cinema* es tan portátil que la hace ideal para este tipo de escenas. En otras escenas, mientras filmábamos con la cámara principal en un Steadicam, teníamos un operador escondido en los arbustos filmando ángulos bien interesantes con *Blackmagic Cinema*. Eso no es posible con una cámara de plataforma grande'.

PROMPTLINK SE POSICIONA EN LATINOAMÉRICA

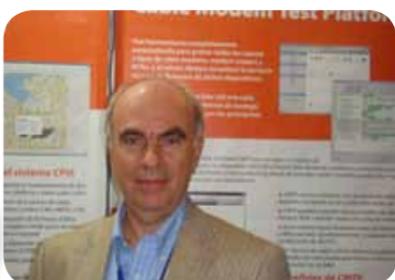
JUNTO A ADVANCED NETWORKS

Promptlink Communications se ha consolidado como proveedor soluciones de software para asegurar un eficiente control y ágil administración de plantas de cable HFC. Con el apoyo local de su representante e integrador tecnológico en Perú, **Advanced Networks**, la marca Promptlink comercializa, instala y brinda soporte técnico a sus herramientas para los servicios integrales de monitoreo, aprovisionamiento y gestión de firmware en redes de video, voz y datos.

La herramienta *Cable Plant Monitoring*

(CPM) acaba de ser actualizada a una nueva versión con importantes agregados para un monitoreo proactivo e integral. Completan el paquete de soluciones los robustos sistemas Integrated Provisioning System (IPS) y Cable Modem Upgrade (CMU).

La estrategia conjunta de Promptlink y Advanced Networks se enfoca en acompañar el crecimiento de las redes ofreciendo modernas y probadas herramientas, junto a servicios de



David Mosquera

valor que permitirán a las cableras mejorar su tecnología, minimizar sus costos operativos y afianzar la fidelización de sus clientes.

Para ampliar la información de productos de Promptlink y servicios de Advanced Networks, los visitantes a la VII Cumbre APTC de Cusco podrán visitar el stand N° 24 donde serán muy cordialmente recibidos y atendidos por los ejecutivos de ambas empresas.

CINEGY LLEVÓ SOLUCIONES 4K IP A LA NAB

Cinegy se presentó en la NAB con sus soluciones para broadcast basado en 4K IP, *Cinegy Multiviewer* y *Cinegy Route*.

Además, exhibió sus herramientas para automatización, playout y CG, *Cinegy Air PRO* y *Cinegy Type*. En la parte de Media Asset Management (MAM), archive y captura, lleva sus productos *Cinegy Archive*, *Cinegy*

Desktop, *Cinegy Workspace* y *Cinegy Capture*.

Durante la exposición de Las Vegas, la marca ofreció una serie de workshops en un salón privado durante tres días, incluyendo presentaciones keynote, casos de estudio y una vista general sobre el flujo de trabajo colaborativo en diferentes idiomas de la marca.

En su stand, Cinegy fue anfitrión de presentaciones de 30 minutos, destacando el *Software Defined Television*. Estas demostraciones se enfocan en la optimización de recursos económicos y operativos.



SIGNAL TV

Representantes de Señales de Televisión por Cable



SIGNAL Mobile
Android + IOS 5



www.signaltveu.com
Av. 15 No. 104 - 30 Of. 506 Bogotá, Colombia • PBX COL: (571) 6113907 Ext. 108
Cel: (57) 3124488536 • PBX VEN: (58) 212 770 8390

LO QUE SE VIO EN CANITEC 2015

DEBE VOLVER A SER EL EVENTO DE TODA LA INDUSTRIA

Canitec 2015 se llevó a cabo nuevamente en el Centro Banamex de Ciudad de México. La inauguración tuvo la fuerza política que viene caracterizando a la gestión de **Alejandro Puente**, con la presencia del Secretario de Comunicación y Transporte **Gerardo Ruiz Esparza**. El éxito político es el mayor logro de Puente en todos estos años y se reeditó en esta Canitec, que por lo menos a diferencia del año pasado en Acapulco tuvo la presencia del staff ejecutivo de **Izzi Telecom** (Televisa Comunicaciones) con el VP Corporativo **Adolfo Lagos** y el de operaciones **Jean Paul Broc**.

También estuvo en la misma mesa inaugural **Francisco Gil Díaz**, presidente de **Telefónica Móviles**, aliado de Televisa en su puja contra **Telmex**. En el medio de los discursos, Lagos recibió un reconocimiento de parte de Ruiz Esparza por el lanzamiento de un empaquetamiento único de servicios con la marca **Izzi Telecom**, que durante la foto de entrega Puente aseveró que iba a ser para tapa de los diarios.

Tras ese momento importante, que ratifica la identificación actual de la cámara con el grupo **Televisa**, vino el corte de cinta y el comienzo de la Expo Comercial, que pese a los problemas que se venían comentando lució bien con mucha actividad en el stand de **Televisa Networks** y **HBO**. También hubieron muchos stands novedosos que los ausentes se perdieron, como el de **Proudeu/Auris** con el concepto de **Vida**



Jean Paul Broc y Humberto García, de Tepal



Celine Rodríguez de Euronews y Ricardo Ortiz de Maxcom

conectado o **The Platform** para TV Everywhere, y de señales que regresan o apuestan a la región que se merecían otra atención.

PROBLEMA INSOSTENIBLE

El problema pasa claramente por la falta de los otros clientes importantes que tiene el mercado, con las deserciones que se fueron sucediendo y en particular este último año con la ida de **MVS**, **PCTV** y en definitiva **Megacable**, todos protagonistas históricos entrañables. Incluso a **Memo Salcedo**, el más buscado por las señales para entrar al anfitrión **Izzi Telecom**, se lo tenía que ir a ver a sus oficinas de Colonia Santa Fe. Muchos participantes se preguntaron si en estas condiciones habrá una Canitec 2016. Es bueno que se reflexione que Canitec, o la feria que sea si se la reemplaza, es un capital de la industria en su conjunto y no de un solo sector. Es falso que con la consolidación el mercado no necesite un evento, pues siempre es buena la oportunidad de reunirse y que los ejecutivos se enteren de lo nuevo y se capaciten los de menor rango.

Se puede canalizar perfectamente, en una expo comercial, un mercado que pasó de 6 millones a casi 15 millones de suscriptores en los últimos tres años y tener a todos los programadores de vuelta, tras la no participación del **Grupo Turner**, **FIC** y **Viacom**. El mercado está a tiempo de recuperarla, pues muchas ferias pudieron reinventarse como le pasó a la propia Jornadas de Argentina, hoy revitalizada con una gran concurrencia internacional.

LOS TIER 2 Y TIER 3 SI ESTUVIERON

Esto no quiere decir que no vino ningún operador, sino que los tier 2 y tier 3 si estuvieron con **Total Play** de TV Azteca, **Genaro** de **Axtel**, **Maxcom** con **Ricardo Ortiz**, gente de tecnología de **Claro** con **Rafael Aguilar** y **Sergio Pulido**, y



José Alfredo Mercado y Victoria Soto de Gigacable de Aguascalientes, Alfonso Guerrero



Premio especial a Izzi Telecom: Alejandro Puente, Adolfo Lagos y Gerardo Ruiz Esparza de la SCTE

los que están diseñando el tercer DTH mexicano que ya venían gestionando en IBC y en Natpe de este año. Eso es importante verlo.

Además, tras el horario de la comida del segundo día la concurrencia mejoró con algunos cableoperadores medianos y pequeños tier 3. Vale destacar allí a **Marco Lama** y **Marco Gazano** de **Vision Cable** del DF, que tienen 14 cabeceras análogas a las que le van a poner Internet y luego de ver el recupero digitalizar. También los de **Gicable** de Aguascalientes, con **José Alfredo Mercado** y **Victoria Soto**; **Valdemar Delgado** de Allende, **Sergio Pedroza** de Matehuala San Luis, **Javier Lamot** de Monterrey y **Elías Saire** de Cadereyta, Nuevo León, Tevezac de Zacatecas, gente de Chiapas y otros lugares.

LO QUE FALTÓ TAMBIÉN EN CANITEC

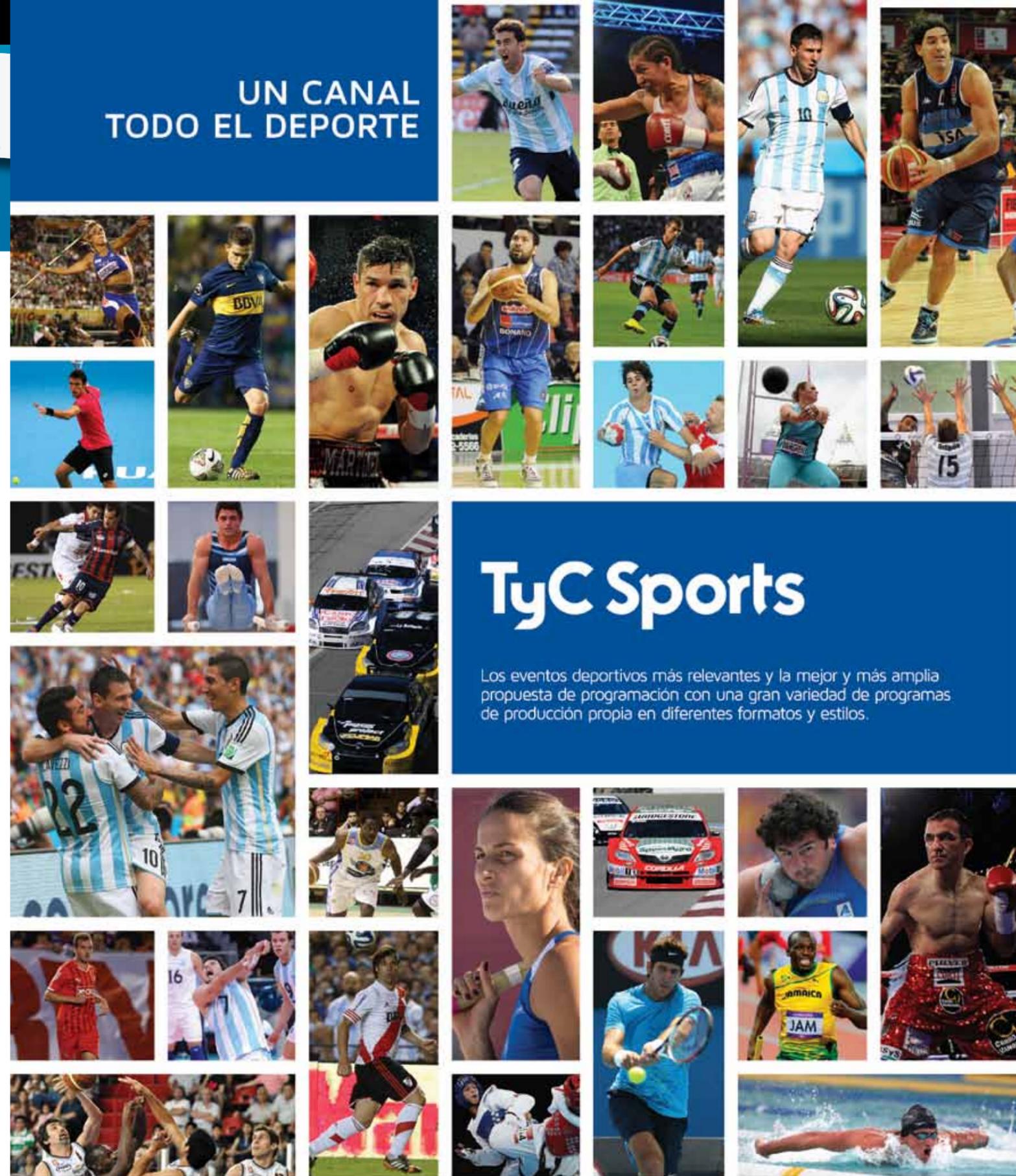
Son muchas las cosas que pasan todavía en el mercado mexicano más allá de la consolidación, como la entrega de las seis nuevas licencias únicas, que tienen todo por hacer y hubiera sido bueno verlas en el Banamex, o las dos nuevas cadenas de TDT, que traen poderosos grupos locales a la industria de la televisión como son el **Grupo Vázquez** dueño de El Excelsior y los hoteles Camino Real, o **Radiocentro** de **Francisco Aguirre**, que si estuvo en la inauguración de Canitec con **Salvador Pérez Habib**.

Sin duda, esta Canitec no refleja todo lo que el mercado mexicano está ofreciendo, como ya se vio con el éxito de **ATIM** la semana anterior, y podría hacerlo.



David Peredo de Wobi, Marco Lama y Marco Gazano de Vission Cable

UN CANAL TODO EL DEPORTE



TyC Sports

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

Visitanos en el stand n°30 de Punta Show

Contacto Ventas Afiliadas: Hernán Chiofalo, hchiofalo@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3531.

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



Fortunato Guzmán y Claudio Urrea de E!



Mario Torres, Fernanda Merodio, Gustavo Arciniega de Regucom y David Peredo de Wobi



José Alfredo Mercado y Victoria Soto de Gigacable de Aguascalientes, Alfonso Guerrero



Esteban Borrás, Valeria Ortigoza de PlayboyTV, y Juan Toth de TyC Sports



Matilde de Boshel y Mar Martínez, de MBA



Cosme López, Caro Lavado y Carlos Cabrera

DISCURSOS INAUGURALES: "REFORMA Y CRECIMIENTO"

En su discurso inaugural, **Alejandro Puente** dijo que festejan 40 años de asumir nuevos retos, festejó los avances con la nueva Ley de Telecomunicaciones, con avances son tangibles para los usuarios, y habló de retos pendientes. Destacó la voluntad del gobierno actual, para nivelar las leyes de juego con el preponderante (**Telmex**). Se eliminaron los cargos de larga distancia, tarifa cero, se estableció la portabilidad numérica, el *must carry* y *must offer* y partieron las dos nuevas cadenas, junto a nuevas licitaciones del espacio Radioeléctrico. La determinación de jugadores preponderantes en Telecomunicaciones también fue clave. Pero dijo que falta acelerar procesos para desagregar

los elementos de la red pública local del preponderante, que el regulador establezca las tarifas y vigile violaciones a su título de concesión, como el hecho que se le prohíba dar tv de paga hasta que haya condiciones de igualdad de competencia.

Dio también cifras. Mientras el IPC creció 7.1% el año último, el precio de las telecomunicaciones bajó un 15%, y un 25% de 2002 a la fecha en México. Ahora es más barato México que otros países donde también está el preponderante y aumentó la cobertura a la mitad de la población.

Ruiz Esparza, por su parte, dijo que sin duda las Telecomunicaciones será una de las industrias más relevantes del siglo XXI. Destacó al IFT como ente autónomo al que los jugadores pueden recurrir. México tiene regulación menos restrictiva que el resto de los países de la OCD, volviéndose atractivo para la inversión de empresas de talla mundial. Que se haya duplicado la cantidad de suscriptores de banda ancha para llegar al 40% y la baja de tarifas, son buenos indicadores.

Remarcó que desde que asumió Peña Nieto dijo que el conocimiento y la tecnología eran



Alejandro Puente y Gerardo Ruiz Esparza

fundamentales, lo que se acrecentó con el Pacto por México y reformas como la Ley de Telecomunicaciones. La SCT abre la puerta para generar sinergias entre la empresa que presta servicio y el gobierno que lo auspicia para ponerse siempre de acuerdo.

A lo largo de la expo Canitec también fueron importantes otras conferencias, centradas en los cambios generados por este gobierno a partir de la Reforma de la Ley de Telecomunicaciones, y como fue necesaria por como estaba México en materia de penetración y precios. Y enfatizaron en como está ahora en sintonía con el slogan de la Expo, "Reforma y crecimiento". Entre ellas la más destacada fue la de **Mónica Aspe**, de la SCT.



Mónica Aspe

ELENOVELAS TALK SHOWS VARIEDADES TELENOVELAS HUMOR TALK SHOWS VARIEDADES TELENOVELAS HUMOR TALK SHOWS VARIEDADES



VIVE TU PROPIA
HISTORIA DE AMOR



LO QUE QUIERES PLUS LO TIENE



CARLOS CABRERA DIRECTOR DE VENTAS AFILIADAS
P +1 (305) 4423450 - M +1 (954) 2881907 - F +1 (305) 4459667 CCABRERA@CISNEROS.COM

@VePlusTv VePlusTv VePlusTv

TuVes HD AYUDA A OPERADORES A LANZAR SEÑALES DIGITALES

PRESENTA SOLUCIÓN RACK-TV

TuVes HD anunció el lanzamiento de Rack-TV, una solución accesible a los operadores analógicos y digitales que busquen ofrecer señales digitales en alta calidad, sin tener que invertir en costosos IRD.

Erika Tapia, VP comercial mayorista de TuVes HD, explicó: 'Rack-TV consiste en ofrecer la distribución de diferentes paquetes de señales digitales de TVSD y HD a pequeños y medianos cableoperadores en toda Latinoamérica a un bajo costo mensual. Todo mediante transporte

satelital y encriptado con altos estándares de seguridad.'

Este producto se basa en la sustitución del IRD por un servicio mensual. Lo único que necesita el cableoperador es una antena para la recepción de todas las señales que contrate y el resto es reproducido mediante equipamiento que es provisto por TuVes HD como parte del servicio.

'Por un pequeño cargo fijo mensual, el cliente podrá incorporar nuevas señales digitales a su



Erika Tapia

sistema de cable analógico o digital. El paquete mínimo de señales que el cable operador puede incluir del sistema a través del Rack-TV son diez, los que pueden ser en SD, HD o audio, teniendo siempre la posibilidad de incrementar el número de señales según la necesidad del cable operador.'

ALTERNA'TV SUMÓ NUEVAS SEÑALES A SU CATÁLOGO DE DISTRIBUCIÓN

El año inició muy activo para Alterna'TV, subsidiaria de Eutelsat Americas, que desde enero ha anunciado nuevas incorporaciones y acuerdos de contenido para su catálogo de programación para Latinoamérica y Estados Unidos.

Meses atrás, anunció un acuerdo con el grupo alemán Your Family Entertainment por el que sumó la señal infantil animada Fix&Foxi, con programación humorística de entretenimiento y live action, que será distribuida en casi 25 países de todo el continente en su versión lineal y VOD, así como su app para dispositivos móviles.

Otro canal incorporado este

año fue Motor TV, enfocado en el deporte motorizado, que llegará ahora a 2 millones de fanáticos en Norte y Sudamérica en sus dos feeds, en español y en inglés.

En la parte de contenidos, Ecuavisa Internacional anunció un acuerdo con la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF) por el que adquirió los derechos de transmisión de los partidos de la Liga A. Esto permitirá llevar los mejores partidos del fútbol nacional a los principales operadores



Aymeric Genty, CEO de Alterna TV, junto a Daniel de Simone, de Tigo Latin America, y Paul Robinson, de Your Family Entertainment, en Natpe 2015

de Estados Unidos.

Por último, junto a AT&T lanzó en el sistema U-Verse el canal de deportes extremos de Latinoamérica PXTV. Los clientes de Uverse TV fueron los primeros en Estados Unidos en mirar lo último de los deportes extremos y de acción en Latinoamérica.

WOBI: PROGRAMACIÓN INTERACTIVA

'Termina el primer trimestre del año con grandes resultados', dijo Alejo Idoyaga Molina, Head Of Media de WOBI. 'Seguiremos innovando, evolucionando, creciendo y expandiendo a lo largo del año nuestra programación, la cual ahora es más interactiva, es decir, ahora tenemos días temáticos que permitirán que el televidente sintonice el canal el día en que esté buscando un tema específico.'

Entre los estrenos de programación destacados, mencionó Los Secretos del Branding, Horizons, CEO's a Prueba y las nuevas temporadas

de las series Ad Factory y Spotlight.

Idoyaga se refirió al impulso en la región que ha dado el gerente de afiliados para Latinoamérica, David Peredo: 'Hemos obtenido grandes resultados en los proyectos de la región, tanto en SD como en HD. El segundo ya está creciendo en toda la región, y en mayo se suma Cotas Bolivia. Además, tenemos otros grandes proyectos en puerta para lanzar WOBI HD y SD, los cuales están madurando y esperamos pronto dar noticias al respecto.'

'Por mi parte, dentro de las nuevas res-

ponsabilidades como Head of Media, puedo decir que estamos avanzando con firmeza con respecto a Ad Sales dentro de nuestras tres plataformas: TV, Magazine y Online.'

Y resumió: 'Cierra el primer trimestre del año, y nos deja llenos de entusiasmo por todo lo hecho y por todo lo que aún falta alcanzar.'



Alejo Idoyaga Molina



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





INVERSIÓN PUBLICITARIA ARGENTINA CRECIÓ 32,1% EN 2014

SEGÚN LA CAAM

La inversión publicitaria en Argentina totalizó 41.264 millones de pesos (USD 4.659 millones) en 2014, mostrando un crecimiento de 32,1% en comparación con el periodo anterior, de acuerdo al reporte anual de la **Cámara Argentina de Agencias de Medios (CAAM)**.

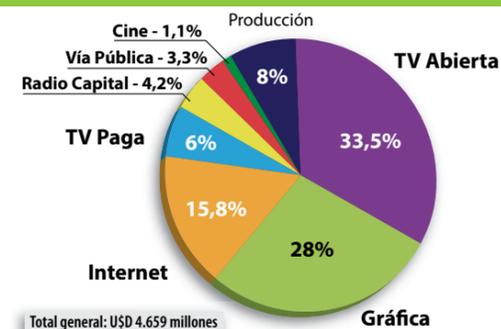
Con 33,5% de market share, la TV abierta (en CABA y el interior) fue el vehículo que acaparó la mayor inversión, totalizando 16.368 millones de pesos a diciembre de 2014, con un crecimiento de 29,3% sobre el total registrado el año anterior. En segundo lugar, aparecen los medios gráficos (diarios y revistas) que, con una inversión de 11.564 millones de pesos (USD 1.305 millones), acapararon el 28% la torta publicitaria tras crecer 21,3% en un año.

Internet vuelve a aparecer en el tercer lugar tras haber atraído una inversión de 6.500 millones de pesos (USD 733 millones), superando

en 62,5% a la cifra del 2013, y con una participación de mercado de 15,8%. La TV paga alcanzó 2.542 millones de pesos (USD 287 millones) con incremento de 34,5% y un market share de 6,2%, ocupando el cuarto lugar en inversión.

En términos de volúmenes físicos, el incremento total registrado en Argentina en 2014 fue de sólo 2,1% considerando todos los vehículos presentes en las bases, y sin tomar en cuenta la inversión en Internet ni vía pública. En este contexto, entre los medios para los que la CAAM relevó los volúmenes, el cine apareció como el de mayor crecimiento, tras haber superado en 10,2% su desempeño del 2013. 'Es un medio que depende mucho de las expectativas de los estrenos', indica la entidad.

ARGENTINA: MARKET SHARE DE INVERSIÓN PUBLICITARIA POR MEDIO (Dic 2014)



Total general: USD 4.659 millones
 Fuente: CAAM

(*) El estimado de producción corresponde a la aplicación de un 10% sobre los montos de TV, Gráfica y Radio

En cuanto al desempeño en volúmenes de los otros medios, la CAAM aclara que la radio de Capital subió un 1,9 %, siendo el sistema más estable de los analizados. La TV abierta de Capital tuvo un año excelente, y ya venía de un 2013 también positivo. Analizando los volúmenes en una serie de doce años, en el 2014 está en lo más alto del período.

EL 82% DE LA PAUTA PUBLICITARIA DIGITAL ARGENTINA SE DESTINA A MEDIOS ONLINE

SEGÚN ADCUALITY

Un informe elaborado por **adCuality** determinó que durante el 2014, el 82% de la pauta publicitaria online estuvo destinada a "medios online", mientras que el 17,97% fue para redes sociales y el 0,01% a mobile.

Dentro de los medios online o sitios web, las categorías más requeridas por los anunciantes fueron: medios de interés general con 26,1 %, entretenimiento (23,1%), red social de interés general (17,97%), noticias (8,7%), portal horizontal (6,2%), deportes (4,7%), femeninos (3,6%), y clasificados (2,3 %).

En cuanto a los medios elegidos por los anunciantes, **adCuality** estima que en 2014, **YouTube** y **Facebook** concentraron el 37 % de la pauta publicitaria online de Argentina, en consonancia con lo que sucede en el resto de los países de Latinoamérica. Youtube registró una participación publicitaria del 19,2%, Facebook del 17,97%, **Clarín** del 8,1%, **La Nación**

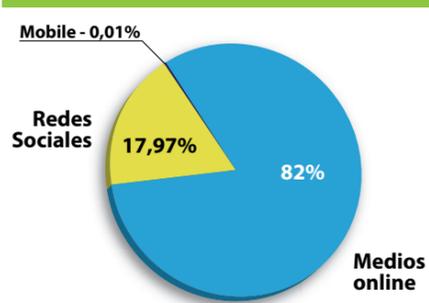
del 5,7%, **Infobae** del 3,7%, **Perfil** del 3,3%, **Yahoo!** del 2,76% y **TN** del 2,3%.

Los principales anunciantes por categoría durante el 2014:

- **Retails:** Garbarino, Fravega, Netshoes, Dafiti, Musimundo. **Banca y Finanzas:** American Express, Banco Galicia, Banco Comafi, Banco Supervielle, Banco Provincia, Banco Credicoop.
- **Higiene y Belleza:** Gillette, P&G, Always, Herbal Essences, Sedal, Rexona.
- **Automotriz:** Chevrolet, Ford, Toyota, Renault, Peugeot.

El estudio no incluye pauta publicitaria en buscadores. La plataforma de adCuality no releva inversión publicitaria en Internet, sino impactos publicitarios y presencia publicitaria online. La plataforma de monitoreo de publicidad online de adCuality realiza un relevamiento constante de la web, y provee en tiempo real

ARGENTINA: MARKET SHARE DE INVERSIÓN PUBLICITARIA DIGITAL (Dic 2014)



Fuente: adCuality

información sobre pauta en Internet que exhibe las características de la presencia publicitaria de los anunciantes. La herramienta releva más de 10.000 sitios, incluyendo Social Ads, videos, pre rolls y enlaces patrocinados, y genera en tiempo real reportes sobre quién, cómo, dónde y cuándo pauta en Internet.



Solución Local y Oportuna
en Productos para
Telecomunicaciones



Nuestros Productos conectan y mantienen unidas a millones de personas,
en **FYCO** Trabajamos para el Desarrollo de Latinoamérica.

Jr. Jose Santiago Wagner No. 2860 – Pueblo Libre, Lima - Perú. Telfs: +(51) 261.43.06 / 261.43.26.





CÁMARA DE ANUNCIANTES: CAPACITACIÓN DE OGILVY SOBRE SOCIAL MEDIA

En un curso ofrecido por la Cámara Argentina de Anunciantes (CAA) Roberto Repetto, Head of Digital Media de Ogilvy, capacitó a agencias y socios sobre la utilización de las redes sociales para valorizar marcas por parte de anunciantes y agencias.

Repetto inició la presentación enunciando la trilogía POE, compuesta por Paid Media (medios pagados), Owned Media (medios propios) y Earned Media (medios ganados), la cobertura —como menciones en redes sociales y medios de comunicación— que es consecuencia ‘de lo que estamos haciendo en la empresa’ y que incluye los ‘influenciadores’ o personalidades de las redes sociales con capacidad de orientar al público en general hacia una marca o un acontecimiento.

La variante de esta nomenclatura conocida como PESO incluye los Shared Media, definida como la participación en sitios como Facebook, Twitter o YouTube, que son ‘compartidos’ con otros productores de contenidos y el público.

Pasó allí a la definición de Story-doing —el relato de cómo se hace algo que agrega valor al usuario del producto o servicio— como paso adelante frente al tradicional Story-telling o argumento típico de un spot de cine televisión, donde se cuenta una historia.

Esto representa una iniciativa para cambiar la

proporción tradicional entre Paid, Owned y Earned, donde lo pagado ocupa la mayor proporción y lo propiedad de la marca es la menor parte, a un esquema donde lo “ganado” es superior a los otros dos factores, representando una mayor efectividad de campaña.

Afirmó que, en un estudio realizado por Havas en 2013, sólo el 20% de las marcas tienen importancia para los consumidores, en tanto un 73% podrían ‘desaparecer’ sin ser lamentadas, porque ‘no agregan valor al consumidor’.

REDES SOCIALES

Señaló que la cantidad de redes sociales actualmente disponible es muy superior a lo que la mayoría de las personas pudiera pensar, con Whatsapp, Facebook, Facebook Messenger —ligada a Facebook—, Google+ —que figura porque está conectada a Gmail, no por su uso específico—, Skype, Twitter y LinkedIn, en orden de cantidad de usuarios. ‘Cada plataforma social ocupa un lugar en la vida de una persona’; cuando aparece otra plataforma que cumple mejor una cierta función, desplaza a la que haya anteriormente.

Las redes sociales han traído aparejado el concepto Visual Speak, que apela a la utilización de imágenes en lugar de palabras. ‘El cerebro procesa



Roberto Repetto en la CAA

una imagen 60.000 veces mejor que una palabra’ y agregó ‘con los celulares, la fotografía pasó a ser universal, dejó de ser un recuerdo para ser un medio de comunicación’ y señaló como natural que Facebook y Twitter hayan comprado Instagram y Vine, que ofrecen videos; la compra de Periscope por Twitter ya trajo problemas al comenzar los usuarios a transmitir fragmentos de programas de televisión.

Finalizó señalando que ‘la impaciencia’ del usuario es otro factor relevante en la relación actual entre marcas y usuarios. El tiempo promedio de atención de usuario antes de distraerse ha bajado a 7 segundos. También ha disminuido la ‘tolerancia’ a la demora en una respuesta.

DISNEY CHANNEL LANZÓ PROGRAMACIÓN ESPECIAL EN ABRIL

Bajo el concepto “Soy Feliz Cuando”, Disney Channel lanzó su programación especial para el mes de abril. Entre las novedades se destacan el estreno de *Un día descabellado*, la nueva película original protagonizada por Laura Marano (*Austin & Ally*) y *Ralph, el demoledor*, la película de Walt Disney Animation Studios. Además, comienza una nueva temporada de *Jessie*, la serie encabezada por Debby Ryan, y hay nuevos episodios de *Los 7E*; *Liv y Maddie*, *El mundo de Riley*, *Gravity Falls: Un verano de misterios* y *Austin & Ally*, en su versión *Sing Along*.

Un día descabellado es una comedia de aventuras que cuenta la historia de Mónica, una estudiante de la escuela secundaria experta en

tecnología, que el día de su graduación se ve repentinamente envuelta en una increíble aventura que la lleva a recorrer toda la ciudad, gracias a una oficial de policía y a un ladrón de joyas. Para acompañar este estreno, el canal tiene preparado una maratón de preestrenos, en los que los niños pueden disfrutar de adelantos exclusivos de las próximas temporadas de *Austin & Ally*, *Yo no lo hice*, y de *Agente K.C.*, una serie protagonizada por Zendaya, que estrenarán muy pronto en Disney Channel.

Ralph, el demoledor es una aventura animada ambientada en el mundo de los videojuegos. Por otro lado, la cuarta temporada de la serie de

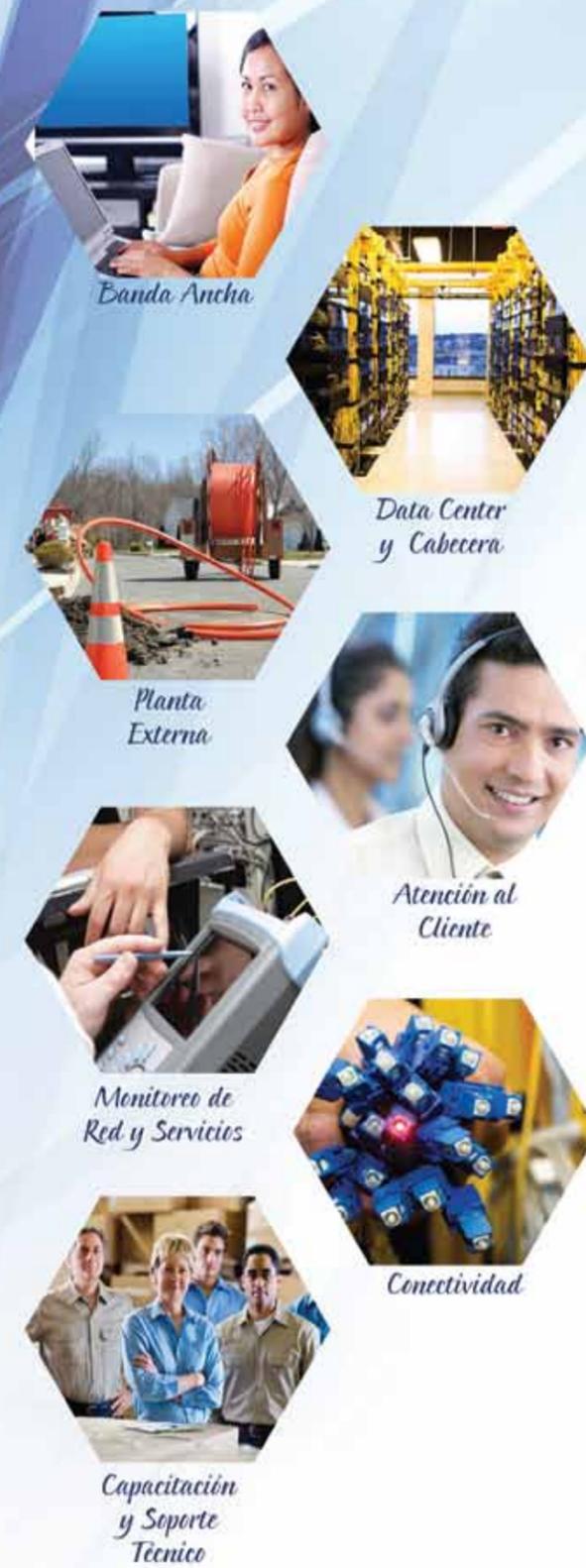


Jesse

Un día descabellado

comedia *Jessie* se enfoca en su protagonista, una chica de Texas que se lanzó a la aventura de su vida y decidió mudarse a la ciudad de Nueva York.

Por último, el 22 de abril Disney Channel celebra el Día de la Tierra con el estreno de la película *Felinos de África*, de Disney Nature que narra las fascinantes historias de los reyes de la sabana africana, y la emisión de *Mi aventura en África*, con una odisea familiar.



Encuétranos en VII CUMBRE APTC CUSCO 2015

Soluciones, Productos y Servicios End-to-End

TVC ofrece los productos y asistencia técnica para la construcción de infraestructura de red de banda ancha de hoy. Estamos respaldados por estrechas relaciones de trabajo con los principales proveedores y tenemos un profundo conocimiento de las aplicaciones y la tecnología detrás de los productos que vendemos.

TVC ha demostrado ser un socio valioso para las industrias de telecomunicaciones y cable de banda ancha. La fuerza de nuestras ofertas de producto y marca es incomparable en nuestra industria.

- OTT
- Voz – Video - Data
- HFC – FTTx – VOD
- Soluciones de Video Digital
- Servicios Profesionales
- Personal Altamente Calificado

Respaldados por Suplidores de Clase Mundial



TVC Communications, A Division of WESCO Distribution, Inc.
2105 N.W.102nd Avenue Miami, FL 33172 www.tvclatinamerica.com 305.716.2160
Mexico +52 55 5639 2926

AMC NETWORKS: PRIMERA VENTANA DE EMISIÓN DE LAS SERIES DE AMC

AMC Networks International estrenará a nivel global nuevas series del canal AMC en Estados Unidos, convirtiéndose en la primera ventana de emisión de los próximos estrenos, *Fear The Walking Dead*, *Into the Badlands* y la nueva temporada de *Halt and Catch Fire*, que serán emitidas en AMC Global a menos de 24 horas de su estreno en el país de origen.

AMC Global, la cadena televisiva de la marca global AMC perteneciente a AMCNI que puede ser vista en más de 115 países y territorios, continúa su crecimiento global desde que la compañía lanzó la marca por primera vez fuera de Estados Unidos a fines del año pasado.

Ed Palluth, EVP de distribución global, afirmó: 'AMC Networks International ha tenido un crecimiento récord con sus nuevos acuerdos de distribución para plataformas de TV paga en todo el mundo. Hay una fuerte y clara demanda por nuestra oferta de programación globalmente reconocida y relevante a nivel local con muchos cable operadores

agregando o reposicionando, en los últimos meses, nuestros servicios en los paquetes básicos para hacerlos masivamente accesibles a nuestros clientes'.

'Estamos particularmente emocionados del debut en menos de 24 horas después de su estreno en Estados Unidos de las series *Fear The Walking Dead*, *Badlands* y la nueva temporada de *Halt and Catch Fire*'.

En Latinoamérica, Axtel en México lanzó el portafolio de canales de AMCNI por primera vez que incluyen AMC, Sundance Channel, elgourmet, Europa Europa y Film&Arts. AMC se lanzó por primera vez en Brasil en varios sistemas de TV por cable que son miembros de Neo TV, acompañando el debut de este mes, de la cadena, en SKY. AMC también se lanzó por primera vez en varias plataformas de TV paga en Uruguay, incluyendo TCC, Montecable, Nuevo Siglo y Equital. Las




Ed Palluth, EVP de distribución global

plataformas regionales de Tigo han lanzado o reposicionado AMC para incluirlos en sus servicios básicos. Casa Club TV se lanzó por Red Intercable en Argentina por primera vez y está disponible en sus paquetes básicos. Sundance Channel continúa creciendo a lo largo de Latinoamérica y está disponible en varias plataformas, incluyendo Cablevisión y Supercanal en Argentina, entre otros. Adicionalmente, Movistar TV (Colombia) ha reposicionado AMC en su servicio básico.

SIGNAL TV: 'LOS PROVEEDORES DEBEN BUSCAR NUEVOS MODELOS PARA PERMANECER ATRACTIVOS'

Tras haber celebrado 15 años en la industria de la TV paga, Hortensia Espitaletta, líder de SignalTV, compartió con Prensario su visión sobre el mercado de TV paga en la región, destacando que el acceso a Internet ha marcado un antes y un después en la producción, distribución y consumo de contenidos.

'Hoy en día en todas las ferias, eventos y seminarios de la industria el tema que se ha vuelto recurrente es el acceso a Internet y la propagación de dispositivos conectados para ver video. El futuro (ahora) de los servicios de contenido consiste en entender el nuevo modelo de engagement con los usuarios, que quieren acceso irrestricto', remarcó.

'La experiencia del usuario debe ser satisfactoria en cualquier pantalla o dispositivo. Esta revolución en el consumo de contenidos

exige que los proveedores de servicios implementen un nuevo modelo para poder sacar provecho y así permanecer atractivos frente al suscriptor', completó Espitaletta.

En cuanto lo que buscan los suscriptores, aclaró: 'Lo que importa es su calidad y que cuente con derechos multipantalla, preferentemente HD, pero que además sea relevante, atractivo y diferenciador. En nuestros países el deporte, en especial el fútbol, seguirá siendo muy fuerte, pero no podemos dejar afuera a las series y dramatizados para adultos y niños'.

'Nosotros seguimos los lineamientos de nuestros representados, buscando siempre la mejor distribución de sus señales en los paquetes y con la mejor tarifa posible'.




Hortensia Espitaletta

El portafolio de Signal se caracteriza por su variedad, con señales como TVE, 24 Horas, Xtime, CB24, Cinema +, CineClick, además de las de los grupos AZ TV de Paga y Globalmedia (TVAgro, Cablenoticias, Telenostalgia y Rumba TV). 'Nuestras señales representadas están en los sistemas más importantes del mercado colombiano y de los otros también', concluyó.



- VOICE
- VIDEO
- DATA
- CONNECTIVITY SOLUTIONS



www.defangtech.com

Contactos:

Oscar Vidotto Ovidotto@defangtech.com

Pablo Diaz Pablo.diaz@defangtech.com

Michael GU Michael.gu@defangtech.com

POR MARKO ESTACIO, STAFF SOLUTIONS ARCHITECT



ARRIS: EL SALTO DE 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 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

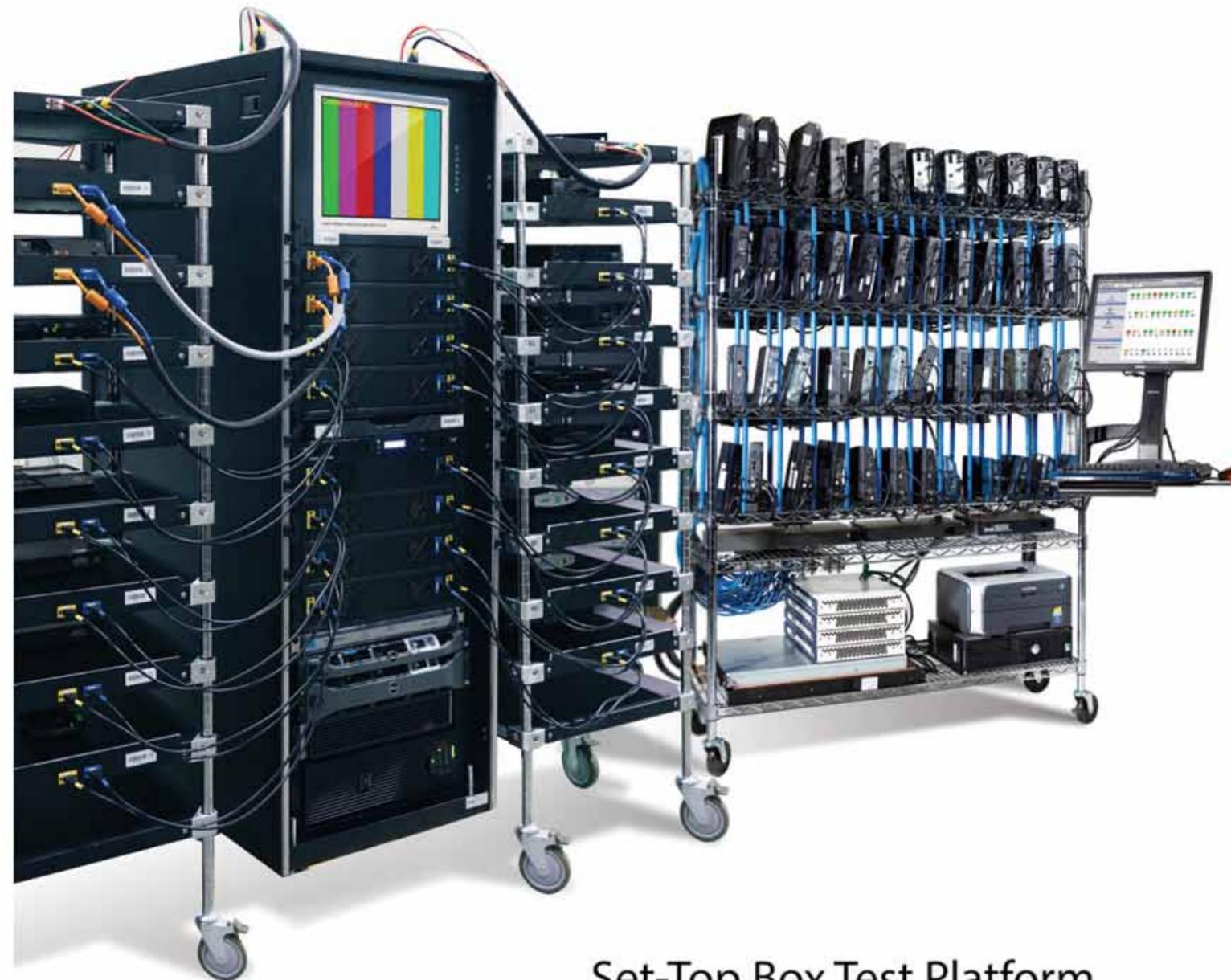
nuevo en cuanto a disponibilidad para los suscriptores. Por ejemplo, en México, hay un par de operadores que están lanzando el servicio de forma comercial a sus suscriptores, pero muy tímidamente; en Colombia hay un operador que está lanzando algo similar, hay otro en Chile y uno grande en el Caribe, 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 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.



Set-Top Box Test Platform

La mejor combinación de velocidad y confianza en resultados para pruebas automáticas masivas de Set-Top-Box digitales

Cable Modem Test Platform

El banco de pruebas mundialmente probado para diagnóstico automatizado de Cable Modems, EMTAs y Gateways inalámbricos

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



LINDSAY BROADBAND: NUEVO DIRECTOR DE VENTAS PARA CANADÁ

Lindsay Broadband anunció el nombramiento de **Keith Campbell**, ejecutivo con más de 25 años en la industria de las telecomunicaciones, como nuevo director de ventas para Canadá.

En su nuevo cargo, tendrá la responsabilidad de dirigir el equipo de ventas, P&L en el país y consolidar las relaciones a largo plazo con los clientes de TV por cable y telecomunicaciones, en los mercados wireless y wireline.

Campbell se ha desempeñado durante varios años en posiciones de liderazgo en **Bell Canadá**, dentro de la organización de logística, en cargos tales como gestión de inventario, desarrollo de sistemas, distribución y diseño de procesos e implementación. También ha trabajado en **3M Canadá** como Business Manager dentro del segmento de mercados.

Más recientemente, como Senior Account Manager en **Inventronics**, fue responsable de todos los territorios del este para Manitoba, lo que le permitió desarrollar y proveer soluciones tácticas de ventas para las industrias de cable, telecomunicaciones y energía.

David Atman, presidente de Lindsay Broadband, dijo: 'Nos complace que Keith haya aceptado nuestra oferta para integrarse al equipo de Lindsay y asumir el liderazgo de ventas para Canadá. Le damos la bienvenida como miembro clave de nuestro creciente equipo de profesionales formados para entregar tecnologías de avanzada y redes de soluciones para una base de clientes mundiales, siempre en expansión.'

Keith Campbell agregó: 'La estrategia de ventas de Lindsay está alineada con mi larga



Keith Campbell, director de ventas para Canadá

experiencia de liderazgo, servicio y relaciones crecientes requeridas para expandir las ventas de productos a los clientes actuales y futuros.'

Con sede en Ontario, Canadá, Lindsay Broadband es proveedor de tecnología y servicios para redes HFC, incluyendo hotspots Docsis Wi-fi, cable módems y equipamiento RF, entre otros.

PRISMA

PASSIVES

GAINMAKER

ARRIS

CONTINUUM

POWERVU

DEMODULATORS

STEREO ENCODERS



¿A quien llamar?

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



Ellos Llaman a Tulsat

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

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

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

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

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

Conectase con Tulsat.

1-918-251-2887

ATX Lleva EL HEADEND a 1.2 GHz

NUEVO - 1.2 GHz

Compatible con CCAP™

MAXNET II

SignalOn®

ATX

Características Principales:

- Completa Línea de Opciones de Productos RF en MAXNET II y SignalOn con Ancho de Banda de 1.218 GHz para DOCSIS® 3.1
- Mas Soluciones Pasivas y Activas Broadcast/Narrowcast Personalizadas para Mejorar la Densidad de Espacio del Rack y el Aislamiento
- Ideal para el Mundo CCAP™ y eQAM de Altas Densidades

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

TRIVENI DIGITAL: DEMOSTRACIÓN EN LA NAB 2015

Triveni Digital estuvo en la NAB, donde demostró la nueva aplicación de publicidad dirigida para el estándar de televisión ATSC 3.0, que incluye tecnología de LG Electronics, Zenith y GatesAir.

Parte de una arquitectura compatible con ATSC 3.0, la demostración de tecnología para publicidad dirigida ("targeted advertising") está construida sobre la tecnología de transmisión Futurecast y utiliza el excitador GatesAir y un receptor desarrollado por LG y Zenith, su subsidiaria de R&D.

El sistema entrega contenido direccionable en dos Smart TVs de LG, que renderiza la franja publicitaria de manera diferente, mientras despliega contenido de programación idéntico. La demostración en NAB mostró cómo los broadcasters pueden impulsar tecnologías ATSC 3.0 para extender su actual servicio mediante la distribución eficiente de contenido direccionable a sus espectadores, así como los anuncios dirigidos o elementos de programación personalizados y localizados.

Mark Simpson, presidente y CEO de Triveni,

dijo: 'Los consumidores actuales quieren una experiencia de televisión más personalizada, y los broadcasters pueden servir mejor a sus clientes anunciantes con las capacidades del contenido direccionable en el estándar emergente ATSC 3.0, el cual podría permitirles obtener más ganancias de los mismos anuncios.'



WIRE TECH REALIZA SU JORNADA DE ACTUALIZACIÓN TECNOLÓGICA 2015

Wire Tech realizó el 16 y 17 de abril en la ciudad de Villa Carlos Paz, Córdoba, la "Jornada de actualización Tecnológica 2015", donde ofreció un espacio de capacitación y camaradería junto a sus clientes.

El jueves, después de la bienvenida, tuvo lugar la charla técnica a cargo del Ing. Juan

García Bish, sobre Servicios de TV digital en el cable. Luego habló sobre servicios de datos e Internet basados en Docsis, y más tarde se refirió a las tecnologías alternativas a Docsis para servicios de datos e Internet.

El viernes, Wilfredo Rodas, director de ventas de PPC, habló sobre la conectorización



Carlos Romo, gerente técnico de Wire Tech

de redes en Docsis, y más tarde recorrieron el show room donde exhibieron las últimas incorporaciones en equipamiento, incluyendo el EOC (Ethernet Over Coaxial).

TRILITHIC: EVOLUCIÓN CONSTANTE EN MEDICIÓN DE RUIDOS

Desde hace más de 12 años, Trilithic provee sus productos para la industria de la TV paga y las telecomunicaciones en Latinoamérica, adaptándose a los cambios en los requerimientos de los operadores. Tal es así, que en los últimos años ha expandido la oferta de productos de acuerdo a los cambios a partir del uso del Wi-fi, las altas velocidades de acceso a Internet y la digitalización que impulsaron el desarrollo de mediciones diversas para trabajar.

La representante de ventas de Trilithic, Judith Vázquez, destacó en particular dos herramientas que estará presentando la marca en Andina Link: el detector de fugas de señal Seeker D, y el Servidor LAW, impor-

tante para mantener limpio su upstream para velocidad de datos.

'El Seeker D ha sido un producto muy útil en el mantenimiento de la red para evitar que entren ruido en la red del aire y también para evitar interferencia en banda LTE de los teléfonos celulares. El control de fugas de RF es mucho más importante que antes debido a estragos en el envío de datos causados por el ruido en upstream.'

'Por otro lado, utilizando el medidor de campo 360 DSP, el "acta de nacimiento" para cada acometida es importante en el control de calidad de la experiencia del consumidor. Con cada vez más competencia en video y telecomunicaciones, el operador

tiene que mantenerlos contentos con su calidad de servicio.'

'El nuevo analizador de campo, el 1G DSP, tiene unas opciones innovadoras como el CM Sweep, barrido utilizando las portadoras de cablemodem, y el Traffic Plus que permite una vista muy detallada del tráfico en retorno y permite ver el piso de ruido de bajo de las portadoras de CM', explicó Vázquez.

Por último, habló de los objetivos en la región: 'Que todos vean las bondades del equipo Trilithic. Puedo asegurarles que estamos mejorando los equipos de medición constantemente y esas mejoras la mayoría de las veces las pasan a los clientes sin cargo.'



Potencie Su Red

Desde la cabecera hasta las instalaciones del cliente, Lindsay ofrece soluciones de fibra con tecnología de última generación

- > Transmisores de cabecera, EDFAs y receptores
- > Soluciones de fiber deep
- > Fiber to the curb
- > Hybrid fiber coax
- > Fibra al apartamento
- > Fibra al hogar

Proveedor confiable de equipos de calidad para empresas de telecomunicaciones en más de 40 países.

Únete a la creciente lista de clientes satisfechos de Lindsay: solicitar presupuesto a contactus@lindsaybroadbandinc.com

www.lindsaybroadbandinc.com



Lindsay Broadband Inc.
2035-2 Fisher Drive
Peterborough Ontario
Canada K9J 6X6

contactus@lindsaybroadbandinc.com
(705) 742-1350
(800) 465-7046
(705) 742-7669 FAX

LINDSAY
BROADBAND
TOUGH TECHNOLOGY.



FYCO: SOLUCIÓN LOCAL Y OPORTUNA EN PRODUCTOS DE TELECOMUNICACIONES

FYCO Telecomunicaciones se ha posicionado como uno de los principales proveedores de la región, manteniendo el mayor stock, asegurando los mejores tiempos de entrega y la mejor calidad para ofrecer a sus clientes y aliados estratégicos la fibra perfecta, expresó Pedro Añez Castro, gerente de marketing.

Desde sus inicios FYCO Telecomunicaciones ha enfocado sus esfuerzos por satisfacer los

requerimientos de fibra óptica de sus clientes, incluyendo autoportadas, armadas, OPGW, microfibras, cada una con sus variedades de hilos y extensión de vano. Con el transcurrir de los años, FYCO ha procurado ser una empresa competitiva dentro de un mercado en crecimiento, con un personal altamente capacitado, el mejor clima laboral e incorporando nuevas líneas de producto.

El objetivo principal, comentó Añez Castro, es



satisfacer todos los requerimientos de sus clientes.

La cadena de distribución inicia en la alianza con los fabricantes globales, entre ellos **Taihan Fiber Optics, Rayvert, Broadband International** y **Fostec**, que permiten proporcionar desde el cable, accesorios, conectorización, electrónica de cabecera, fuentes de poder, fusionadoras y todos los productos requeridos para la instalación y mantenimiento de redes.

Dentro de la innovación en solución local que ofrece FYCO están los productos **K-NET** como especialista en fabricación de tuberías para la comunicación y la ingeniería civil. Este nuevo campo denominado FTx se enfoca en el despliegue de fibra óptica por soplado de aire a través de micro ductos.

BYTE: A LA MEDIDA DE LATINOAMÉRICA

La empresa con sede central en Guatemala, **Byte**, empieza a tener una operación a nivel regional de gran importancia. Según explicó **Homero Bosch**, gerente de ventas T&U, tiene más de 26 años de existencia y 20 de trayectoria en telecomunicaciones, y con mucho foco en Latinoamérica.



Homero Bosch y Jorge Oliva junto al director de T&U Fredy Massella

En los eventos del trade vienen teniendo una presencia muy buena que este año incluye a Andina Link y Canitec, lo que no es casual pues son proveedores exitosos de grandes clientes como **Izzi Telecom**, **Telefónica** y **Tigo**. Ahora seguirán con APTC de Perú con la oficina local, Andina Link Costa Rica y Jornadas de Argentina.

Según sostuvo su director general a PENSARIO, se debe a que sus soluciones están realmente enfocadas a los mercados latinos, a diferencia de otras alternativas que tienen los grandes operadores, incluyendo prácticas muy típicas como el pre-pago, soluciones anti fraude o refinanciamientos de deuda.

Es interesante que ahora están lanzando todos sus productos y soluciones en modelo cloud, con un área de IT fuerte.

TRILITHIC

Observe su Upstream en un Espectro Talmente Nuevo



jpm COMMUNICATIONS
 JPM Communications, Inc.
 463 Acton Rd.
 Columbus, OH 43214
 U.S.A.
 ventas@jpm-communications.com
 www.jpm-communications.com

Presentamos la nueva opción **TraffiControl Plus** de Trilithic para la nueva familia de analizadores de campo DSP. Con **TraffiControl Plus** se pueden ver los deterioros con facilidad, y hasta clasificar tráfico de servicio de ingress en una ráfaga de upstream, permitiéndole encontrar y solventar el problema. La búsqueda de problemas de upstream en un ambiente de channel bonding es ahora más efectivo que nunca.

innovative technology to keep you a *step ahead*

To find out more, visit www.trilithic.com or call (800) 344-2412

La fábrica de software y hardware para Tv, Internet y Telefonía IP.

- ☑ Administración y atención de clientes.
- ☑ Planificación y seguimiento de ventas.
- ☑ Cobranzas, Débitos Automáticos.
- ☑ Cuentas Corrientes.
- ☑ Órdenes de instalación, desconexión, reconexión.
- ☑ Seguimiento de reclamos técnicos.
- ☑ Seguimiento sistemático de morosidad totalmente configurable.
- ☑ Informes operativos.
- ☑ Informes gerenciales.
- ☑ Seguridad en niveles de acceso a la información.
- ☑ Perfiles de usuarios.
- ☑ Generador de reportes configurables por el usuario.

StartUP Servicio de internet por CableModem, CMTS con su instalación.

Sistema de monitoreo de red.

Head End Digital.

Aprovisionamiento para Cable Modem DOCSIS 2.0: automatiza el proceso de activación, modificación y baja de servicios (morosidad) del CableModem, nuestro Portal Cautivo de Instalaciones simplifica la instalación y permite verificar el nivel de la señal.

Telefonía IP con Asterisk: el cliente consulta el saldo, compra PPV o ingresa un reclamo por el teléfono sin intervención de operador.

TV Digital: Asesoramiento en la compra, instalación, puesta en producción. Con la interfaz Boxi CAS puede habilitar, deshabilitar, cambiar paquetes PPV y más desde BoxiCable.

contacto@cablessoft.tv
 1550 Brickell Av. #208 B-Miami, Florida 33129-te: (305)600 4379
 Av.Pueyrredón 480 piso 6 - (1032) Buenos Aires-Argentina
 tel:(54 11) 6040-0009.

www.cablessoft.tv

dibox One el nuevo producto
en materia de servicios digitales de **Red Intercable**



dibox One suma una alternativa de contenidos que permite al cableoperador:

Incrementar sustancialmente la oferta de señales digitales SD y HD con 32 nuevas posiciones.

Planificar su crecimiento con una mínima inversión y tener financiamiento en cuotas fijas y en pesos.

Posicionarse para incursionar en un entorno IPTV.

Incentivar el consumo de contenidos lineales Premium.

dibox One, un servicio con dinámica de futuro.

diboxone

WireTech

PROVEEDOR INTEGRAL

Representante exclusivo

Prysmian
Group

OPC

ASKA
Communication Corp

Cablematic

MOTOROLA

Y la más
completa línea
de equipamiento
para:

- Cabezales de CATV, Analógicos y Digitales
- Redes de Fibra Óptica
- Redes Coaxiales y todo su equipamiento
- Instalaciones domiciliarias.
- Distribución de Internet

Fabricante argentino de cables coaxiales flexibles
Cables .500 - .750 TFC

Casa Central:

Domingo French 831 - Villa Martelli - Pcia. de Buenos Aires

Tel.: +54 11 4709 6650 - ventas@wiretechsa.com.ar

Sucursal Córdoba:

Boulevard Los Granaderos 2722, Córdoba

Tel.: +54 0351 598 0084 - wtsucursalcordoba@arnet.com.ar

www.wiretechsa.com.ar



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

INTRAWAY PRESENTÓ NUEVA SOLUCIÓN DE MONITOREO DE REDES

Intraway Corporation, proveedor de soluciones de software para el soporte a la operación y al negocio (OSS/BSS) de operadores de telecomunicación y proveedores de servicio, presentó las nuevas características y herramientas de su solución de monitoreo de redes avanzada (*Advanced Network Monitor*), que ayuda a los cableoperadores a prevenir problemas en el desempeño de sus redes en tiempo real. Las nuevas funcionalidades de la herramienta incluyen el analizador de espectro y pre-ecualizador de monitoreo.

Por otra parte, Intraway exhibió las soluciones *Automatic Firmware Management*, *Customer Interaction Portal*, *Network Security Platform* y *Real-Time Universal Service Activator* en CableLabs Winter Conference 2015, realizada en marzo en Orlando, Florida.

El analizador de espectro de la solución *Advanced Network Monitor* permite tanto

a los operadores en el centro de operaciones, como a los técnicos en campo, contar con visualizaciones en tiempo real y pasadas del espectro de upstream y downstream vía SMTc e información de cable modem desde un punto de vista único. Esto les permite comparar y contrastar su formulario con los máximos y mínimos históricos para obtener un análisis más completo.

Por otro lado, la funcionalidad de monitoreo pre-ecualizadora utiliza dispositivos Docsis como pruebas para el monitoreo de la red. A través de un escaneo y almacenamiento de los valores funcionales del cable modem, permite recoger información que sea valiosa para la detección y corrección



Patricio Latini, VP satélite y cable en Intraway

de errores en la red antes de que puedan afectar al servicio.

Patricio Latini, VP de satélite & cable en Intraway, dijo: 'Las cualidades de la solución *Advanced Network Monitor* permiten que los problemas en las redes sean identificados, aislados y resueltos, incluso antes de que puedan afectar al servicio la experiencia de usuario. Esto puede ser un factor importante para diferenciar a los operadores en un mercado competitivo. También, con esas herramientas pueden obtener y almacenar información estadística e histórica para identificar tendencias y hacer los ajustes necesarios a la infraestructura de manera más simple.'

SOFTWARE DEFINED TELEVISION

Los días del hardware de televisión propietario terminaron.

Hoy en día utilizamos software estándar ejecutado sobre equipos informáticos básicos, tanto en máquinas virtuales como en la nube.

Miles de canales de televisión ya lo hacen.

¿Cuándo lo harás tú?

Descubre ahora los beneficios operativos y de costes al cambiar a soluciones basadas en software.

Cinegy ofrece soluciones de ingesta, edición, archivo, emisión, producción, monitoreo, noticias, transcodificación y otros flujos de trabajo.

Modular, escalable, asequible, fácil y rápido de implementar.



www.cinegy.com
sales@cinegy.com





VISTA WEB A TRAVÉS DEL MÓVIL



CAMBIAR LA FORMA DE HACER MANTENIMIENTO A SU RED



Hunter usa la Tecnología de Radar para encontrar exactamente la causa y la localización del problema, ya sea CPD analógico o CPD digital. También se detectan Ingresos, Ruido de Impulso y Laser Clipping.

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

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

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

ARCOM
DIGITAL

www.arcomlabs.com

ENCUENTRO REGIONAL 2015: SEMINARIO SOBRE REDES HFC

DESTINADO A CABLEOPERADORES

El Encuentro Regional de Telecomunicaciones, que tendrá lugar entre el 24 y el 26 de junio en Rosario (Argentina), confirmó que entre sus actividades académicas presentará el seminario “La arquitectura HFC en terapia intensiva”.

Específicamente dirigida a cableoperadores, el seminario abordará la pregunta sobre cuánto tiempo de vigencia le quedan a las redes ya instaladas, dictado por **Juan Ramón García Bish**, gerente de Ingeniería de **Gigared**.

El especialista señaló que el objetivo del espacio será abordar directamente los problemas de la coyuntura actual, haciendo foco en ‘hasta dónde es posible efectuar una actualización sin llegar a reconstruir’, y sobre ‘el futuro del operador de una red de cable frente a la oferta externa de contenido a través de servicios OTT’.

Luego explicó que durante la década del 1990, la mayoría de las operaciones de cable evolucionaron de la vieja arquitectura conocida como “Árbol y Rama” a un nuevo esquema híbrido de Fibra Óptica y Cable Coaxil, que se denominó HFC.

Este cambio respondió a la necesidad de incrementar el ancho de banda y a la vez, mejorar tanto la calidad de la señal de televisión como la confiabilidad general del sistema. Pero lo más importante es que abrió las puertas a la interactividad y permitió ofrecer servicios de datos e internet.

La normativa Docsis nació en el año 1997 y evolucionó durante casi dos décadas tratando de satisfacer los nuevos requerimientos de capacidad con un objetivo permanente de proteger la inversión realizada en la reconstrucción de la red.

‘La última versión de Docsis, completada por **Cablelabs** a fines del año pasado (Docus 3.1), promete alcanzar velocidades que compiten con los servicios de fibra a la casa, pero requiere profundas modificaciones en nuestra red como el cambio del split y el aumento del



Juan Ramón García Bish

ancho de banda hasta 1700 MHz’, concluyó García Bish.

CAPACITACIÓN SOBRE REDES DE FIBRA ÓPTICA

El Encuentro Regional contará también con una capacitación específica sobre fusión, medición y optimización de redes de fibra óptica, que se dictará en su jornada pre-encuentro, el martes 23 de junio, con una duración total de 8 horas.

Esta actividad será dictada por **Nicolás Serfilippo**, quién desde hace años ocupa el cargo de Instructor en área capacitaciones de fibras ópticas y técnico de soporte, en **Fibromarket** de Argentina. Durante la mañana, se dictará el segmento “Fibras Ópticas: Empalmes por fusión”. Por la tarde, se tratará “Mediciones con OTDR y otros instrumentos en FO”.

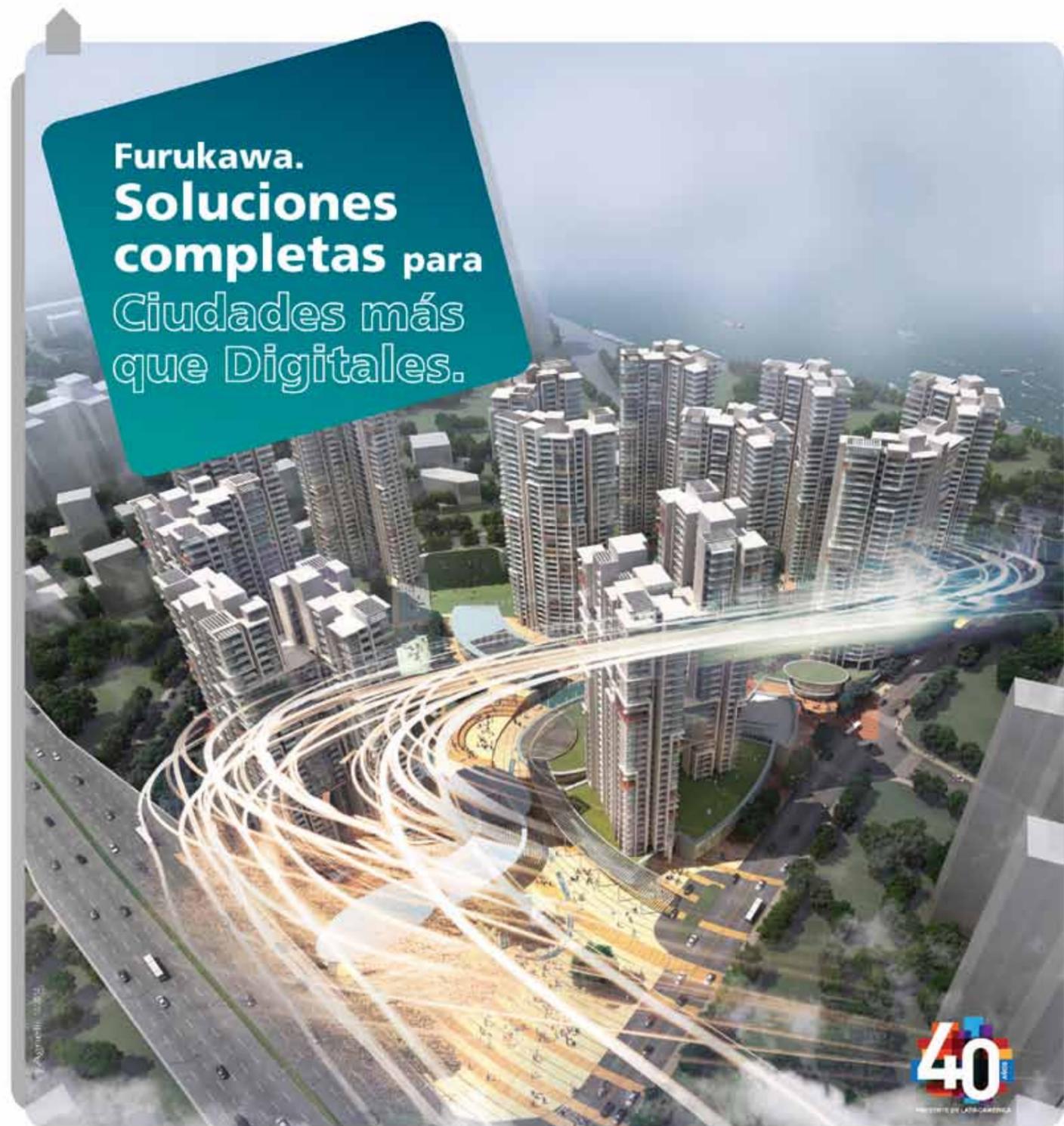
‘Esta actividad está pensada para que el contenido teórico vaya acompañado por ejercicios prácticos. De esta manera todo el conocimiento que adquieran

los técnicos durante el taller, podrá ser plasmado prontamente en sus actividades cotidianas’, afirmó el organizador del Encuentro Regional, **Jorge Jacobi**.



Encuentro Regional
de Telecomunicaciones
Rosario 2015

Furukawa.
Soluciones
completas para
Ciudades más
que Digitales.



Furukawa ofrece la solución completa para redes multiservicios para la conectividad municipal. Con las redes ópticas FTTx es posible promover la calidad de vida de las personas en las ciudades, mejorando servicios como Seguridad Pública, Control de tránsito, Educación y Salud.

OFICINA:
• Moreno, 850 – Piso 15B – Cód. Postal C1091AAR – Ciudad Autónoma de Buenos Aires – Tel.: (54 11) 4331-2572

PLANTAS INDUSTRIALES:
• Brasil (Paraná y São Paulo) • Argentina • Colombia

FURUKAWA
0800 800 9701
www.furukawa.com.ar



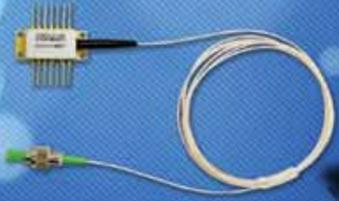
Coaxial Laser Diode



6 Degree Monoblock Quad LNB



Communication Cable



Butterfly TEC Laser



Cable Modem Docsis 3.0



MEPG4H.264 DVB-S2 Hybrid , Major CAS supported



Welcome to JEZETEK

Website: www.jiuzhou-intl.com

E-mail: info@jezetek.cc

Add: No.6 Jiuhua Road, Mianyang, Sichuan, 621000, P.R.China

Jezetek is the owner of Jiuzhou brand

JEZETEK
Think, do better



VII CUMBRE APTC CUSCO 2015

22, 23 y 24 de Abril de 2015 • Centro de Convenciones Cusco, Ciudad de Cusco • Stand: 31



- Geolocalización
- Monitoreo
- Portal Cautivo



OSS PROVISIONING PARA GESTIÓN DE SERVICIOS Y DISPOSITIVOS



- Control de Contenidos
- Mejor velocidad de respuesta
- Ahorros en Ancho de Banda



CACHE DE CONTENIDOS WEB FILTERING



- Soportes para estándares EPON Y GPON
- Solución completa para el head end y el abonado
- Provisioning flowdat compatible



EQUIPAMIENTO PARA PROVEER SERVICIOS NPLAY EN REDES PON



Tel.: +19544067003
Tel.: +54 341 42481
flowdat@interlink.com.ar
www.flowdat.com